

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Криворізький національний університет (Україна)
Scientific Center of Innovative Research OÜ (Estonia)
WSHIU Akademia Nauk Stosowanych (Poland)
AMET University (India)
Запорізький національний університет (Україна)
Полтавський торговельно-економічний університет (Україна)
Дніпровський державний аграрно-економічний університет (Україна)
Університет митної справи та фінансів (Україна)
Івано-Франківський національний технічний університет нафти та газу
(Україна)
Громадська спілка «ЛІГА АУДИТОРІВ УКРАЇНИ»

МАТЕРІАЛИ

МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

«МАЙБУТНЄ – АУДИТ»

(м. Кривий Ріг, 15 січня 2024 р.)

Кривий Ріг
Видавець Роман Козлов
2024

УДК 657.6
ББК 65.05
М23

Редакційна колегія:

СТУПНІК М.І., д.т.н., професор, ректор Криворізького національного університету
АДАМОВСЬКА В.С., к.е.н., доцент, завідувачка кафедрою обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування Криворізького національного університету
КРАПИВКО М.Л., член Ради Громадської спілки «Ліга аудиторів України», виконавчий директор аудиторської фірми «Бухгалтер»
МІЩУК Є.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування Криворізького національного університету

Рецензенти:

АНІСІМОВА О.М. – завідувачка кафедри інформаційних систем управління Донецького національного університету імені Василя Стуса, д.е.н., професорка
ДАШКО І.М. – професорка кафедри управління персоналом та маркетингу Запорізького національного університету, д.е.н, професорка
НУСІНОВА О.В. – член ради директорів Smart corporate service LLC, DBA з корпоративного управління, д.е.н., професорка

Затверджено до друку рішенням вченої ради
Криворізького національного університету
(протокол № 6 від 19.01.2024)

Майбутнє – аудит

М23 Майбутнє – аудит : Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Кривий Ріг, 15 січня 2024 р. / редкол.: М.І. Ступнік, В.С. Адамовська, М. Л. Крапивко, Є.В. Міщук [Електронний ресурс]. – Кривий Ріг : Вид. Р.А. Козлов, 2024. – 387 с. Режим доступу: <http://ds.knu.edu.ua/jsrui/>

ISBN 978-617-8096-22-9

Матеріали конференції містять спадщину видатного ученого професора Володимира Яковича Нусінова у розвиток науки та освіти, а також результати досліджень наукової спільноти в галузі обліку, оподаткування, економіки, маркетингу, фінансів, публічного управління та адміністрування, менеджменту, права.

Особлива увага приділена актуальним проблемам управління бізнесом в умовах сьогодення.

Матеріали конференції призначені для здобувачів освіти економічних спеціальностей, викладачів, практикуючих аудиторів та всіх зацікавлених осіб.

УДК 657.6
ББК 65.05

ISBN 978-617-8096-22-9

© Криворізький національний університет, 2024.

ЗМІСТ

	стор.
Вступне слово	11
Секція 1. НОВІ ГОРИЗОНТИ РОЗВИТКУ НАУКОВОЇ ШКОЛИ ПРОФЕСОРА В. Я. НУСІНОВА: ВІД ОБЛІКУ І АУДИТУ ДО АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ Й ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ.....	12
<i>Alekseyenko Lyudmyla, Tulai Oksana</i> European integration vectors of development: implementation of the Ukraine facility program and electronic case management.....	12
<i>Адамовська В.С., Денисенко Д.О.</i> Стартапи як удосконалення державної політики цифровізації публічного адмініструванні.....	14
<i>Адамовська В.С., Денисенко Д.О.</i> Маркетингова стратегія в управлінні підприємствами малого бізнесу.....	17
<i>Адамовська В.С., Поросла П.В.</i> Ефективність використання штучного інтелекту в обліку та аудиті	20
<i>Адамовська В.С., Поросла П.В.</i> Маркетинг як складова адміністративного менеджменту.....	21
<i>Архипенко С.В., Бондаренко І.С.</i> Обґрунтування необхідності зв'язків з громадськістю в публічній сфері та аналіз підходів до їх визначення.....	23
<i>Архипенко С.В.</i> Аналіз комунікативних зв'язків з громадськістю м. Кривого Рогу.....	26
<i>Багаліка Т.О., Томілін О.О.</i> Напрями розвитку сільськогосподарської кооперації.....	29
<i>Безрідний М., Мілька А.І.</i> Безробіття як економічна категорія.....	31
<i>Білогрась Р.М., Мінів Р.М.</i> Застосування маржинального аналізу в оптимізації діяльності аграрних підприємств.....	33
<i>Бірюков Є.В., Радіонова Н.Й.</i> Інструменти навчання персоналу в середовищі бізнесу за умов розвитку індустрії 5.0.....	35
<i>Брадул О.М., Юнацький М.О.</i> Підвищення якості аудиту в Україні: ідеї, виклики та практика Європейського Союзу.....	38
<i>Будим Т.А., Саєнко І.А., Мілька А.І.</i> Інструментарій управління підприємствами у контексті підвищення ефективності їх діяльності.....	41
<i>Вербицька Г.Л.</i> Штучний інтелект як основа забезпечення інноваційної безпеки України.....	43
<i>Герчанівська С. В.</i> Особливоті стратегічного планування діяльності підприємств.....	45
<i>Голобородько Т.В.</i> Розвиток цифрової компетентності здобувачів вищої освіти для підготовки фахівців з управління та адміністрування.....	47
<i>Голівер В.П., Купін А.І.</i> Управління методологією проектної розробки програмного забезпечення у контексті управління персоналом в ІТ-компаніях.....	50

<i>Голівер Н.О.</i> Англійська як інструмент для отримання знань й розвитку професійних навичок майбутніх фахівців у контексті вітчизняного та світового досвіду.....	52
<i>Голуб Ю.С., Харченко Т.М.</i> Управління персоналом логістичного підприємства.....	54
<i>Гончаров С.Ю., Дашутіна Л.О.</i> Управління просуванням товару на ринку як фактор успішної діяльності підприємства.....	56
<i>Гуро П.А., Семенова Т.В.</i> Оцінка екологічного рівня металургійного підприємства.....	58
<i>Дашутіна Л.О., Харинко Ю.В.</i> Теоретичні основи управління витратами підприємства.....	61
<i>Денисенко Д.О.</i> Державна політика цифровізації публічного адміністрування.....	63
<i>Довбня С.Б., Найдівська А.О., Приходько О.Г.</i> Діагностика фінансової безпеки в системі управління бізнесом.....	66
<i>Дончак Л.Г.</i> Удосконалення методів нематеріальної мотивації трудової діяльності персоналу на підприємстві.....	69
<i>Євсєєв А.С., Косенко А.В., Перерва П.Г.,</i> До питання ефективності управління інтелектуальною власністю.....	72
<i>Закладний Р. О., Мілька А.І.</i> Соціальні витрати в підсистемах обліку.....	75
<i>Ігнашкіна Т.Б.</i> До питання економічної сутності категорії «соціально-трудова потенціал підприємства».....	77
<i>Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С.</i> Вплив інноваційної культури суб'єктів інноваційного процесу на ризик комерціалізації інновацій.....	80
<i>Іщук Л.І.</i> Концепції моделей побудови системи соціального захисту.....	82
<i>Канівець Д.О., Турчіна С.Г.</i> Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств логістичної галузі.....	84
<i>Квашук О.В.</i> Поняття і принципи управління бізнес–процесами в сучасних умовах бізнес-середовища.....	87
<i>Колотюк О.І., Ткачов М.М., Перерва П.Г.</i> Правове забезпечення інновацій та інтелектуальної власності.....	90
<i>Косенко С.А., Ткачова Н.П., Перерва П.Г.,</i> Сутність персонал-маркетингу та перспективи його використання на сучасних підприємствах.....	93
<i>Кравцов В.Ю., Крамської Д.Ю., Перерва П.Г.</i> Економічна безпека як складова ефективного бізнесу.....	97
<i>Крисько І.А., Шмаль В. М.</i> Шляхи вирішення збереження бізнесу в умовах воєнного стану.....	100
<i>Khotun P.</i> Wady rachunkowości w kontekście zarządzania przedsiębiorstwem.....	101
<i>Лаврентьєва В.О, Мацука В.М</i> Людський капітал як ключовий фактор успіху в управлінні бізнесом.....	104

<i>Ланченко Є.О., Івченко В.М.</i> Напрями розвитку малого агропідприємництва в умовах сьогодення.....	107
<i>Литвиненко А.Ф., Дашутіна Л.О.</i> Теоретичні основи управління конкурентоспроможністю продукції аграрного підприємства.....	110
<i>Макуха С.М.</i> Тенденції розвитку технологій «мобільного уряду» в сфері надання публічних послуг в Україні.....	113
<i>Мацука В.М.</i> Управління життєвим циклом проєкту.....	116
<i>Меліхов Є.В., Меліхова Т.О.</i> Маркетинговий аудит в системі управління підприємством.....	118
<i>Метеленко Н.Г., Оглобліна В.О.</i> Пріоритети формування бюджету України на 2024 рік: реалії 2023 та ризики 2024.....	119
<i>Мицишин І.Р., Гунька С.Ю., Юринець З.В.</i> Інвестування в людський капітал українського бізнесу в умовах війни.....	122
<i>Міщенко Д.А., Міщенко Л.О.</i> Маркетинг державних установ.....	124
<i>Міщук Є.В.</i> Вступ до спеціальності «маркетинг»: роль у формуванні навичок професійної діяльності.....	126
<i>Mishchuk Ie.V.</i> Uncertainty in economic research.....	127
<i>Мусійовський А.В., Луцків О.М.</i> Роль інвестиційного партнерства у розвитку бізнесу.....	129
<i>Нестеров Д.О., Перерва П.Г.</i> Інформаційний потенціал підприємства: складові та особливості визначення...	131
<i>Олександренко І.В.</i> Управлінські аспекти оптимізації структури капіталу підприємства.....	134
<i>Осінська О. А., Олюха В.Г.</i> Щодо комплаєнсу у господарських відносинах.....	137
<i>Ослопова М.В.</i> Перспективи досягнення цілей сталого розвитку України в умовах військового стану.....	138
<i>Панченко-Терещенко В.О., Губарик О.М.</i> Аналіз ефективності використання основних засобів і напрямів їх удосконалення.....	141
<i>Пасічник Н.В.</i> Особливості управління економічною ефективністю фірми у повоєнний період..	144
<i>Перерва О.П., Романчик Т.В., Перерва П.Г.</i> Міжнародна конкурентоспроможність: особливості визначення.....	146
<i>Петрищева К.Г., Слецьких С.Я.</i> Аналіз поточних зобов'язань та забезпечень підприємств машинобудування та металургії.....	149
<i>Пилипенко В.М., Андрієнко М.М.</i> Використання інновацій у стартапах.....	150
<i>Пиріг С. О.</i> Управління фінансовою безпекою підприємств електроенергетичної галузі.....	153
<i>Пісоцька А.Ю., Турчіна С.Г.</i>	155

Управління просуванням послуг транспортного підприємства.....	
<i>Подрез О.І., Дюжєв В.Г, Перєрва П.Г.</i> Соціальна відповідальність міжнародного бізнесу.....	157
<i>Рагуліна І.І.</i> Управлінський облік та його місце в інформаційній системі підприємства.....	160
<i>Рибалка М. Г., Полятикіна Л.І.</i> Особливості обліку готової продукції виробництва при управлінні бізнесом.....	163
<i>Роєва О.С.</i> Переваги та недоліки запровадження податку на виведений капітал.....	165
<i>Самітов Р.О., Васюткіна Н.В.</i> Модель інноваційного розвитку підприємств в умовах глобалізації галузевих ринків.....	167
<i>Семенова Л.Ю.</i> HR marketing - as an effective type of management activity.....	169
<i>Семенченко Н.В.</i> Проактивність як ключова характеристика управління бізнесом епохи неоіндустріалізації.....	172
<i>Скоробогатова А.О., Хурдей В.Д.</i> Розвиток клієнтоорієнтованого маркетингу: сучасні тенденції та ефективні практики.....	175
<i>Соломенчук, К. В., Несененко П. П.</i> Підприємництво та його роль в економічному розвитку територіальних громад України.....	178
<i>Станєва К.С., Синіговець О.М., Перєрва П.Г.</i> Конкурентоспроможність підприємства: компаративний аналіз.....	182
<i>Тарасюк Г.А., Андрієнко М.М.</i> Розвиток бізнесу на основі інноваційного впливу цифрової економіки на інтелектуалізацію капіталу.....	185
<i>Татарин І.Р., Еш С.М.</i> Стан і розвиток ринків капіталу України.....	187
<i>Тельний Д.А., Цапенко В.Р., Минич Ю.В.</i> Надмірна диференціація доходів: соціальні та економічні наслідки.....	190
<i>Ткачук Є. М., Разумова Г. В.</i> Бізнес-аналітика як стратегічний ресурс розвитку підприємства.....	192
<i>Турило А.М.</i> Методологія – важливий засіб розвитку суспільства, економіки і науки.....	194
<i>Турило А.А., Єлізаров І.Г.</i> Роль людського капіталу в сучасному бізнесі.....	195
<i>Тютюнник Ю.М., Тютюнник С.В.</i> Тестування активів на предмет зменшення корисності.....	196
<i>Федоренко О.В., Черепанова В.О., Перєрва П.Г.</i> Міжнародний бізнес в умовах глобалізації економіки.....	199
<i>Фєрбєй Г.М., Рилєєв С.В.</i> Проблеми та окремі аспекти розвитку вітчизняного товарного бізнесу в умовах воєнного стану.....	202
<i>Фіалкін Д.В., Барибіна Я.О.</i> Вані світ та його вплив на стартегічне управління у галузі пивоваріння.....	205
<i>Фірчук М.С., Рилєєв С.В.</i> Процесні команди в системі управління бізнес-процесами компаній.....	208
<i>Ходзицька В.В.</i> Складання нефінансової звітності-крок до вдосконалення фахових	210

компетенцій.....	
<i>Хорішко А. М., Томілін О.О.</i> Ціноутворення – один із інструментів розвитку обслуговуючої кооперації.....	214
<i>Хрептієвська Єлизавета, Адамовська В.С.</i> Особливості управління бізнесом в сучасних умовах.....	217
<i>Цвілій С.М.</i> Оцінка рівня розвитку інвестиційного потенціалу підкомплексів вітчизняної індустрії туризму.....	219
<i>Цвілій Ю.О., Юринець З.В.</i> Практика використання стратегічного потенціалу бізнесом в Україні.....	222
<i>Цюпа В.О., Овод Л.В.</i> Управління дебіторською заборгованістю як напрям підвищення ефективності управління підприємством.....	224
<i>Чебанкова К.С., Крамської Д.Ю., Перерва П.Г.</i> Управління проектами: дослідження комерційних ризиків.....	227
<i>Чепурна Д.О., Писаревський Е.О., Хурдей В.Д.</i> Категорійний менеджмент як складова маркетингової товарної стратегії.....	230
<i>Чурилович Ю.М., Синіговець О.М., Перерва П.Г.</i> Особливості міжнародного інформаційного бізнесу.....	233
<i>Шаповал В.С., Косенко О.П., Перерва П.Г.</i> Технології маркетингу з використанням соціальних мереж.....	236
<i>Шарай О.Ю., Рибалко-Рак Л.А., Опришко В.І.</i> Сучасні підходи до оцінки ефективності системи управління підприємством.....	239
<i>Шейн Є.С., Кобелева Т.О., Перерва П.Г.</i> Управління стратегічними інноваційними змінами на підприємстві.....	241
<i>Шепелюк В.А.</i> Інноваційні технології в бухгалтерському обліку: переваги та перспективи.....	244
<i>Шкварук Д.Г.</i> Розвиток фінансових лідерських якостей керівників у нестабільних умовах управління бізнесом.....	246
<i>Щасливий Р.Е., Тимошенко О.В.</i> Оптимізація структури капіталу суб'єкта підприємництва.....	249
<i>Юдіна А.Р., Боровльова А.О., Хурдей В.Д.</i> Особливості методів маркетингових інновацій.....	251
<i>Ярина А. Ф., Томілін О.О.</i> Фінансова стійкість підприємств агропромислового виробництва.....	253
Секція 2. НАУКОВА ЕКСПАНСІЯ: ПОЧАТКИ МОЛОДІ У СВІТІ ОБЛІКУ, ОПОДАТКУВАННЯ, МАРКЕТИНГУ, ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ (НАПРЯМОК ДЛЯ СТУДЕНТСТВА ТА ШКОЛЯРІВ)	256
<i>Болмат О.В., Гордієнко М.І.</i> Облік запасів на сільськогосподарських підприємствах: проблеми та шляхи їх вирішення.....	256
<i>Бурковська А.В., Бурковська А.І.,</i> Фінансові аспекти забезпечення продовольчої безпеки України в умовах євроінтеграції.....	259
<i>Вербінець Д. В., Голобородько Т. В.</i> Лідерство і вища державна служба.....	261
<i>Вершинін М.П., Бурковська А.І.</i> Вплив стану продовольчої стабільності у світі на тренди ресторанного	264

бізнесу.....	
<i>Воробйова С.С., Бурковська А.І.</i> Забезпечення продовольчої безпеки в Україні через ефективне управління трудовими ресурсами.....	266
<i>Габер А.Ю., Шепелюк В.А.</i> Актуальні питання обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів.....	268
<i>Гавричева Т.В., Голобородько Т.В.</i> Проблемні питання адміністрування ПДВ.....	270
<i>Голік К. Ю., Голік О. В.</i> Інтернет-маркетинг 2024 року: як досягти успіху в новій медіареальності.....	273
<i>Гуменіченко В.В., Назаренко І.М.</i> Обліковий супровід діяльності фізичних осіб-підприємців: особливості організації та альтернативність варіантів.....	276
<i>Гура Д.Д., Дронова Т.С.</i> Маркетинг у міжнародному бізнесі.....	279
<i>Дар'їн І.В., Міщук Є.В.</i> Вплив бухгалтерського обліку на відновлення економіки після війни.....	281
<i>Добронос С.О., Назаренко О.В.</i> Значення та організаційні складові обліку процесу реалізації готової продукції підприємством.....	283
<i>Дояр В.А., Міщук Є.В.</i> Енергетична безпека у повоєнний період.....	285
<i>Дубенюк Я.О., Бурковська А.І.</i> Digital-трансформація бізнесу в умовах війни.....	288
<i>Жуган В.В., Шепелюк В.А.</i> Проблемні аспекти та шляхи вдосконалення обліку та аналізу нематеріальних активів.....	290
<i>Знайдюк О.Р., Зайцева І.Г.</i> Застосування індексу інклюзивного розвитку як інструменту аналізу державної економічної політики.....	293
<i>Іванов П.О., Назаренко О.В.</i> Економічна сутність, значення, нормативно-правові засади проведення інвентаризації активів та зобов'язань підприємства.....	295
<i>Калетвінцев М.С., Кулик В.А.</i> Електронний бізнес в Україні: переваги та недоліки функціонування.....	298
<i>Калініченко К.О., Шепелюк В.А.</i> Проблемні питання обліку наявності та руху основних засобів.....	301
<i>Камінський Є.М., Міщук Є.В.</i> Управління енергетичним сектором України у воєнний період.....	303
<i>Каширін О.О., Рагуліна І.І.</i> Роль внутрішньогосподарського фінансового контролю на підприємстві.....	305
<i>Кирило Ю.І., Бурковська А.І.</i> Розвиток гендерної політики українського бізнесу в контексті євроінтеграції....	308
<i>Кісель А.А., Роева О.С.</i> Особливості політичної реклами.....	310
<i>Ковган Є.В., Архипенко С.В.</i> Аналіз нормативно-правової бази щодо регулювання брендингу території в Україні.....	313
<i>Корепіна А.О., Басова І.В.</i> Технології впливу реклами на споживчу поведінку населення.....	316

<i>Кравець А.О., Бурковська А.І.</i> Використання організаційно-економічних процедур бізнес-планування в контексті забезпечення продовольчої безпеки.....	318
<i>Леценко С.В., Назаренко І.М.</i> Аудит розрахунків з постачальниками підприємства: пріоритетні напрями та методичні особливості.....	320
<i>Матвієнко О.В., Міщук Є.В.</i> Публічне управління в галузі розподілу газових ресурсів в умовах енергетичної небезпеки.....	323
<i>Ma Zongyao, Nataliya Stoyanets</i> Management of the efficiency of the administrative staff of the Hebei Jiahao grain and oil company.....	326
<i>Мельник О.М., Бурковська А.І.</i> Вплив процесів зайнятості населення в Україні на стан забезпечення продовольчої безпеки.....	329
<i>Ноженко В.В., Гордієнко М.І.</i> Удосконалення оподаткування фізичних осіб в Україні.....	331
<i>Онопрійчук Д.О., Бурковська А.І.</i> Оптимізація фінансових результатів сільськогосподарських підприємств в контексті забезпечення продовольчої безпеки.....	334
<i>Pang Chongnan, Nataliya Stoyanets</i> Management of innovation activities within enterprises.....	336
<i>Пекера А.В., Бурковська А.І.</i> Забезпечення продовольчої безпеки України в умовах ускладнення логістичних маршрутів.....	338
<i>Перепелиця М.М., Дзюба О.О.</i> Стратегія розвитку зеленої економіки в Україні на прикладі легкої промисловості.....	340
<i>Попадюк О.Д., Дронова Т.С.</i> Використання цифрових технологій в маркетингу.....	342
<i>Попович М.Б., Бурковська А.І.</i> Ефективне управління персоналом сільськогосподарських підприємств як запорука забезпечення продовольчої безпеки.....	345
<i>Просолов О.О., Бурковська А.І.</i> Тенденції процесів зайнятості в Україні: проблеми та перспективи їх вирішення	347
<i>Рильський М.Г., Рагуліна І.І.</i> Роль обліково-аналітичної інформації в управлінні підприємством.....	350
<i>Салогуб К.К., Роева О.С.</i> Стимулювання трудової мотивації публічних службовців під час дії воєнного стану.....	352
<i>Саркова А.М., Бурковська А.І.</i> Вплив сучасних міграційних трендів на економічний розвиток та продовольчу безпеку країн ЄС.....	354
<i>Скоробогата А. В., Котковський В.С.</i> Стратегія легалізації трудових відносин у світлі програми зайнятості населення в Дніпропетровській області.....	357
<i>Соколенко Т.М., Кулик В.А.</i> Управлінські аспекти бюджетних установ в умовах цифровізації економіки.....	360
<i>Стирська І.О., Рагуліна І.І.</i> Удосконалення складського обліку на підприємстві.....	363

<i>Стороженко О.Ю., Рагуліна І.І.</i> Графік документообігу: значення, порядок складання та контроль за дотриманням.....	365
<i>Shaporeva Iryna, Shepeliuk Vira,</i> Corporate social responsibility of business as the basis of sustainable development....	368
<i>Таранець Є.О., Бурковська А.І.</i> Забезпечення продовольчої безпеки в Україні через управління процесами зайнятості на макрорівні.....	370
<i>Тибирица Ю.Б., Кулик В.А.</i> Облікова політика підприємства: методичні аспекти обліку витрат.....	372
<i>Тимченко А.А., Бурковська А.І.</i> Ефективність бізнес-процесів в Україні в контексті забезпечення продовольчої безпеки.....	374
<i>Шевченко Н.М., Бурковська А.І.</i> Принципи управління використанням виробничих ресурсів сільськогосподарських підприємств в умовах євроінтеграції.....	377
<i>Штакін О.В., Назаренко О.В.</i> Особливості оцінки необоротних матеріальних активів, при зарахуванні на баланс окремого бізнес суб'єкта.....	380
<i>УІНАО FENG, Nataliya Stoyanets</i> Management of the efficiency of the organization's employees.....	382
<i>Яковлев М.В., Рагуліна І.І.</i> Бухгалтерська експертиза як дієва форма контролю фінансово-господарської діяльності підприємств.....	385

ВСТУПНЕ СЛОВО

У 1987 році Нусінов В.Я. захистив дисертацію на здобуття наукового ступеню кандидата економічних наук. У 1999 році захистив дисертацію на здобуття наукового ступеню доктора економічних наук на тему: «Методологічні основи оцінки економічних результатів промислового виробництва» за спеціальністю 08.07.01 «Економіка промисловості».



У 1998 році д-р екон. наук, проф. Нусінов В.Я. створив наукову школу, яка займається розробкою наукового напрямку «Менеджмент в аудиті». Головним завданням наукової школи є дослідження всіх аспектів діяльності організації та розробка рекомендацій щодо зміни практики управління та виявлення сфер діяльності, в яких є найбільші можливості скорочення витрат виробництва. Результати наукових досліджень випробувані й впроваджені аудиторською фірмою ТОВ «Форум» та економіко-правовою фірмою ТОВ «Фінаудит».

Розпочав трудову діяльність у Криворізькому національному університеті в 2003 році. Тоді ж йому було присвоєно вчене звання доцента кафедри фінансів, обліку та аудиту. У 2005 році присвоєно вчене звання професора кафедри обліку, аудиту і фінансового аналізу.

У 2009 році закінчив Міжнародний інститут бізнесу та отримав ступінь магістра бізнес-адміністрування.

Заснував кафедру обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування Криворізького національного університету, якою керував з 2003 р. по 2018 р.

Стаж педагогічної роботи у вищій школі понад 30 років.

Має понад 400 наукових праць, серед яких 22 монографії.

Був головою спеціалізованої вченої ради по захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук, керував науковими дослідженнями докторантів, аспірантів та здобувачів кафедри за спеціальністю. Під його керівництвом підготовлено та захищено 5 дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук і 3 – доктора економічних наук. Активно виступав опонентом кандидатських, докторських дисертацій та рецензував автореферати, монографії, навчальні посібники і підручники.

**СЕКЦІЯ 1. НОВІ ГОРИЗОНТИ РОЗВИТКУ НАУКОВОЇ ШКОЛИ
ПРОФЕСОРА В. Я. НУСІНОВА: ВІД ОБЛІКУ І АУДИТУ ДО
АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ Й ПУБЛІЧНОГО
УПРАВЛІННЯ. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ В
УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ**

*Alekseyenko Lyudmyla,
Dr. of Econ., Prof.,
Ivano-Frankivsk Research and
Development Institute of Management
Tulai Oksana,
Dr. of Econ., Prof.,
West Ukrainian National University*

**EUROPEAN INTEGRATION VECTORS OF DEVELOPMENT:
IMPLEMENTATION OF THE UKRAINE FACILITY PROGRAM AND
ELECTRONIC CASE MANAGEMENT**

National security interests around the world affect economic policy. The IMF recognizes that the pandemic, war, and growing tensions between the world's two largest economic powers, the United States and China, have changed the rules of the game in global economic relations. The United States advocates for "offshoring to friendly countries," the EU calls for "risk reduction," and China calls for "self-sufficiency" [1]. This model has advantages for countries, given their desire to reduce risks in their supply chains and strengthen national security.

In the area of European integration, support for large investment projects and fortification of defense borders is important in the context of measures to restore the Ukrainian economy. Despite the full-scale war, the European Council made a historic decision to start negotiations on Ukraine's accession to the EU. In 2024, the ambassadors of the EU member states agreed and approved a mandate to negotiate with the European Parliament on the establishment of the Ukraine Facility, a special financial instrument to support Ukraine in 2024-2027 [2, 3].

The Ukraine Facility program will comprise three main components. The first component will be based on the Ukraine Facility Plan, a technical document required to implement the EU's financial support program for Ukraine. The Plan will include a program of priority reforms that will lay the foundation for further economic recovery and development and facilitate integration with the EU. Quarterly financial support will be provided for progress in implementing the Plan's indicators.

The second component of the Ukraine Facility program will be a special investment instrument to cover risks in priority sectors. Investors will be able to receive financing under this instrument through the EBRD, EIB and other international institutions.

The third pillar of the Ukraine Facility program is technical assistance and other measures that will facilitate the implementation of structural reforms on the path to Ukraine's full membership in the European Union.

The Ukraine Facility program will combine EU budget support for Ukraine until 2027 into a single comprehensive instrument. At the same time, the approved mandate does not include issues related to the overall scope of the Ukraine Facility program, which will be subject to further negotiations. It is expected that in February 2024, the EU will update its multi-year financial program until 2027, as well as finalize the Ukraine Facility, which will give the program a full start and allow it to receive the necessary macro-financial assistance.

The European integration economic policy envisages coordination of the Government's efforts to strengthen the state's defense capability, and in this context, we have two important decisions today: first, the allocation of an additional UAH 2.5 billion from the reserve fund for the construction of engineering and fortification structures [4]. Of these funds, UAH 1.4 billion will be spent on fortification equipment for the defense borders; another UAH 1.1 billion will be spent on the construction of non-explosive barriers. Second, another UAH 120 million will be allocated from the reserve fund for the State Border Guard Service. These funds will be used to strengthen the defense capabilities and engineering and technical equipment of the border.

Electronic case management will be launched to address social issues and provide individual support to Ukrainian families. Digitalization is changing approaches in the social sector. In particular, the Pension Fund has combined pension payments, subsidies and social insurance.

In the social aspect, we have already carried out two indexations of pension payments during the full-scale war; another one will be carried out in March 2024. According to preliminary estimates by the Ministry of Social Policy, pensions will increase by an average of 13% [5]. In total, social expenditures of the state budget in 2024 will amount to UAH 470 billion, which is UAH 25 billion more than in 2023. UAH 50 billion will be allocated for subsidies, which is UAH 12 billion more than in 2023.

Special attention will be paid to supporting Ukrainian veterans. In 2024, the budget allocates more than UAH 14 billion to support veterans. In particular, the program of rehabilitation and psychological assistance to veterans is a priority. More than UAH 2.5 billion will be allocated.

References

1. Questions and Answers – A new Ukraine Facility. URL : https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/qanda_23_3353.
2. Cold War II? Preserving Economic Cooperation Amid Geoeconomic Fragmentation. <https://www.imf.org/en/News/Articles/2023/12/11/sp121123-cold-war-ii-preserving-economic-cooperation-amid-geoeconomic-fragmentation>
3. Рада ЄС розпочне переговори з Європарламентом про створення програми Ukraine Facility. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/rada-ies-rozpochne-perehovory-z-ievroparlamentom-pro-stvorennia-prohramy-ukraine-facility>.
4. Промова Прем'єр-міністра України Дениса Шмигала на засіданні Уряду. URL : <https://www.kmu.gov.ua/news/promova-premier-ministra-ukrainy-denysa-shmyhalia-na-zasidanni-uriadu-12-1-24>.

5. Соціальні видатки державного бюджету у 2024 році складуть 470 млрд грн, – Прем'єр-міністр. URL : <https://www.kmu.gov.ua/news/sotsialni-vydatky-derzhavnoho-biudzhetu-u-2024-rotsi-skladut-470-mlrd-hrn-premier-ministr>.

Адамовська В.С.

*к.е.н., доцент, зав. кафедри обліку,
оподаткування, публічного
управління та адміністрування*

Денисенко Д.О.

*асистент кафедри обліку,
оподаткування, публічного
управління та адміністрування
Криворізький національний
університет*

СТАРТАПИ ЯК УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

Цифрова трансформація в Україні набирає обертів. Завдяки інтеграції до Єдиного цифрового ринку ЄС, Україна розвиває такі важливі сфери, як електронне врядування, електронні комунікації, електронні довірчі послуги та електронну ідентифікацію, електронну систему охорони здоров'я.

З урахуванням попередніх досліджень, нами було виведено сфери, що потребують удосконалення в державній політиці цифровізації публічного адміністрування (див. рис. 1.1).

Сфери, що потребують удосконалення:

- Телекомунікаційні послуги та цифрова інфраструктура
- Електронні довірчі послуги, кібербезпека та електронне врядування
- Електронна торгівля та віртуальні активи
- Сфера інновацій, інформаційно-комунікаційних технологій та стартапів
- Цифрові навички та компетентності, цифровізація освіти та навчання онлайн
- Електронна охорона здоров'я

Рисунок 1.1 – Сфери, що потребують удосконалення

Ці сфери є цілком досяжними для нашої економіки та суспільства. Тому розглянемо деякі конкретні приклади.

До прикладу сфера електронних довірчих послуг, кібербезпеки та е-врядування:

1. Для забезпечення кібербезпеки та захисту ІК мереж органам державної влади необхідно розробити власні плани забезпечення кібербезпеки.
2. Для підвищення рівня довіри забезпечити оприлюднення відкритої інформацію на веб-сайтах органів влади.

3. Виконати вимоги для успішної інтеграції бази даних і реєстрів у систему обміну даними «Трембіта».

4. Розробити програму модернізації IT-інфраструктури та забезпечити її фінансування з бюджетів всіх рівнів.

У сфері електронної торгівлі, на наш погляд, варто законодавчо закріпити поняття «електронної торгівлі» та добре доповнив би перегляд законодавства щодо захисту прав споживачів та оподаткування у сфері електронної комерції.

Питання інноваційного розвитку України є пріоритетним для уряду, донорських структур та експертно-наукового середовища. У грудні 2018 року було створено Український фонд стартапів [1] – загальнодержавну інвестиційну програму, яка надає фінансування на втілення бізнес-ідей українських підприємців. Презентація концепції роботи Фонду відбулася 11 липня 2019 року, а 2 грудня 2019 року Фонд розпочав прийом заявок на отримання фінансування.

Стартап – це нова, нещодавно створена компанія, яка будує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, має обмежену кількість ресурсів (як людських, так і фінансових) і планує вихід на ринок. Інноваційні технології, що впроваджуються нею, можуть бути глобальними (тобто це нововведення буде інновацією для всього світу) або локальними (іншими словами, ця технологія та ідея запозичені, але будуть інновацією в конкретному регіоні або країні)[2].

За результатами дослідження визначено, що школа стартапів – це один із основоположних елементів для розвитку будь-якої сфери.

Екологічний додаток «FreeBreathing» - це приклад цифрового сервісу, який може використовуватися для автоматизації процесів управління в сфері охорони навколишнього середовища. Цей стартап був заснований у рамках школи-стартапів Sikorsky Challenge. Додаток допомагає людям з алергією на зелені насадження, астмою та іншими захворюваннями дихальних шляхів знайти найбільш оптимальний шлях до місця призначення. Він також поєднує в собі модель "бізнес-суспільство-країна", яка передбачає співпрацю між бізнесом, суспільством та державою. Наприклад, додаток дозволяє рекламувати аптеки, медичні препарати та еко-магазини, які пропонують товари та послуги, корисні для людей з дихальними захворюваннями.

Мобільний застосунок дозволяє користувачам (див. дод. В):

1. Планувати маршрути, враховуючи алергенні зони, зелені насадження та стан повітря.

2. Додавати нові алергенні зони та зелені насадження.

3. Дізнаватися про стан повітря в будь-якій точці світу.

Таким чином, програма стане більш корисною та інформативною для користувачів, які піклуються про своє здоров'я та комфорт.

Важливим є те, що додаток є інтерактивним, тобто, ми маємо можливість залучити громадян до наповнення баз даних інформацією про зелені насадження, небезпечні та алергічні зони. На разі, йде активна робота над розробкою більш ефективного функціоналу (див. рис. 1.2).

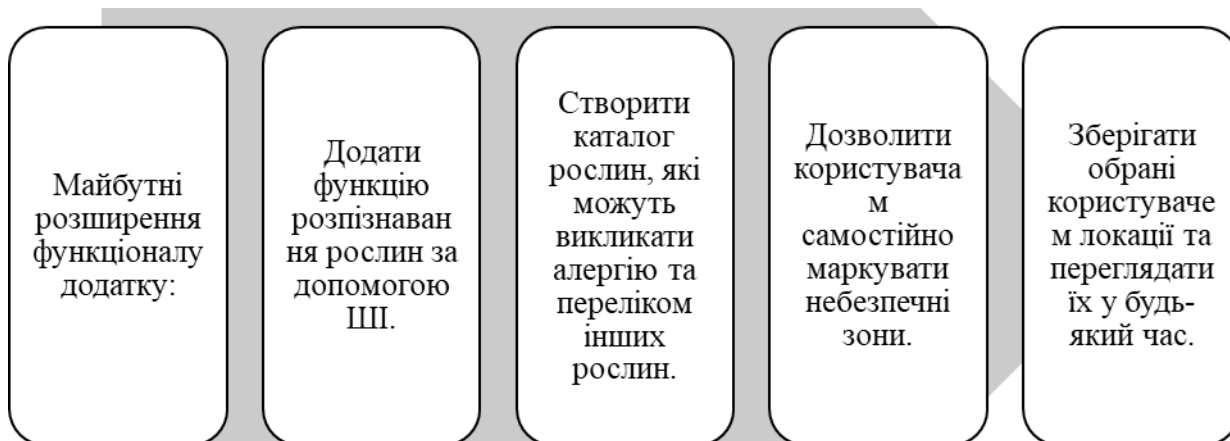


Рисунок 1.2 – Розширений функціонал

Функціонал додатку включає в себе і первинні консультації з лікарями-алергологами. Вони зможуть відповісти на запитання про симптоми алергії, як зменшити її прояви тощо.

Ми співпрацюємо з Виконкомом Криворізької міської ради. Вони надають інформацію про розташування зелених зон, аптек, медичних закладів, а також склад забруднюючих речовин у повітрі.

Під час розробки додатку ми провели SWOT-аналіз конкурентного середовища у сфері еко-стартапів. Виявилось, що в 2023 році у світі було впроваджено 10 еко-стартапів, пов'язаних із забрудненням повітря. Це свідчить про те, що існує потреба не тільки в такому додатку, а й у створенні стартап-шкіл та інших середовищ, де однодумці та науковці могли б знайти партнерів і реалізувати свої ідеї на світовому ринку.

Очікується, що впровадження додатку допоможе алергікам та астматикам дихати свіжим повітрям, не боючись загострення симптомів. Додаток також допоможе запобігти небезпечним та навіть летальним ситуаціям. Крім того, він може призвести до зменшення споживання ліків, що позитивно вплине на загальний стан здоров'я. Впровадження мобільного додатку планується протягом 5 років завдяки інвестиціям (див. дод. Д).

Українські стартапи мають потенціал для швидкого розвитку, але відсутність державної підтримки та внутрішнього ринку створюють перешкоди для їх зростання.

Молоді компанії змушені співпрацювати з іноземними інвесторами, щоб реалізувати свої проекти та вийти на міжнародний ринок.

Список використаних джерел

1. Український Фонд Стартапів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://usf.com.ua/>
2. Chazov YE. (2013) «Startup as a new form of doing business». Naukovi pratsi Natsional'noho universytetu kharchovykh tekhnolohiy. vol. 52. pp. 122-128.

Адамовська В.С.

*к.е.н., доцент, зав. кафедри обліку,
оподаткування, публічного
управління та адміністрування*

Денисенко Д.О.

*асистент кафедри обліку,
оподаткування, публічного
управління та адміністрування
Криворізький національний
університет*

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Підприємства малого бізнесу мають низку обмежень, які ускладнюють їхню діяльність. Вони повинні бути обережними у своїх рішеннях, але водночас чутливими до змін у зовнішньому середовищі. Щоб мінімізувати ризики, вони повинні добре розуміти своїх споживачів і надавати їм те, що вони хочуть.

Малий бізнес все ще залишається важливим фактором розвитку економіки України. Він забезпечує значний відсоток зайнятості населення в цьому секторі, розширює кількість таких підприємств та їх внесок у формуванні доданої вартості та податкових надходжень [1]. Тому державна підтримка малого бізнесу є важливою умовою його розвитку. Особливо актуальною ця підтримка була в умовах пандемії COVID-19, коли малий бізнес мав боротися за своє виживання та є зараз, з початком повномасштабного вторгнення в Україну російської армії.

В Україні діяльність суб'єктів малого підприємництва базується на Конституції України та регулюється відповідними нормативно-правовими документами, основними з яких є: Господарський, Цивільний, Податковий кодекси, Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» та іншими законодавчими актами [2].

Критерії визначення та порядок затвердження малого підприємництва зображено на рисунку 1.1.

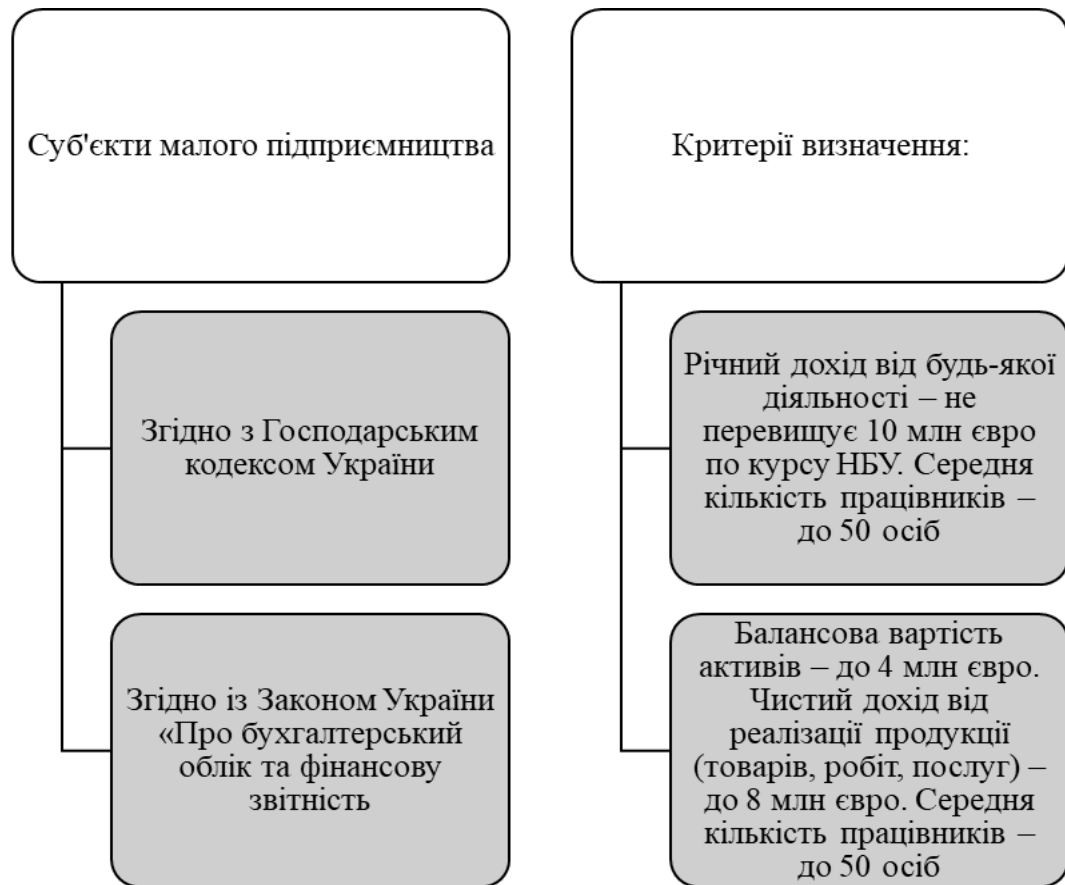


Рисунок 1.1 – Порядок затвердження і критерії визначення малого підприємництва

Часто в дослідженнях на тему малого підприємництва можна зустріти споріднене йому поняття «малий бізнес». Частіше за все перший термін використовують в юридичних документах, а от його споріднене поняття в економічних працях.

Маркетингова діяльність на підприємствах малого бізнесу має свої особливості, серед яких найменш вивченою є розробка маркетингової стратегії.

Маркетингове середовище постійно змінюється, тому малі підприємства повинні бути готові до адаптації. Вони повинні швидко приймати рішення та впевнено їх реалізовувати. Однак, це не означає, що вони можуть постійно змінювати свою стратегію. Маркетингова діяльність повинна спрямовуватися на забезпечення конкурентоспроможності підприємства, з урахуванням його внутрішнього та зовнішнього середовища. Цей процес включає в себе виконання певних дій, використання технологій, засобів і методів [3].

На думку деяких науковців є чотири основні види маркетингових стратегій (див. рис. 1.2).

Форма існування	Незалежна від великого підприємства (суверенітет)	«Удаваний гриб» - стратегія копіювання	«Премудрий піскар» - стратегія оптимального розміру
	Пов'язана з великим підприємством (симбіоз)	«Хамелеон» - стратегія використання переваг великих підприємств	«Жалюча бджола» стратегія участі в продукті великого підприємства
		Подібний до товару великого підприємства	Оригінальний товар
		Товар малого підприємства	

Рисунок 1.2 – Основні види маркетингових стратегій

Аналіз стратегій, наведених на рисунку, показує, що вони спрямовані на те, щоб уникнути прямої конкуренції з великими підприємствами та використовувати гнучкість, яка є перевагою малого бізнесу. Однак, для того, щоб маркетингова стратегія була успішною, вона повинна бути належним чином реалізована.

Маркетингова стратегія підприємства малого бізнесу повинна бути спрямована на досягнення таких цілей як:

- отримання прибутку;
- розвиток підприємства;
- ефективна робота на ринку;
- задоволення потреб споживачів.

Стратегічне застосування маркетингу може допомогти малим підприємствам перебудувати свою діяльність відповідно до вимог ринку. Маркетинг для малого бізнесу повинен ґрунтуватися на вивченні попиту споживачів та можливостей збуту товарів і послуг. Таким чином, маркетингова стратегія розробляється з урахуванням конкретних потреб споживачів, що дозволяє сформулювати конкурентні переваги.

Список використаних джерел

1. Підтримка малого і середнього бізнесу в Україні [Електронний ресурс] // Урядовий пор-тал Кабінету Міністрів України. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostannya/pidtrimka-malogo-i-serednogo-pidpriyemnictva>.
2. Пілевич Д. ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/252938/250191>
3. PAVLISHYNA N., RIEZANTSEVA V. MARKETING STRATEGY IN SMALL BUSINESS ENTERPRISES. *Herald of Khmelnytskyi National University*. 2022. Vol. 302, no. 1. P. 185–188. URL: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-302-1-31>

Адамовська В.С.

*к.е.н., доцент, завідувач кафедри
обліку і оподаткування, публічного
управління та адміністрування*

Поросла П.В.

*асистент кафедри обліку і
оподаткування, публічного
управління та адміністрування
Криворізький національний
університет*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОБЛІКУ ТА АУДИТІ

Штучний інтелект (ШІ) стає ключовим інструментом в багатьох сферах сучасного суспільства, і облік та аудит не є винятком. Із зростанням обсягів даних та потреби в швидких та точних аналізах, використання ШІ в цих областях стає необхідністю. Розглянемо, як саме ШІ сприяє підвищенню точності та ефективності в сфері обліку та аудиту.

Однією з ключових переваг використання ШІ в обліку та аудиті є можливість автоматизації рутинних операцій. Алгоритми ШІ можуть виконувати повторювані завдання, такі як перевірка точності документації та аналіз фінансових транзакцій, що дозволяє вивільнити людський ресурс від монотонної роботи та зменшує ймовірність помилок.

ШІ здатен обробляти величезні обсяги фінансової інформації в реальному часі. Аналізуючи ці дані, системи ШІ можуть виявляти зв'язки та патерни, що є важливим аспектом для прийняття обґрунтованих рішень. ШІ відкриває можливості для підвищення якості прогнозування та ризик-аналізу.

ШІ допомагає покращити точність аудиторських перевірок, виявляючи аномалії та невідповідності в фінансових звітах. Автоматизовані системи можуть проводити більш глибокий та точний аналіз даних, забезпечуючи високу достовірність аудиторських висновків.

Інтелектуальні системи ШІ можуть надавати детальний аналіз фінансових даних та рекомендації для прийняття рішень. Це допомагає бізнес-лідерам та аудиторам в ухваленні обґрунтованих стратегічних рішень та вчасному реагуванні на фінансові виклики.

ШІ відіграє ключову роль у підвищенні безпеки фінансової інформації. Системи можуть виявляти потенційні загрози та вчасно реагувати на можливі шахрайські дії, забезпечуючи надійність фінансової звітності.

Таким чином, використання ШІ в обліку та аудиті стає необхідністю в епоху великих обсягів даних та швидкої цифрової трансформації. Застосування ШІ не лише підвищує точність та ефективність процесів, але і дозволяє бізнесам та організаціям приймати обґрунтовані та стратегічні рішення в умовах постійної зміни. Зростання використання ШІ в цих галузях вказує на новий етап розвитку фінансового обліку та аудиту, де технології стають

справжнім партнером у досягненні високих стандартів точності та ефективності.

Адамовська В.С.

*к.е.н., доцент, завідувач кафедри
обліку і оподаткування, публічного
управління та адміністрування*

Поросла П.В.

*асистент кафедри обліку і
оподаткування, публічного
управління та адміністрування
Криворізький національний
університет*

МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Маркетинг є однією із складових управління та адміністративного менеджменту.

Маркетинг та управління взаємодіють при формулюванні стратегічних планів організації. Маркетингові стратегії визначають, як компанія буде представляти та продавати свої товари чи послуги на ринку. Управління при цьому визначає, як ефективно внутрішні ресурси будуть розподілені для досягнення цілей маркетингу.

Сфера послуг невпинно зростає та еволюціонує, вимагаючи від компаній вдосконалення своїх маркетингових стратегій. В умовах зростаючої конкуренції та змін споживацьких уподобань, ефективний маркетинговий облік в сталевому тиску відіграє важливу роль у забезпеченні успіху підприємства.

Маркетинговий облік (або маркетингова бухгалтерія) — це специфічна галузь обліку, яка спрямована на вимірювання та аналіз маркетингової діяльності компанії з точки зору ефективності та результативності.

Основна мета маркетингового обліку полягає в забезпеченні інформацією про те, як маркетингові ресурси (гроші, час, зусилля) витрачаються та як вони призводять до конкретних результатів у сфері продажів, реклами, взаємодії з клієнтами та інших аспектах маркетингу.

Розглянемо ключові аспекти та стратегії маркетингового обліку у сфері послуг.

Початковим кроком у розвитку ефективної маркетингової стратегії для послуг є глибока оцінка та розуміння потреб та очікувань клієнтів. Використовуючи інструменти аналізу даних та здійснюючи взаємодію з клієнтами, компанії можуть визначити ключові елементи, які формують їхнє споживацьке середовище.

Маркетинговий облік передбачає не лише розуміння потреб, а й ефективне сегментування цільової аудиторії. Компанії повинні визначити різноманітні

сегменти ринку та розробляти стратегії позиціонування, щоб найкраще задовольняти потреби кожного сегменту.

Маркетинговий облік вимагає постійного вивчення конкурентів та трендів у сфері послуг. Аналізуючи стратегії конкурентів та реагуючи на ринкові тренди, компанії можуть підтримувати свою конкурентоспроможність та адаптуватися до змін у споживацьких уподобаннях.

В маркетинговому обліку велику роль відіграють ефективні комунікації. Компанії повинні створювати привабливі та релевантні повідомлення, спрямовані на взаємодію зі своєю аудиторією через різноманітні канали - від соціальних мереж до традиційних медіа.

Однією з ключових складових маркетингового обліку є вимірювання результатів. Використовуючи аналітичні інструменти та ключові показники ефективності, компанії можуть оцінювати вплив своїх маркетингових стратегій та вносити корективи для досягнення найкращих результатів.

Таким чином, маркетинговий відділ активно вивчає ринок та конкурентів, що надає управлінцям інформацію для прийняття стратегічних рішень та визначення конкурентної переваги. Узгоджений підхід маркетингу та управління дозволяє компаніям ефективно взаємодіяти з ринком, вдосконалювати свої процеси та досягати стратегічних цілей. Організації, де ці функції співпрацюють, здатні краще адаптуватися до змінних умов ринку та ефективніше досягати своїх цілей.

Маркетинговий облік у сфері послуг вимагає системного та стратегічного підходу. Оцінка клієнтських потреб, сегментація ринку, вивчення конкуренції та ефективні комунікації - це лише деякі з аспектів, які допомагають компаніям оптимізувати свої маркетингові стратегії у сфері послуг. Невпинно вдосконалюючи свій маркетинговий облік, підприємства можуть не лише збільшити свою видимість на ринку, але й стати дійсно впізнаваними та впливовими у своїй галузі.

Архипенко С.В.,
канд. екон. наук, доцент
доцент кафедри
обліку, оподаткування,
публічного управління та
адміністрування
Криворізький національний
університет

Бондаренко І.С.,
здобувач вищої освіти ступеня
магістра
ОПП «Публічне управління та
адміністрування»
спеціальності «Публічне управління
та адміністрування»
Криворізький національний
університет

ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПУБЛІЧНІЙ СФЕРІ ТА АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ЇХ ВИЗНАЧЕННЯ

Зв'язки з громадськістю на сьогодні визначаються як доволі перспективний напрям управлінської діяльності органів публічної влади, оскільки здатні сприяти більш ефективній її реалізації та прискорювати демократичні перетворення у суспільстві. Як відомо, ступінь розвитку демократії визначається участю громадян у співуправлінні державними справами. Ступінь включеності в цей процес може бути різним за глибиною: починаючи від простої участі у виборах, закінчуючи безпосередньою участю в розробці владних рішень через наявні сьогодні інструменти, причому як на рівні громади, так і на загальнодержавному рівні. Тому й важливо наразі заохочувати громадськість до подібної співучасті в державних (місцевих) справах, політичних процесах вже на стадії їх розробки [4].

Децентралізація, а зараз повномасштабна війна, яка відбувається на території України, створюють запит суспільства на перегляд та осучаснення підходів до системи зв'язків з громадськістю, яка виступає складовою механізмом державного управління публічною інформацією через комунікативні канали та забезпечення взаємин у системі «влада – громадянське суспільство» [5].

У ситуації, коли громадянське суспільство розвивається, важливим стає забезпечення ефективної комунікації між владою та громадськістю. Чим більше суспільство знає про соціально-економічні процеси, що відбуваються в країні, та бере активну участь у державних реформах, тим більше шансів на успіх має такий процес модернізації держави. Це підкреслює необхідність ефективної комунікації між державою та громадськістю та забезпечення постійної конструктивної взаємодії між ними.

Саме тому доцільно з'ясувати сутність такого явища, як зв'язки з громадськістю. Наразі серед дослідників точаться дискусії біля питання визначення загальноприйнятого поняття «зв'язки з громадськістю»: за даними деяких науковців налічується понад 400 варіантів цього терміну. Це свідчить про відсутність єдиного категоріального апарату щодо зв'язків з громадськістю.

У сучасній україномовній літературі налічується до 10 слів, які ототожнюють зміст цього визначення: PR", "public relations", "ПР", "Піар", "паблік рилейшнз", "зв'язки з громадськістю", "суспільні зв'язки". У теоретиків немає єдиної думки, яку з цих словесних конструкцій вважати більш точною. Одні дослідники не надають значення вживання конкретного назви в своїх роботах. Зустрічаються випадки вживання скорочень "ПР" та транскрипції "паблік рілейшнз". Існує також практика написання англійськими літерами PR і використання транскрипції україномовною "паблік рілейшнз", а також по досить поширено словосполучення "зв'язки з громадськістю" [2]. Це пов'язано з тим, що саме з розробок науковців із США розпочалися перші дослідження даного феномена. Тому, на нашу думку терміни мають рівноцінне право на використання в наукових працях [2].

Виходячи з цього доцільним є вивчити існуючі підходи до визначення сутності явища PR. Так, зокрема, у соціологічному словнику (видавництво США, 1944 р) зустрічається таке визначення PR: це «теорія і методи, що застосовуються для врегулювання відносин суб'єкта зі своєю громадськістю» [2]. Тобто у широкому сенсі зв'язку з громадськістю - це сукупність інструментів певного суб'єкта, які використовуються відносно певного об'єкта.

Також цьому питанню присвятила увагу ще низка авторів (див. рис. 1).



Рисунок 1 – Підходи до визначення PR (складено авторами на підставі[1])

Аналізуючи рис.1 зазначимо, що практично всі дослідники визначають категорію PR як функцію управління. Також спільним в окреслених підходах є акцент на комунікативній природі PR. Так, Р. Харлоу наголошує на необхідності дотримання принципів спілкування і співпраці між громадськістю і організацією, С. Блек – на встановленні між цими суб'єктами гармонійних та взаємовигідних відносин. Л. Руїс Мендісабаль відзначає, що ці відносини повинні формувати думку про організацію в бажаному для неї напрямі. Також він наголошує на ключовій ролі ЗМІ в цьому процесі. Вітчизняні науковці акцентують увагу на PR як інструменті узгодження дій організації з суспільним інтересами.

Тобто дані підходи мають як спільне, так і певні особливості, які між іншим не суперечать із загальним контекстом.

Список використаних джерел

1. Устименко Т.М. Зв'язки з громадськістю як механізм зворотного зв'язку в системі влади та управління. *Інвестиції: практика та досвід* № 18. 2021. С. 143-148
2. Сопіна О.А. Зв'язки з громадськістю як чинник удосконалення комунікаційного механізму державного управління. *Право та державне управління*. №2. 2021. С.172-177

3. Сопіна О.А. Зміст і сутність поняття «зв'язки з громадськістю» в контексті державного управління. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: державне управління.* №5. 2020. – С. 93-97

*Архипенко С.В.,
канд. екон. наук, доцент
доцент кафедри обліку,
оподаткування, публічного
управління та адміністрування
Криворізький національний
університет*

АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНИХ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ М. КРИВОГО РОГУ

Зв'язки з громадськістю, зокрема в громаді Кривого Рогу, є досить складним процесом, який має відповідну структуру. Комунікативна взаємодія повинна відбуватись постійно, щоб ОМС знали і усвідомлювали реальні потреби та інтереси громади, слідкували за виконанням прийнятих рішень. На підставі такого масиву інформації проводиться аналіз громадської реакції на такі рішення, ступінь їх підтримки тощо [1, с. 3].

Мешканці Кривого Рогу можуть комунікувати з місцевою владою способами, дозволеними чинним законодавством. Формами участі громадськості у справах міста при цьому є: місцевий референдум, громадські слухання, загальні збори чи конференції, місцеві ініціативи, місцеві вибори, утворення органів самоорганізації населення, дорадче опитування, звернення жителів, електронні петиції, листи, участь у робочих комісіях, доступність публічної інформації органів місцевого самоврядування (ОМС) тощо [1, с. 18]

Щоб мати змогу ознайомитись з інформацією щодо ухвалених Криворізькою міською радою (КМР) рішень та станом їх виконання, можна скористатись доступним кожному криворіжцю сервісом «Активний громадянин», розміщеному на веб-сайті Виконкому КМР. Він має активну опцію, яка дозволяє задати та відправити питання чи розказати про проблему. Це передбачає наявність зворотного зв'язку від органу влади у формі відповіді. Проте наразі у зв'язку з оголошенням воєнного стану роботу цього сервісу призупинено разом зі скороченням інформації на офіційному сайті Виконкому КМР. Також зворотній зв'язок із громадськістю міста здійснюється через можливість утворення та функціонування вже діючих політичних партій чи громадських організацій. У Кривому Розі на офіційному обліку знаходиться близько 1000 громадських організацій та 600 політичних партій.

Поте найбільш популярним способом комунікативних зв'язків з владою у криворіжців є подання запитів. Проаналізуємо динаміку запитів мешканців Кривого Рогу до ОМС за різними класифікаційними ознаками за довоєнний період 2019-2021 рр.

Таблиця 1 – Аналіз запитів криворіжців за способом подання

Запити	Кількість запитів по рокам			Абсолютне відхилення		Питома вага, %		
	2019	2020	2021	2019-2020 pp.	2020-2021 pp.	2019	2020	2021
Запити на інформацію, з них:	978	698	862	-280	164	100	100	100
надано особисто	505	290	346	-215	56	52	41	40
надіслано електронною поштою	364	353	445	-11	92	37	51	52
поштою	100	54	71	-46	17	10	8	8
телефоном	9	1	0	-8	-1	1	1	0

Як видно з табл. 1, динаміка загальної кількості запитів за аналізований період є нестійкою. Найбільша їх кількість зафіксована у 2019 році, а найнижча – у 2020 році (зниження на 280 запитів). У 2021 році громадяни були дещо активнішими (на 164 запити), та показників 2019 року так і не було досягнуто. Тенденцію 2020 року до їх зниження обумовлюють в основному спадні тренди по наданим особисто запитам (зниження на 215 шт.). Також охочих відправити запит поштою зменшилось на 46. Позитивна динаміка 2021 року була визначена збільшенням запитів електронною поштою – на 92 шт., що свідчить про вподобання мешканцями більш зручного способу комунікацій з владою. Підтвердженням цього є той факт, що саме за цим способом подачі запитів було перевищено показники 2019 року.

Аналіз структури запитів за способом подання підтверджує вищезгадані тенденції. Дані табл. 1 свідчать, що мешканці міста надають перевагу двом формам подачі: особисто та через електронну пошту. При цьому співвідношення між ними змінюється по рокам на користь електронної пошти: якщо в 2019 році перевага надавалась наданню запитів особисто (52%), то вже наступного року половина запитів складала запити електронною поштою (51%). На 2021 рік ця тенденція збереглась та трохи посилилась (52%). Найменш популярною серед громадськості є подачка запитів за допомогою телефону.

Проаналізуємо запити за суб'єктами подання.

Таблиця 2 – Аналіз запитів криворіжців за суб'єктами подання

Запити	Кількість запитів по рокам			Абсолютне відхилення		Питома вага, %		
	2019	2020	2021	2019-2020 pp.	2020-2021 pp.	2019	2020	2021
Запити на інформацію, з них:	978	698	862	-280	164	100	100	100
запити фізичних осіб	718	458	597	-260	139	73	66	69
запити юридичних осіб	260	240	265	-20	25	27	34	31

З табл. 2 видно, що протягом всіх 3-х аналізованих років переважають запити саме від громадян (фізичних осіб), відповідно й зниження їх активності у 2020 році є досить відчутним у зменшенні загальної кількості запитів. Запити від юридичних осіб складають близько 30% їх загальної кількості протягом

всього періоду аналізу. Частка запитів від громадян у 2019 році була найвищою і складала 73% їх кількості, на кінець аналізованого періоду вона трохи знизилась – до 69%, що суттєво не вплинуло на загальну тенденцію.

Структура запитів за колом інтересів криворіжців показує наступні тенденції.

Таблиця 3 – Структура запитів криворіжців за колом інтересів (галузями)

Запити	Кількість запитів по рокам			Питома вага, %		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Діяльність виконкому	198	170	209	20,2	24,4	24,2
Комунальне господарство	168	92	129	17,2	13,2	15,0
Житлова політика	139	35	22	14,2	5,0	2,6
Земельні відносини	84	50	73	8,6	7,2	8,5
Права, правопорядок	91	31	30	9,3	4,4	3,5
Освіта	68	81	89	7,0	11,6	10,3
Транспорт і зв'язок	52	37	48	5,3	5,3	5,6
Охорона здоров'я	32	39	98	3,3	5,6	11,4
Економічна політика	24	19	10	2,5	2,7	1,2
Бюджетні кошти	23	57	35	2,4	8,2	4,1
Соціальний захист	22	18	38	2,2	2,6	4,4
Культуру	21	14	13	2,1	2,0	1,5
Стан довкілля	13	22	11	1,3	3,2	1,3
Питання сім'ї, дітей та молоді	-	8	12		1,1	1,4
інше	-	-	21			2,4
Всього запити на інформацію	978	698	862	100,0	100,0	100,0

Табл. 3 показує, що найбільшу частку складають запити щодо питань діяльності міської влади: вона стабільно складає трохи більше 1/5 їх загальної кількості. Це підтверджує тезу про постійний інтерес мешканців до організаційної та політичної діяльності міста та роботи Виконкому КМР. Комунальні питання також знаходиться в колі уваги активних громадян, про що свідчить досить висока частка відповідних запитів (від 13% до 15%) протягом досліджуваного періоду. Приблизно однакову питому вагу в загальній кількості запитів (біля 11%) складають запити щодо освіти та охорони здоров'я. Питання економіки міста, соціального захисту, культури та довкілля найменше цікавлять криворіжців з огляду невелику частку запитів щодо цих аспектів.

Список використаних джерел

1. Зялик М.Ф. Роль та значення функцій зв'язків із громадськістю у системі публічного управління. Актуальні проблеми публічного управління та адміністрування. – С.33-49
2. Криворізька міська рада: офіційний сайт - Режим доступу: <https://kr.gov.ua/>

Багаліка Тарас Олексійович
здобувач вищої освіти ступеня
доктора філософії
ОПП “Економіка”
спеціальності 051 “Економіка”
Науковий керівник - д.е.н.,
професор, Томілін О.О.
Полтавський державний аграрний
університет

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ

Агропромислове виробництво дає життєво необхідну людині продукцію: основні продукти харчування і сировину для вироблення предметів споживання. Кооперативні підприємства створюють часткову або повну зайнятість за участю не менше 250 млн. чоловік у всьому світі. У країнах Західної Європи основу сільськогосподарського виробництва становлять фермерські господарства.

Одна з соціально-економічних проблем, яка потребує детального вивчення і значних зусиль – це кооперація в агропромисловому виробництві. Відродження кооперації є радикальним напрямом в розбудові ринкової економічної системи агропромислового виробництва.

Недостатньо дослідженими залишаються питання опрацювання нових моделей та механізмів регулювання, державного впливу на розвиток сільськогосподарської кооперації. Зміни у правовому полі щодо проголошеної мети нормативно-правових актів в цілому висвітлюють основні проблеми, з якими стикаються агропромислові підприємства при обранні шляху доведення власної продукції до кінцевого споживача, а також шляхи вирішення цих питань.

На сьогодні кооперація виступає в ролі важеля відродження сільської інфраструктури, сприяє зменшенню безробіття та стабілізації співвідношення між міським та сільським секторами. Кооперація стає особливо важливою для держави, адже має ряд переваг для стабільного розвитку аграрної сфери [1].

Розвиток сільськогосподарської кооперації на селі зводиться переважно до створення організаційних структур кооперації та характеризується неузгодженістю та спонтанністю дій і заходів з боку органів державної влади, стосовно засад утворення і діяльності сільськогосподарських кооперативів.

Нині сільськогосподарська кооперація перебуває в кризовому стані, але, незважаючи на це, саме вона має значний потенціал у відродженні аграрного сектора економіки України та може вирішити багато проблем з якими нині стикаються товаровиробники.

Поняття кооперація означає залучення суміжних галузей і місцевих науково-освітніх закладів та підтримку конкурентоспроможності своїх послуг на зовнішньому та внутрішньому ринках.

На наш погляд, поняття “кооперація” слід розглядати у трьох площинах, а

саме:

- як організаційно-інституційну структуру;
- враховувати економічну користь від процесу кооперації (або отримання прибутку, або зменшення питомих витрат);
- забезпечувати захист різноманітних інтересів членів і висвітлювати соціальні переваги.

При кооперації основний та обіговий капітал застосовують спільно, розподіляючи його на більшу масу готової продукції, при цьому собівартість одиниці продукції знижується.

Розвиток кооперації може проводитись за наступними напрямками:

- організація кооперативів за умовою спільного використання техніки;
- створення заготівельно-збутових кооперативів;
- створення кооперативів з постачання матеріально-технічних засобів тощо.

Кооперація більш прийнятна для тих, хто передбачає отримання доходів від трудової участі, враховує історичну схильність селян до колективної праці, а при інтеграції максимальний вплив надає розмір вкладеного капіталу, що проявляється комерціалізацією виробництва [2].

Кооперативи здатні забезпечити формування стабільно функціонуючого продовольчого ринку, оскільки вони не міняють так часто свою спеціалізацію і товарну політику, як це роблять підприємства, орієнтовані на інвесторів.

Мета кооперативної підприємницької діяльності – задоволення матеріальних та інших потреб та інтересів своїх членів.

На сьогодні ресурсний потенціал щодо ефективного функціонування сільськогосподарської кооперації в Україні залишається нереалізованим, але розвиток сільськогосподарських кооперативів – один із перспективних напрямів відродження сільськогосподарської кооперації.

Сільськогосподарські кооперативи в обмеженій кількості купують нову техніку та обладнання. Основні засоби вибувають з виробничого потенціалу господарств, а заміни їм сучасною, більш прогресивною технікою відбувається дуже повільно.

Разом з цим, зростання витрат на виробництво продукції у сільськогосподарських кооперативах відбувається і в результаті того, що не враховуються особливості виробничого процесу, що впливає на економічну ефективність діяльності сільськогосподарських товаровиробників.

Кооперативні сільськогосподарські формування дають можливість:

- включити продукцію, вироблену селянськими господарствами, в маркетинговий ланцюг;
- підвищити її додану вартість шляхом покращення первинної обробки і зберігання;
- гарантувати безпечність та якість продукції;
- посилити соціальну відповідальність сільської громади.

Таким чином, в умовах нестачі внутрішніх ресурсів інвестиції можуть виявитися дуже дійовим інструментом оновлення існуючого виробництва та служити ефективним засобом економічного зростання кооперації.

Одним із механізмів регулювання кооперації є формування сприятливого конкурентного середовища шляхом підтримки розвитку альтернативних комерційних структур.

Список використаних джерел

1. Томілін О.О., Тютюнник Ю.М., Бражник Л.В., Дроботя Я.А. Фінансово-економічний словник – довідник / за наук. ред. проф. О.О. Томіліна / Полтава: ПДАУ. 2023. 108 с. URI <https://dspace.pdau.edu.ua/handle/123456789/15028> (дата звернення – 02.01.2024).

2. Безус Р. М., Крючко Л. С. Кооперація та інтеграція в аграрному бізнесі. *Агросвіт*. 2020. № 6. С. 3–9. DOI: [10.32702/2306-6792.2020.6.3](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.6.3) (дата звернення – 02.01.2024).

Безрідний М.

аспірант

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Мілька А.І.

Полтавський університет економіки і торгівлі

БЕЗРОБІТТЯ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

Безробіття є макроекономічною проблемою, притаманною практично кожному світовому суспільству. Воно є невід’ємною складовою ринкової економіки, одним з негативних наслідків самої природи ринку, результатом дії його головного закону – попиту і пропозиції. Чим нижчий рівень соціально-економічного розвитку країни, тим вищий рівень безробіття і навпаки.

Нині Україна перебуває в нестабільній політичній ситуації, що чітко відображається на соціально-економічних аспектах життєдіяльності країни та її регіонів. Згідно з офіційною статистикою, станом на 1 січня 2023 р., статус безробітного мали 186,5 тис. осіб за наявності 21,2 тис. одиниць вакансій. Кількість зареєстрованих безробітних в Україні станом на кінець жовтня 2023 року становила 97,3 тис осіб. Більшість безробітних – жінки (72,1 тис). 22,5 тис безробітних – це молодь віком до 35 років. Найбільше безробітних зареєстровано в Запорізькій (9 тис), Дніпропетровській (7 тис), Харківській (6,7 тис) і Сумській (6,4 тис) областях, найменше – у Чернівецькій (1,2 тис), Закарпатській (1,5 тис) і Тернопільській (1,8 тис) областях.

Два роки тому, до повномасштабного вторгнення, станом на кінець жовтня 2021 року, в Україні було 260,7 тис безробітних, із них 167,3 тис жінок і 71,7 тис осіб, молодших за 35 років. Кількість безробітних, які станом на кінець жовтня 2023 року отримували допомогу з безробіття, становила 38,6 тис (у 2022 році – 194,7 тис, у 2021 році – 213,7 тис).

Проблемам безробіття присвячені праці С. Бандура, І. Бондар, І. Давидова, Д. Богиня, Г. Волинський, В. Геєць, В. Герасимчук, О. Грішнова, С. Дзюба, С. Дорогунцов, С. Кузнєцова, Є. Лібанова, Ю. Маршавін, Я. Міклош, С. Мочерний, В. Скульська, А. Чухно, І. Моцін та ін. Про актуальність дослідження проблеми безробіття свідчать публікації та наукові дослідження провідних зарубіжних науковців. Окремі аспекти безробіття, причини його виникнення та шляхи регулювання досліджували Дж. Акерлоф, Л. Гроган, П.

Дайамонд, Джекман, Дж.М. Кейнс, Т. Мальтус, К. Маркс, Д. Рікардо, А. Пігу, М.Фрідмен, А. Сміт, Д. Хікс та ін.

Першу спробу пояснити сутність і причини безробіття зробив англійський економіст Т. Мальтус. За теорією Мальтуса безробіття спричинене надто швидким зростанням чисельності населення, яке випереджає збільшення кількості засобів до існування [3].

Згідно зі статтею 1 Закону України «Про зайнятість населення», безробіття - соціально-економічне явище, за якого частина осіб не має змоги реалізувати своє право на працю та отримання заробітної плати (винагороди) як джерела існування [4].

Згідно визначення Міжнародної організації праці (МОП), безробіття – це складне соціально-економічне явище, при якому частина економічно активного населення не має роботи й заробітку [2].

Безробіття – це стан ринку робочої сили за умов, коли пропозиція робочої сили перевищує попит на неї. Безробіття – ситуація тимчасової незайнятості частини працездатного населення. У абсолютному вираженні вона характеризується чисельністю працездатного населення, що не має роботи і знаходиться в стані її пошуку [2].

Зазначаємо, що безробіття – це макроекономічна проблема, що зумовлена певними факторами: зміни в економіці, уповільнення економічного зростання, співвідношення цін на базові фактори виробництва, недостатня сукупність попиту, інфляція, недосконале законодавство про працю, низький рівень професійного навчання та перепідготовки, тощо[3].

З огляду на це, до базових факторів, що спричиняють безробіття, належать:

- відсутність сукупного платоспроможного попиту;
- низька мобільність наявної робочої сили;
- наявні структурні зміни в економіці;
- існуюча дискримінація на ринку праці, зокрема жінок, молоді, а також національ-них меншин;
- демографічні зміни чисельності та складу наявної робочої сили;
- зниження сезонних обсягів рівня виробництва окремих галузей економіки [2, 3].

Отже, безробіття – це явище не тільки економічне, а й соціальне. Воно безпосередньо пов'язане з діючою політикою держави, зниженням професійної кваліфікації працівників, трудовою міграцією населення, зниженням податків для підприємств.

Список використаних джерел

1. Безробітні. Юридична енциклопедія / Бабаскін А.Ю. та ін.; ред. Ю. С. Шемшученко. Київ. Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана. 1998. Т. 1: А – Г. 672 с.
2. Крамаренко К. М., Губарев С. С. Безробіття населення як макроекономічна проблема. *Молодий вчений*. 2014. № 6(1). С. 147-150.
3. Небава М.І. Теорія макроекономіки : навч. посібник. Київ : ВД «Слово», 2005. 536 с.
4. Про зайнятість населення : Закон України від 05.07.2012 р. № 5067-VI. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text> (дата звернення: 08.01.2024).

Білогрась Р.М.

здобувач вищої освіти ступеня

магістра

ОПП 073 «Менеджмент»

спеціальності «Менеджмент

організацій та адміністрування»

Науковий керівник: Минів Р.М.

к.е.н., доц.

Львівський національний

університет

ветеринарної медицини та

біотехнологій імені С.З. Гжицького

ЗАСТОСУВАННЯ МАРЖИНАЛЬНОГО АНАЛІЗУ В ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Визначити, як мають бути розподілені ресурси між аграрними підприємствами в межах галузі можна, зіставляючи граничні вигоди та витрати за допомогою маржинального аналізу. Методологія та методи оптимізації факторів виробництва на основі маржинального аналізу сприяють підвищенню ефективності сільського господарства за рахунок внутрішніх резервів.

Маючи цей аналіз, оцінку існуючих методик маржиналізму і склавши власне уявлення про роль процесі виробництва наявності, співвідношення, вартості та характеру використання наявних ресурсів, а також, маючи на увазі необхідність кожному суб'єкту економіки формувати міцну основу свого функціонування в ринкових умовах, ми сформулювали такі напрями оптимізації внутрішнього потенціалу сільського господарства.

1. З метою підвищення ефективності функціонування аграрних підприємств за рахунок покращення ресурсного потенціалу варто оптимізувати співвідношення використовуваних ними факторів виробництва з урахуванням маржинального аналізу. Оптимізація передбачає заміну одного фактора іншим, більш продуктивним і дешевим, доцільно змінювати кількість капіталу і праці, при цьому земля виступає незамінним фактором.

2. Враховуючи існування різних ефектів від масштабів виробництва, ми пропонуємо оптимізувати співвідношення факторів та обсягів виробництва для малих, середніх та великих підприємств окремо.

3. Процес оптимізації факторів виробництва та обсягів випуску продукції необхідно здійснювати у два основні етапи. Перший етап включає оптимізацію співвідношення праці та капіталу, другий – визначення обсягів праці, капіталу та продукції, що максимізують прибуток.

4. Методика оптимізації факторів виробництва, в рамках методологічного підходу, включає у собі ряд послідовних операцій, починаючи з диференціації господарств та виділення груп досліджуваних підприємств за розмірами; виявлення ролі головних факторів у виробництві у цих групах та залежності витрат від їх кількості; визначення оптимального співвідношення праці та

капіталу, а також їх елементів у кожній організації; визначення необхідних приростів продукції та факторів для організацій кожної групи, що дозволяють досягти таких же фінансових результатів, як у організацій з максимальним прибутком, які доцільно розглядати як певний зразок функціонування, через досягнення ними високих показників ефективності виробництва в порівнянні з істотно відстають від цього рівня господарствами.

Ці висновки дозволили в ході виконання нами емпіричного дослідження сформулювати новий, у певному відношенні, підхід та визначити послідовність статистичних логічно обґрунтованих перетворень для отримання відповіді та прийняття рішення в рамках поставлених завдань.

Наші основні висновки сформульовані з використанням диференціації аграрних підприємств за ознакою переважання того чи іншого фактору виробництва.

Для досягнення зростання прибутку у виділеному процесі у першому типі малих трудомістких організацій необхідно збільшення обсягів використовуваних в оптимальному співвідношенні праці та капіталу та обсягів випуску продукції. У господарствах другого типу, які є середніми землеємними, необхідно збільшення обсягу капіталу та обсягу випуску продукції. До третього типу господарств належать великі капіталомісткі організації, які мають спадну віддачу від масштабів виробництва. Щоб максимізувати прибуток у цих господарствах потрібно інтенсивніше використовувати наявні основні фонди. Четвертому типу організацій – надвеликих капіталомістких, доцільно нарощувати обсяги виробництва продукції за рахунок інтенсивного використання наявних потужностей та додаткового залучення трудових ресурсів.

Виконані дослідження безперечно свідчать про те, що методологія вивчення проблематики оптимізації та підвищення ефективності аграрних підприємств ґрунтуються на визначенні як дослідження об'єкта – аграрні підприємства та галузі; предмета – виробничі процеси, що знаходяться під впливом факторів внутрішньої та зовнішнього середовища; як цілі та завдання – отримання максимального виходу валової, товарної, чистої продукції, прибутку, мінімізація витрат ресурсів та часу на виробництво продукції; як методи економіко-статистичне та економіко-математичне моделювання, що дозволяють оптимізувати роботу всієї сукупності аграрних підприємств, їх успішної або депресивної частини, окремих галузей сільського господарства, галузей агропромислового комплексу.

Можна також обґрунтувати розміщення аграрної галузі по території країни на основі вдосконалення спеціалізації виробництва. Такі методи при використанні враховують вплив факторів внутрішнього середовища – праці, капіталу, землі, інформації, технологій та зовнішньої – повноту займаних ринкових ніш, задоволення потреб населення, постачальників дешевих ресурсів, інвестиційне середовище, природно-кліматичні умови, податкову політику, інформацію, демографію, територіальне розташування господарств, державну політику та правове середовище, наявність галузей кормо

виробництва та переробки сільськогосподарської сировини , технічний потенціал.

У зв'язку зі сказаним, цілком виправдано зробити висновок про те, що методологія оптимізації факторів внутрішнього та зовнішнього середовища сільського господарства може бути представлена ємністю системою, яка потребує доопрацювання. Справа в тому, що в даний час вже є дослідження, що доводять більше складне побудова доквілля, чим здатна оцінити відома вже методологія.

Нами доведено, що зовнішнє середовище складається з чотирьох ієрархічно підпорядкованих рівнів – глобального, національного, регіонального та галузевого простору, кожен з яких представлений економічними, політичними, соціальними, технологічними, інформаційними, військовими, природними, екологічними та правовими групами факторів.

Удосконалення методології має перебувати в обліку дії перерахованих вище факторів в економіко-статистичних та економіко-математичних моделях розвитку сільського господарства. Це дозволить з більшою результативністю, ніж нині, обґрунтувати зміни в управлінській практиці з метою подальшого розвитку сільськогосподарських галузей виробництва.

Список використаних джерел

- 1.Булкін С. С. Особливості формування безбитковості та економічної ефективності сільськогосподарських підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 238–240.
- 2.Воронецька І. С., Рибаченко О. М., Корнійчук О. О. Застосування маржинального аналізу для оцінки ефективності використання кормів у молочному скотарстві. *Агросвіт*. 2013. № 6. С. 39–45.
- 3.Посохов І. М., Жадан Ю. В. Маржинальний аналіз підприємств олійно-жирової галузі в умовах невизначеності та ризику. *Бізнесінформ*. № 4 '2019. С.252-260.
- 4.Тлущкевич Н.В., Нужна О.А. Застосування маржинального аналізу для прийняття управлінських рішень. *Економічний форум*, 1(4), 2021. С.145-151. <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2021-4-20>

Бірюков Є.В.

*аспірант кафедри смарт-економіки,
Київський національний університет
технологій та дизайну*

Науковий керівник: д.е.н., проф.

Радіонова Н.Й.

*Київський національний університет
технологій та дизайну*

ІНСТРУМЕНТИ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ В СЕРЕДОВИЩІ БІЗНЕСУ ЗА УМОВ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ 5.0

Індустрія 5.0 – це нова ера промислової революції, яка характеризується злиттям цифрових та фізичних технологій. Концепція Індустрії 5.0 спрямована на потребу розвитку людино-орієнтованих та життєздатних галузей

промисловості, ставить людину в центр уваги і представляє її як найважливіший ресурс організацій, фокусується на навичках творчого мислення людини та визначає співпрацю у рамках «людино-машина» як ключ до забезпечення гнучкості та маневреності галузей економіки [1]. Різні види бізнесу можуть відігравати провідну роль у вирішенні проблем суспільства, зокрема збереження ресурсів, зміну клімату та соціальної стабільності. Новий напрям розширює можливості працівників, а також задовольняє зростаючі потреби персоналу у навичках та навчанні. Основна увага має приділятися не стільки автоматизації процесів, а створенню гнучких, адаптивних і стійких галузей завдяки використанню технологій та інструментів для розширення можливостей та просування талантів, навичок та компетенцій працівників. Це підвищує конкурентоспроможність промисловості та допомагає залучати найкращі таланти [4]. Впровадження принципів Індустрії 5.0 спричинить значні зміни у специфіці діяльності бізнесу і потребуватиме нових навичок та знань від персоналу.

Варто виокремити такі інструменти навчання персоналу, які стануть важливими в нових умовах розвитку економіки та бізнесу:

1. Віртуальна і доповнена реальність. Ці різновиди реальності можуть використовуватися для створення реалістичних навчальних середовищ, які дозволяють співробітникам реалізовувати свої знання та практикувати набуті навички в безпечному та контрольованому середовищі.
2. Штучний інтелект, який може застосовуватися для персоналізації навчання та надання співробітникам відгуків у режимі реального часу [2].
3. Відкриті онлайн-курси, які пропонують доступ до недорогих та гнучких онлайн-курсів з широкого кола тем.
4. Мікронавчання, що передбачає доставку коротких, орієнтованих на завдання навчальних модулів, які можна швидко засвоїти.
5. Навчання на основі даних, яке використовує дані для аналізу того, як люди навчаються, та для розробки більш ефективних навчальних програм.
6. Менторство та коучинг для допомоги співробітникам у розвитку навичок та знань, необхідних для успіху в нових умовах функціонування.
7. Самоосвіта, що стає все більш важливою в умовах, коли технології швидко змінюються. Співробітники повинні бути готові самостійно навчатися новим навичкам та знанням [4].

Наприклад, використання віртуальної і доповненої реальності у навчанні персоналу може відбуватись з допомогою:

- Симуляції та тренажерів, які дозволяють створювати віртуальні середовища, що відтворюють реальні умови роботи. Персонал може отримати навички та досвід, не виходячи з реального офісу організації.

- Тренінгів з безпеки, котрі можна використовувати для проведення навчання з питань безпеки та навколишнього середовища, де працівники відчуватимуть реальність ризиків та вивчатимуть ефективні заходи безпеки.

- Моделювання процесів виробництва, яке спрямоване на допомогу персоналу, щоб реально спостерігати та контролювати процеси виробництва, додаючи інформацію та візуалізації до реального робочого середовища [3].

- Навчання обслуговування та ремонту, що може бути використане для тренування технік обслуговування та ремонту обладнання, дозволяючи працівникам відчувати себе в реальних умовах.

- Віртуальних екскурсій та навчальних маршрутів, які спрямовані на організування віртуальних та інтерактивних напрямів, щоб працівники могли ознайомитися з новими технологіями та обладнанням.

- Співпраці віддалено. Віртуальну реальність можна застосувати для організації віртуальних зустрічей та командних проєктів, що дозволяє співробітникам працювати в режимі реального часу навіть на великій відстані.

Важливо розуміти, що не існує єдиного універсального інструменту навчання персоналу. Найкращий підхід буде залежати від чітких потреб бізнесу та його співробітників.

Водночас, брак кваліфікованих кадрів, які мають відповідні новітні навички викликає труднощі для бізнесу у процесі пошуку та найму потрібних їм фахівців. Висока вартість навчання персоналу новим навичкам може постати проблемою для малих та середніх підприємств, які мають обмежені бюджети.

Список використаних джерел:

1. Breque M., De Nul L., Petridis A. Industry 5.0: Towards a Sustainable, Human Centric and Resilient European Industry. Luxembourg, LU: European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, 2021. 304 p.

2. Круглякова В.В., Юринець З.В. Інноваційний потенціал суб'єктів господарювання харчової промисловості України: монографія. Львів: ГАЛИЧ-ПРЕС. 2019. 132 с.

3. Юринець З. В., Юринець Р. В. Венчурний капітал та стратегічний розвиток інноваційного бізнесу. Журнал Прикарпатського університету імені Василя Стефаника. 2023. Т. 10. № 2. С. 15-23

4. Юринець З. В., Юринець Р. В. Соціально-психологічний клімат молодіжного стартап-підприємництва в умовах стратегічного розвитку інновацій. Acta Academiae Beregsasiensis. Economics. 2022. №1. С. 162-171

Брадул О.М.

*д.е.н., проф., професор кафедри
обліку, оподаткування,
публічного управління та
адміністрування
Криворізький національний
університет*

Юнацький М.О.

*к.е.н., доц., доцент кафедри
цивільного та господарського права
Донецький державний університет
внутрішніх справ*

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ АУДИТУ В УКРАЇНІ: ІДЕЇ, ВИКЛИКИ ТА ПРАКТИКА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Український аудиторський ландшафт розвивався відповідно до глобальних економічних тенденцій і міжнародної нормативної бази. Із зростанням інтеграції у світовий ринок українські фірми змушені привести свою аудиторську практику у відповідність з міжнародними нормами. Це зумовлює необхідність комплексного вивчення основних тенденцій розвитку аудиту в Україні.

В Україні виникнення та розвиток аудиту розпочалося з прийняттям у 1993 році першої редакції Закону України «Про аудиторську діяльність», де вже піднімалось питання нагляду та контролю над аудиторською діяльністю. В 2017 році прийнято новий Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [1] та нормативно-правові акти, що спрямовані на реалізацію його норм. На сьогодні, українському аудиту вже майже 30 років. В період формування українського інституту аудиту, зміна законодавства відбувається шляхом запозичення зовнішніх норм регулювання. Це пов'язано, в першу чергу, з процесом імплементації українського законодавства до європейського та адаптацією механізмів регулювання аудиторської діяльності в Україні до їх вимог [2].

Виникнення та розвиток аудиту в Україні тісно пов'язане з прийняттям міжнародних норм. Історично Україна привела свою аудиторську практику до світових стандартів для підвищення прозорості та підзвітності. Інтеграція міжнародних стандартів не лише сприяла створенню надійнішої системи аудиту, але й позиціонувала українські фірми на світовій арені.

Європейський Союз служить відповідним орієнтиром для розуміння впливу міжнародних стандартів на якість аудиту. Країни-члени ЄС гармонізували свою аудиторську практику шляхом прийняття Регламенту [3] та Директиви ЄС щодо аудиту [4], спрямованих на підвищення якості аудиту та зміцнення довіри інвесторів. Ця стандартизація сприяла більш єдиному та прозорому аудиту в країнах ЄС.

Якість аудиторських послуг є багатогранним поняттям, часто закріпленим у законодавчій базі країни. В Україні розуміння законодавчого визначення «якості аудиторських послуг» мало б вирішальне значення для створення основи досконалості аудиту.

На законодавчому рівні не встановлено дефініції «якість аудиторських послуг». На практиці застосовують такі визначення якості, як «максимальне задоволення інформаційних потреб», «гарантує довіру громадськості до результатів роботи аудиторів», «відповідність стандарту», «відповідність світовому рівню», «відповідність міжнародній практиці», тощо [5; 6]

Європейський Союз, визнаючи важливість стандартизованого підходу до якості аудиту, виклав всеохоплюючу законодавчу базу через Регламент та Директиву ЄС щодо аудиту [3,4]. Ці правила встановлюють загальне нормативне середовище, наголошуючи на незалежності та об'єктивності аудиторів, забезпечуючи послідовне застосування стандартів аудиту та покращуючи загальну якість аудиторських послуг у державах-членах.

Підставою для аудиторського висновку є складання фінансової та нефінансової звітності. Однак цей процес не позбавлений труднощів. Одна значна перешкода полягає в складності застосування міжнародних стандартів в українському контексті. Розбіжності в нормативному середовищі та практиках звітності створюють складні проблеми, які аудитори повинні вирішити, щоб забезпечити якість своїх послуг.

У Європейському Союзі прийняття Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) сприяло гармонізованому підходу до фінансової звітності. Країни-члени ЄС зобов'язані дотримуватися МСФЗ, заохочуючи послідовність і порівнянність фінансових звітів. Ця стандартизована структура звітності спрощує процес аудиту, підвищуючи якість і надійність фінансової інформації.

Одним із основних викликів забезпечення якості фінансової звітності в Україні є ефективне застосування міжнародних стандартів [7]. Хоча ці стандарти забезпечують надійну основу для фінансової звітності, їх адаптація до українського контексту натрапляє на перешкоди, пов'язані з різною практикою ведення бізнесу, культурними нюансами та нормативними розбіжностями. Подолання цього розриву має важливе значення для досягнення однаковості та забезпечення високої якості фінансової звітності.

У Європейському Союзі проблеми, пов'язані із застосуванням міжнародних стандартів, пом'якшуються широким впровадженням МСФЗ. Ця загальна мова фінансової звітності сприяє транскордонним інвестиціям і зміцнює довіру до фінансових ринків. Українські аудитори можуть отримати цінні уроки з досвіду ЄС у подоланні викликів, пов'язаних із застосуванням міжнародних стандартів.

Ефективність зовнішніх і внутрішніх систем контролю якості має ключове значення для забезпечення якості аудиту. Зовнішні системи, часто регуляторні органи, відіграють вирішальну роль у встановленні та забезпеченні дотримання стандартів. Внутрішньо фірми повинні запровадити надійні механізми контролю якості, щоб підтримувати цілісність своїх процесів аудиту.

Встановлення балансу між системами зовнішнього та внутрішнього контролю має важливе значення для сприяння довірі та надійності аудиторських послуг.

Європейський Союз, як колективне утворення, запровадив низку стратегій для постійного покращення якості аудиту. Це включає регулярне оновлення нормативно-правової бази, сприяння безперервній професійній освіті та заохочення транскордонної співпраці між регуляторними органами. Українські аудитори можуть отримати користь від впровадження цих стратегій у свою практику для підвищення загальної якості аудитів.

На завершення, визначення загальних тенденцій, аналіз викликів та дослідження стратегій для покращення якості аудиту в Україні підкреслюють критичну важливість цього аспекту в сучасному бізнес-середовищі. Оскільки Україна продовжує інтегруватися у світовий ринок, якість аудиторських послуг стає не лише нормативною вимогою, але й визначальним фактором конкурентоспроможності фірми. Вирішуючи виклики та впроваджуючи стратегічні рекомендації, Україна може створити надійне аудиторське середовище, яке відповідає міжнародним стандартам, що зрештою сприятиме зростанню та прозорості її бізнес-сектору. Порівняння з Європейським Союзом дає цінну інформацію та потенційні рішення для українських аудиторів, пропонуючи шлях до постійного покращення якості аудиту.

Список використаних джерел

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21.12.2017 р. No 2258-VIII: Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text> (дата звернення: 14.01.2024).

2. Петрик О. Аудит в умовах сталого розвитку : монографія. ред. Київ: КНЕУ, 2021. 231 с.4.

3. Regulation (EU) No 537/2014 of the European Parliament and of the Council of 16 April 2014 on specific requirements regarding statutory audit of public-interest entities and repealing Commission Decision 2005/909/EC Text with EEA relevance URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32014R0537> (дата звернення: 14.01.2024)

4. Directive 2014/56/EU of the European Parliament and of the Council of 16 April 2014 amending Directive 2006/43/EC on statutory audits of annual accounts and consolidated accounts Text with EEA relevance. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2014/56/oj> (дата звернення: 14.01.2024)

5. Крот Ю., Бразілій Н. Сучасна система нагляду та контролю над якістю аудиторських послуг в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. No 28(2). С. 7–11. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_28\(2\)_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_28(2)_3) (дата звернення: 14.01.2024).

6. Разборська О., Пудкалюк Х. Якість аудиторських послуг в Україні. *Економічний аналіз*. 2018. Т. 28. No 4. С. 67–75. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/1634> (дата звернення: 14.01.2024).

7. Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ, МСФЗ для МСП, включаючи МСБО та тлумачення КТМФЗ, ПКТ). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_010#Text (дата звернення: 14.01.2024)

Будим Т.А., Сасенко І.А.

здобувачі вищої освіти ступеня

магістра

ОПП “Облік і аудит”

спеціальності “Облік і

оподаткування”

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Мілька А.І.

Полтавський університет економіки

і торгівлі

ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ У КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах конкуренції проблема ефективного управління підприємствами набула особливо важливого значення. Найбільш ефективний вибір напряму розвитку, визначуваний співвідношенням результату й витрат як грошового феномена, відбувається у разі орієнтації на прибуток, період часу отримання якого може бути короткочасним. Саме прибуток як важливий параметр (критерій) ефективності управління підприємствами обумовив виникнення та формування низки інструментів, які дозволяли не тільки забезпечувати прибутковість, рентабельність і ефективність господарської діяльності, але і формувати довгострокові конкурентні переваги не тільки на національних ринках, але і світових.

Вагомий внесок у дослідження ефективності діяльності підприємств зробили як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: Л. Абалкін, І. Бланк, Р. Валевиц, В. Власенко, В. Гонжаров, В. Гросул, Г. Єфремова, Є. Коробейнікова, А. Крим, В. Кулішов, І. Мельник, А. Мілька, С. Покропивний, тощо.

Ефективність – загальноєкономічна категорія, суть якої полягає у тому, щоб досягнути виробничих цілей із найменшими затратами наявних ресурсів [1].

А. Куценко визначає ефективність як категорію, яка властива лише цілеспрямованій дії і насамперед означає ступінь досягнення мети, що, у свою чергу, передбачає отримання бажаного запланованого позитивного результату, але за умови підвищення продуктивності праці та мінімізації витрат [2].

Існує ціла низка підходів, що дозволяють підвищити економічну ефективність підприємства та сформувати конкурентні переваги, наприклад: кайдзен, канбан, «бережливе виробництво»; системи «АВС-костинг» і «стандарт-костинг», системи «тангер-кост», реструктуризація, бюджетування, концепція управління вартістю підприємства. Інші інструменти значною мірою враховують соціальні фактори, зокрема збалансована система показників, бенчмаркетинг, маркетинг тощо. Складність процесу управління підприємствами полягає у тому, що кожний із цих видів інструменту можна одночасно використовувати як для організації окремого бізнес-процесу, так і водночас окремо (рис. 1.).

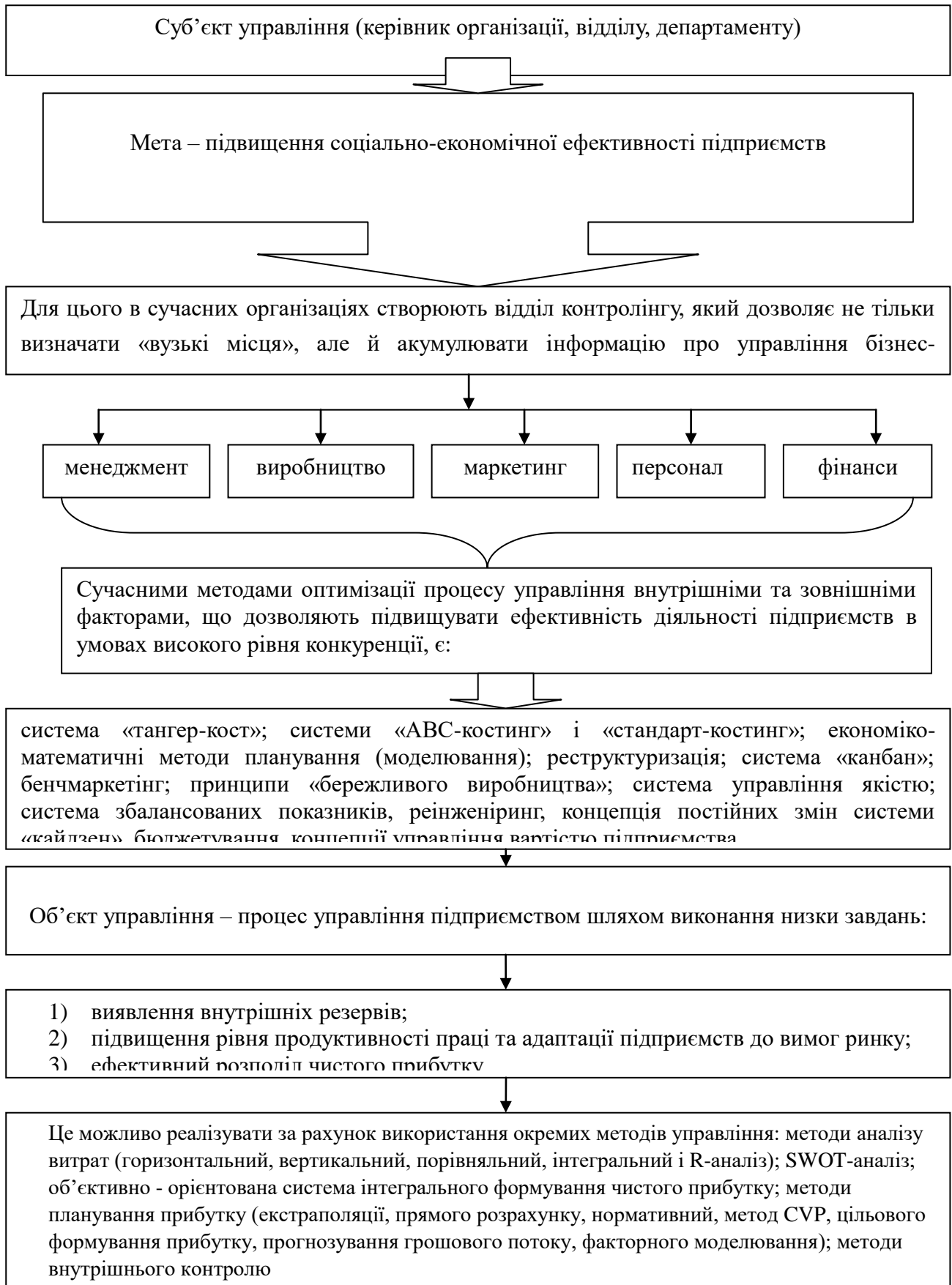


Рис. 1. Інструментарій управління підприємствами у контексті підвищення ефективності її діяльності (розроблено авторами)

Таким чином, на сьогодні існує низка управлінських інструментів, які дозволяють управляти підприємствами в умовах динамічного, зовнішнього середовища та враховувати вимоги часу. Адже підприємство не може існувати без прибутку, який є основним джерелом коштів, що забезпечує його життєдіяльність, а враховуючи, що постійно відбуваються зміни ці інструменти з часом будуть удосконалюватися та диверсифікуватися, що потребує проведення досліджень в подальшому.

Список використаних джерел

1. Мілька А. І. Аналіз сучасного інструментарію управління прибутковістю підприємства в ринкових умовах господарювання. *Збірник наукових праць «Економічний аналіз»*. 2011. Вип. 9, Ч. 2. С. 331–334.
2. Мілька А. І., Чижик Т.В. Інструментарій управління підприємствами у контексті підвищення ефективності їх діяльності. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 3 (20). С. 285-291.

*Вербицька Г.Л., к.е.н., доц.
Національний університет
«Львівська політехніка»*

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Інноваційна безпека включає в себе широкий спектр заходів і стратегій, спрямованих на захист інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств від зовнішніх загроз і ризиків. Забезпечення інноваційної безпеки України неможливе без застосування штучного інтелекту. Використання штучного інтелекту для розробки нових технологій зможе допомогти Україні підвищити конкурентоспроможність продукції у світовому економічному середовищі. Штучний інтелект відкриває безліч можливостей для розробки нових технологій і вдосконалення виробничих процесів, покращення якості та ефективності виробництва, зниження витрат та ризиків, швидкого адаптування до змін на світовому ринку та підвищення інноваційної безпеки держави.

Під поняттям «штучний інтелект» можна розуміти розділ комп'ютерної лінгвістики та інформатики, котрий вивчає найефективніші алгоритми самостійного пошуку та прийняття рішень шляхом формалізації проблем та завдань, подібних до тих, які виконує людина та тих, які вона не спроможна виконати [2]. Це означає, що штучний інтелект спрямований на розвиток алгоритмів та моделей, які дозволяють комп'ютерам «мислити» та вирішувати проблеми, які зазвичай вимагають людського інтелекту.

Штучний інтелект є основою економіки всіх розвинутих країн світу, зокрема США. Ця країна щорічно витрачає значну суму грошей на розвиток штучного інтелекту, Так, у У 2022 р. Google, Facebook, Microsoft, Apple і Amazon разом витратили \$198,9 млрд дослідження штучного інтелекту й

розробку, а сам лише Пентагон спрямував \$132 млрд. на ту ж статтю витрат включно з випробуванням і оцінкою нової зброї та інструментів [3].

На сьогоднішній день в Україні штучний інтелект вже почав відігравати значущу роль у промисловості, але рівень його використання може коливатися в залежності від конкретного сектору та підприємства. Повноцінний розвиток інноваційної діяльності вітчизняних підприємств неможливий без виробництва високотехнологічної продукції, яку, власне, і можна назвати такою завдяки наявному в ній штучному інтелекту.

В Україні штучний інтелект активно використовують у різних напрямках, насамперед у сфері військових технологій. Він допомагає фіксувати переміщення техніки та особового складу окупантів, збивати ворожі ракети, ефективніше наводити на цілі БПЛА тощо. Штучний інтелект має потенціал революціонізувати публічне управління, зробивши його більш ефективним, справедливим і прозорим. Він може використовуватися для автоматизації завдань, які в даний час виконуються людьми, для надання кращих послуг громадянам і для прийняття більш обґрунтованих рішень. Штучний інтелект також може використовуватися для вирішення таких нагальних проблем у публічному управлінні, як корупція та дискримінація. Водночас, штучний інтелект можна використовувати для підвищення безпеки і захисту під час виявлення шахрайства і кібератак, прогнозування та запобігання нещасним випадкам, а також – моніторингу громадських місць стосовно підозрілої активності.

Україна має великий потенціал у сфері штучного інтелекту. Вітчизняна ІТ-галузь в 2022 р. принесла в економіку України 7,35 млрд. дол. експортних надходжень, що на 5,8% більше в порівнянні з 2021 р. [1]. Щоб змінити цю ситуацію, важливо активізувати розвиток вітчизняної промисловості шляхом співпраці між ІТ-компаніями та промисловими підприємствами. Це сприятиме розвитку нових інноваційних технологій, створенню нових робочих місць та збільшенню конкурентоспроможності українських підприємств на світовому ринку. Для підтримки такого розвитку важливо створити сприятливе інвестиційне та бізнес-середовище, залучити фахівців з ІТ-галузі для співпраці з промисловими підприємствами та проводити спеціалізовані навчальні програми для підготовки висококваліфікованих кадрів.

Відсутність поступального розвитку вітчизняної промисловості відображається на основних статтях експорту. На світовому ринку товарів Україну знають як аграрного виробника та експортера металопродукції з низькою доданою вартістю – чавуну, напівфабрикатів і деяких видів прокату. В той час, як понад 95% ІТ продуктів та послуг експортуються за кордон. Тому перед органами публічного управління постає завдання змінити цей негативний тренд, оскільки галузь обслуговує чужі економіки світу.

Можливим напрямком активного впровадження штучного інтелекту в інноваційні рішення є Інтернет речей. Ця концепція передбачає виконання пристроями певних дій без втручання людини. Використання штучного інтелекту в Інтернеті речей відкриває широкі можливості для реалізації інноваційних рішень в різних сферах, включаючи енергетику, транспорт,

охорону здоров'я, виробництво та багато інших. Це може призвести до підвищення ефективності виробництва, зниження витрат і поліпшення інноваційної безпеки. Однак для того, щоб впровадження Інтернету речей було успішним, органи публічного управління України повинні забезпечити співпрацю з приватним сектором, а також на законодавчому рівні закріпити надання пільгових кредитів для підприємств, які виготовлятимуть інноваційну продукцію нового покоління.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.11.2023).
2. Кузьомко В.М., Бурангулова В.В. Можливості використання штучного інтелекту в діяльності сучасних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 32. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/808/775> (дата звернення: 27.12.2023).
3. Як США розвиває штучний інтелект для захисту країни? *Forbes*. 29 жовтня 2023 р. URL: <https://forbes.ua/innovations/i-khochetsya-i-kolitsya-pentagon-vitrachae-na-doslidzhennya-i-rozrobki-132-mlrd-i-kremnieva-dolina-ne-proti-otrimati-shmatok-tsogo-piroga-ta-e-nyuansi-pishe-wp-25102023-16897> (дата звернення: 27.12.2023).

*Герчанівська С. В., к.е.н., доцент
Відокремлений підрозділ
Національного університету
біоресурсів і природокористування
України «Бережанський
агротехнічний інститут»*

ОСОБЛИВОТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Динамічний розвиток сучасного ринку та стрімкий вплив науково-технічного прогресу посилюють необхідність стратегічного планування діяльності підприємств. Міжнародна конкуренція, поширення іноземних товарів на українському ринку, зниження конкурентоспроможності продукції вітчизняного виробництва зумовлюють розгляд стратегічного планування як першочергової управлінської проблеми, вирішення якої забезпечить виживання бізнесу в економічному середовищі.

Стратегічне планування – це мистецтво створення конкретних бізнес-стратегій, їх впровадження та оцінки результатів виконання плану з огляду на загальні довгострокові цілі або бажання підприємства. Це концепція, яка зосереджена на інтеграції різних відділів (таких як бухгалтерський облік, фінанси, маркетинг, кадри) всередині підприємства для досягнення його стратегічних цілей [2].

Стратегічне планування – це процес (безперервний, системний, адаптивний, управлінський), набір дій і рішень, довготривала програма, планова робота.

У довгостроковій перспективі кожне підприємство визначає свою основну мету функціонування та розвитку. Але основною узагальнюючою функцією планування можна назвати досягнення високої конкурентоспроможності на ринку. Другою, не менш важливою, є функція інформативності підприємства про сучасний стан та тенденції на ринку, на якому воно працює, оскільки, не маючи достовірної інформації про галузь, основних конкурентів, ціни тощо, менеджери не можуть приймати раціональні управлінські рішення.

Принципи стратегічного планування визначають характер і зміст планової діяльності підприємства. Правильне дотримання принципів стратегічного планування створює передумови для ефективної роботи та зменшує можливість негативних результатів планування.

Виділяють такі принципи формування стратегічних планів: ієрархічність планування, при цьому поточні плани завжди повинні бути частиною стратегічного планування; соціальність планування – плани повинні створюватись з урахуванням всіх соціальних проблем населення та загалом мати позитивний економічний ефект; ранжування, визначення значимості та пріоритетності завдань; альтернативність – швидко адаптуватись до зовнішніх і внутрішніх змін; економічне обґрунтування, що побудоване на фінансових показниках; автоматизація процесу планування [3].

При плануванні діяльності підприємства необхідно враховувати певні чинники, що обмежують або сповільнюють цей процес. До них відносяться: невизначеність ринкового середовища, що пов'язано з швидкими і часом непередбачуваними змінами, які негативно впливають на діяльність підприємства і на досягнення запланованих результатів; витрати на планування, до яких відносяться витрати на маркетингове дослідження, організацію служб планування, залучення додаткового персоналу до цього виду діяльності; масштаби діяльності підприємства, обмежуючі можливості планування в малих і середніх фірмах, оскільки плануванню з об'єктивних обставин властива істотна залежність від масштабів діяльності [1].

Удосконалення стратегічного планування на підприємстві вимагає вирішення наступних завдань:

- поглиблення теоретичних підходів до сутності і місця стратегічного планування в економічному розвитку підприємства;
- визначення сучасного стану розвитку та ефективності діяльності підприємства;
- оцінки ефективності існуючого стратегічного планування;
- розкриття основних напрямків формування і розвитку стратегічного планування на підприємстві;
- розробка інноваційних підходів до стратегічного планування.

Отже, мета стратегічного планування на підприємстві полягає у довгостроковому забезпеченні його ефективної діяльності та формуванні конкурентних переваг, що має відповідати обраній стратегії розвитку. Для цього

керівникам підприємств необхідно найбільш повно вивчати зовнішнє середовище, яке містить потенційні загрози й очікувані можливості, потенціал розвитку в майбутньому.

Забезпечення довгострокового існування підприємств можливе за рахунок підвищення їх конкурентоспроможності шляхом визначення ключових факторів успіху та розробки заходів щодо їхньої реалізації, що уможливить зміцнення їх ринкової позиції. Рациональні стратегії роблять бізнес більш витривалим і стійким до змін ринку. Процес планування дає змогу підприємствам оцінювати можливі перешкоди, слабкі місця та запобігати їм до того, як вони вплинуть на їх ефективність. Це допомагає заощадити час і ресурси, необхідні для розв'язання існуючих проблем.

Список використаних джерел

1. Гурбик Ю. Ю., Сальнікова М. В., Курган П. О. Суть, принципи та етапи стратегічного планування на підприємстві. *Економіка та суспільство*. 2019. Випуск 20. С. 60-69.
2. Куліш Д. Сучасні реалії стратегічного планування діяльності підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 6, Том 2. С. 142-149.
3. Петрук Ю. В., Артеменко Л. П. Особливості стратегічного планування підприємства в умовах кризи. *Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут"*. 2022. № 22. С. 72-78.

Голобородько Т.В.

к.е.н., доц.

*Криворізький національний
університет*

РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Цифрова компетентність є ключовою компетентністю в умовах четвертої промислової революції. Цей термін містить впевнене, критичне та відповідальне використання і взаємодію з цифровими технологіями для навчання, працевлаштування, роботи, дозвілля та участі в суспільному житті. Вона охоплює такі поняття, як інформаційна грамотність та медіаграмотність, комунікація та співпраця, створення цифрового контенту (включаючи програмування), безпека (включаючи захист персональних даних у цифровому середовищі та кібербезпеку), а також розв'язання різнопланових проблем і навчання впродовж життя [3].

Серед основних проблем з питань розвитку цифрових компетентностей, які потребують розв'язання в рамках Концепції розвитку цифрових компетентностей, є відсутність єдиних підходів до визначення цифрових компетентностей у професійних стандартах та єдиних вимог до освітніх програм з розвитку інформаційно-цифрової компетентності фахівців різних професій [6].

Рамками цифрової компетентності для громадян України визначено сфери компетентностей, тобто всі компетентності умовно поділено на різні сфери, залежно від функціональних особливостей та рівня складності задач, вирішуваних користувачами. До таких сфер віднесено: основи комп'ютерної грамотності; інформаційна грамотність, уміння працювати з даними; створення цифрового контенту; комунікація та взаємодія у цифровому суспільстві; безпека в цифровому середовищі; розв'язання проблем у цифровому середовищі та навчання впродовж життя [3].

Освіта з цифрової компетентності студентів ЗВО все більше виявляє свою стратегічну цінність і сучасне значення в контексті нового етапу розвитку. Уряду, закладам освіти і громадським силам необхідно координувати свої зусилля і співпрацювати для створення сприятливого середовища для освіти з цифрової компетентності студентів ЗВО, щоб сприяти переходу студентів ЗВО від пасивного сприйняття до активного творення в цифровому просторі [7].

Вивчення стану проблеми щодо цифрової трансформації в освіті уможливило виявлення низки проблем, які пов'язані з низьким рівнем цифрових компетентностей учасників освітнього процесу, зокрема, це: застарілий зміст навчальних предметів; недостатня кількість комп'ютерного обладнання та незабезпеченість доступу до Інтернету здобувачів освіти; відсутність якісного цифрового освітнього контенту; недостатній рівень актуальної, достовірної інформації; бюрократизованість процесів внутрішнього документообігу закладів освіти; незручність отримання послуг та сервісів у системі освіти; не поінформованість щодо доступу до наукових ресурсів та інфраструктур тощо [1].

Розвиток цифрової компетентності здобувачів вищої освіти може здійснюватися в різних формах. Серед них основні:

1. Включення цифрових технологій у навчальний процес. Це передбачає використання цифрових пристроїв, програмного забезпечення та освітніх ресурсів для організації навчання.

2. Розробка єдиних підходів до визначення цифрових компетентностей у професійних стандартах та єдиних вимог до освітніх програм з розвитку інформаційно-цифрової компетентності фахівців різних професій.

3. Проведення спецкурсів і тренінгів з цифрової грамотності.

Щодо включення цифрових технологій в освітній процес, то, на думку Маслової О. В., Юденкової О. П., Гончарової І. П. [2], гаджети є не лише важливими для збереження та підтримки міжособистих зв'язків, але й потужними технологічними інструментами для навчання. Ці технологічні засоби, такі як цифрові інструменти Google, сприяють активнішому залученню учнів до навчального процесу. Ці гаджети також сприяють створенню цифрового навчального середовища, сприяють формуванню цифрових компетенцій та забезпечують гнучкість у навчальному процесі завдяки інноваційним педагогічним підходам викладачів [2]. Разом з цим, для ефективного розвитку цифрової компетентності студентів важливо використовувати інтерактивні навчальні платформи, онлайн-курси, а також співпрацювати з індустрією для забезпечення студентам можливостей роботи з

сучасними технологіями та інструментами. Використання цифрових інструментів має бути наскрізним у вивченні всіх дисциплін, зокрема, впровадження в освітній процес застосування безкоштовних програм з використанням штучного інтелекту.

Якщо Стандартом вищої освіти за спеціальністю не передбачено формування програмних результатів, які включають цифрову компетентність, ЗВО має забезпечити вивчення відповідних компонентів для посилення фахової конкурентоспроможності здобувача вищої освіти. Під час вибору індивідуальної освітньої траєкторії [4] здобувачі вищої освіти повинні мати можливість вивчати вибіркові навчальні дисципліни, які передбачають розвиток цифрової компетентності. Разом з цим, керівниками освітніх компонентів може бути передбачено отримання здобувачами вищої освіти неформальної освіти [5] з розвитку цифрової компетентності.

Отже, для розвитку цифрової компетентності здобувачів вищої освіти необхідно: включити цифрові технології в навчальний процес; розробити єдині підходи до визначення цифрових компетентностей у професійних стандартах та єдиних вимог до освітніх програм з розвитку цифрової компетентності фахівців різних професій; проводити спецкурси і тренінги з цифрової грамотності. Ці заходи допоможуть розвинути цифрову компетентність здобувачів вищої освіти, що є необхідним для їх успішної професійної діяльності у сфері управління та адміністрування в сучасному цифровому світі.

Список використаних джерел

1. Алексеева С. Цифрова компетентність: стратегічні орієнтири та успішні практики. *Перспективи та інновації науки*. 2023. №10 (28). С. 45-55. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/pis/article/view/5135/5165>.
2. Маслова О. В., Юденкова О. П., Гончарова І. П. Гаджети як засіб інноваційного розвитку освітнього процесу в умовах становлення цифрової педагогіки. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 59, т. 2. С. 302-314. URL: http://www.aphn-journal.in.ua/archive/59_2023/part_2/46.pdf.
3. Опис рамки цифрової компетентності для громадян України. URL: <https://bit.ly/3sfqAMR>.
4. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.
5. Про затвердження Порядку визнання у вищій та фаховій передвищій освіті результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти: МОН України; Наказ, Порядок від 08.02.2022 № 130. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0328-22#Text>.
6. Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 № 167-р. Верховна Рада України. Законодавство України : офіц. сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text>.
7. Чжан К. Формування цифрової компетентності студентів університетів у цифрову епоху: цінності, конотації та шляхи. *Вісник науки та освіти*. 2023. № 1(7). С. 678-693. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/vno/article/view/3632/3652>.

Голівер В.П.

к.е.н., докторант спеціальності
«Автоматизація, комп'ютерно-
інтегровані технології та
роботехніка»

Науковий керівник: Купін А.І.

д.т.н., проф.

Криворізький національний
університет

УПРАВЛІННЯ МЕТОДОЛОГІЄЮ ПРОЕКТНОЇ РОЗРОБКИ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ІТ-КОМПАНІЯХ

Робота в команді для фахівців ІТ-сфери – заняття досить цікаве та продуктивне, якщо врахувати всі чинники забезпечення ефективної організації командної діяльності. Зрозуміло, що така робота вимагає не тільки професіоналізму окремих фахівців, які відповідають за окремі частини певного проекту, але і злагодженості у діях всієї команди як єдиного цілого для досягнення заданої мети. На сьогодні є стандартні так звані *best practices* – методології розробки програмного забезпечення (Scrum, Waterfal, V-модель, спіральна модель, хаос модель, Kanban та багато інших) [1]. Зрозуміло, що кожна з них має свої переваги та недоліки використання в тих чи інших умовах. Відповідно, актуальним постає завдання більш детального вивчення особливостей застосування вказаних методик у ІТ-компаніях для цілей більш ефективного управління персоналом у напрямку оптимізації командної роботи.

Неуспішність багатьох програмних продуктів з одного боку, пояснюється недосконалістю формування бізнес-вимог, які до них висувуються, а з іншого – помилками проектування, обумовлені неточним визначенням цих вимог, невдалою розстановкою персоналу, зайнятого виконанням проекту, неточністю або нелогічністю завдань, ризиковими умовами реалізації проекту тощо [2]. Як бачимо, більшість таких помилок лежить на перетині економічної та технічної складової створення та реалізації проекту.

Для створення програмного забезпечення програмісти сьогодні використовують різноманітні комплексні засоби, що складаються з досить важливих компонентів: технологія проектування, методологія розроблення, середовище розроблення тощо. При цьому важливо не просто отримати результат праці програміста у якості програмного коду, але і забезпечити такі важливі процеси створення програмного продукту, як тестування, редагування, виправлення, налагодження, пошук каналів взаємодії з іншими засобами та інструментами та ін.

Будь-який продукт в економіці, має свій життєвий цикл з відповідними стадіями. Для програмного продукту такими стадіями є етапи, через які він проходить від початку створення до кінця розробки та впровадження. Такі етапи можуть варіюватися, називатися дещо по-різному, ділитися на менші

етапи, але частіше за все вони включають: підготовку, проектування, створення та підтримку продукту. Наприклад, створення програмного продукту може включати: дизайн, кодування, тестування, документування, а підтримка – впровадження та супровід продукту.

Загалом же, вибір тієї чи іншої методології проектної роботи залежить від багатьох чинників, серед яких досить часто називають: характер бюджетування, суб'єктивні переваги керівника команди, навіть, темперамент керівника.

Як свідчить практика роботи вітчизняних ІТ-компаній, для забезпечення ефективності командної роботи персоналу більшість з них використовує моделі Scrum та Waterfall [4]. На нашу думку, модель Waterfall більше підходить для проектів з великими ризиками та детальною технічною документацією (наприклад, ракетобудування). А Scrum більше підходить для проектів по розробці програмних продуктів, де важлива гнучкість команди по відношенню до постійно змінних вимог до програмного продукту. Чим більше набереться плюсів на користь тієї чи іншої моделі, тим доцільніше її обрання для командної роботи по створенню відповідного програмного продукту.

Таким чином, за результатами проведеного порівняльного аналізу існуючих на сьогодні моделей розробки програмних продуктів визначено їх переваги і недоліки у використанні для забезпечення ефективної командної роботи персоналу в ІТ-компаніях. Визначено, що найбільш поширеними у вітчизняних компаніях є моделі Scrum та Waterfall. Запропоновано алгоритм вибору тієї чи іншої моделі залежно від конкретних умов створення програмного продукту.

Список використаних джерел

1. Говорущенко Т. О., Малярчук Р. А. Аналіз процесу вибору технології проектування, методології та середовища розроблення програмного забезпечення. *Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки*. 2014. № 6. С. 186-195.
2. Latest study shows rise in project failures. URL: <http://kinzz.com/resources/articles/91-project-failures-rise-study-shows>
3. CHAOS Manifesto: Think Big, Act Small, 2013. URL: <http://www.versionone.com/assets/img/files/CHAOSManifesto2013.pdf>
4. Модели и методологии разработки ПО. URL: <https://gb.ru/posts/methodologies>

*Голівер Н.О.
к.п.н., доцент
Криворізький національний
університет*

АНГЛІЙСЬКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ОТРИМАННЯ ЗНАТЬ Й РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНИХ НАВИЧОК МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У КОНТЕКСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО ТА СВІТОВОГО ДОСВІДУ

У сучасному світі акценти навчання змістилися, зараз англійська мова є інструментом для отримання знань й розвитку професійних навичок.

Потреби з вивчення мови для майбутніх економістів включають необхідність в англійськомовному спілкуванні, читанні щоб отримати доступ до англійськомовних підручників, наукових журналів, доповідей, он-лайн курсів, електронних інформаційних джерел [1]. Також важливими для майбутніх фахівців є навички сприйняття і розуміння англійської мови на слух. Це - лекції, виступи чи дискусії англійською мовою, котрі стосуються спеціальностей «Облік і оподаткування», «Маркетинг», «Публічне управління та адміністрування».

Навички письма необхідні для реферування інформаційних джерел, написання анотацій, ведення конспектів, а також для подання заяв із працевлаштування, написання резюме, ділового листування, заповнення аплікаційних заяв на отримання гранту чи навчання за обміном. До комунікативних умінь майбутнього фахівця відносяться користування відповідною термінологією в професійному спілкуванні; уміння приймати участь в дискусії на професійну тематику, виступати на конференціях із доповідями [2].

Зміни структури і змісту навчання вимагають використання поряд із традиційними формами та методами вивчення іноземних мов європейського та світового досвіду.

Проект «Smart-PL», який реалізується кафедрою іноземних мов Криворізького національного університету в рамках грантової програми Erasmus+, спрямований на впровадження моделі персоналізованого навчання на основі віртуального навчального середовища інтелектуального репетиторства «Навчання без обмежень». Впровадження європейського досвіду викладання, підвищення прозорості, зрозумілості навчання та оцінювання студентів, зменшення хвилювання студентів за свій професійний досвід та формування їх впевненості в досягненні ефективних результатів, а також сприяння академічній мобільності студентів, у тому числі у віртуальному режимі, створює нові можливості для студентів та викладачів. Основоположним принципом навчання є персоналізований підхід, спрямований на формування висококваліфікованого конкурентоспроможного фахівця, здатного вести інноваційну діяльність.[4] Персоналізований підхід вивчення ділової англійської мови характеризується інноваційними методами навчання, розробленими для заохочення співпраці між

студентами та викладачами, підкреслюючи центральну роль студентів у контролі їх навчання.

Проблемне навчання, кейс-стаді (case study), метод проектів, перевернутий клас (flipped learning) передбачають формування фахівця за рахунок розв'язання проблемних ситуацій. Згідно рекомендацій Британської Ради (British Council, UK), PBL (The problem-based learning) – навчання, яке ґрунтується на вирішенні проблемних ситуацій – вважається нині дієвим засобом формування англійської професійної компетентності. Таке навчання відрізняється від проблемного навчання, хоча ці два вирази легко сплутати. У той час, як проблемне навчання спрямоване на розв'язання проблеми і відповідь є необхідною, у PBL проблема є стимулом до пошуку, і процес пошуку інформації для розв'язання чи обговорення варіантів ситуації переважає необхідність кінцевого результату. Зважаючи на те, що нині вивчення англійської мови є засобом, котрий використовується для виконання певного завдання, вважається доцільним використання PBL для формування англійської професійної компетентності [3]. Намагаючись розв'язати певну проблему, пов'язану із майбутнім фахом, здобувачі вищої освіти розвивають навички читання та реферування під час пошуку необхідної інформації. Навички аудіювання та комунікації здобуваються опосередковано під час обговорення й дискусії. Під час використання PBL для формування англійської професійної компетентності фахова дисципліна вивчається через мову, а мова – через вирішення проблемної ситуації. Власне, інтеграція професійних потреб студентів та опанування мовою вважається важливою рисою PBL, котра виділяє цей метод формування професійної іншомовної компетентності поміж інших [2].

Отже, впровадження та активне використання світового досвіду впровадження персоналізованого навчання та інформаційних технологій в освіту є одним з головних етапів її реформування. Діджиталізація освіти, таким чином, спрямовується на удосконалення форм і змісту навчального процесу, впровадження інформаційно-комунікативних технологій навчання та тестування задля формування високо конкурентного майбутнього фахівця.

Список використаних джерел

1. Колот Л. А., Кушмар Л.В. Англійська мова ділової кореспонденції / Advanced Business English : навч. посіб. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2020. 228 с.
2. Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment (CEFR) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1_en.asp.
3. Dudley-Evans T. Developments in English for Specific Purposes: A multi-disciplinary approach. / T. Dudley-Evans. – Cambridge University Press, 1998.
4. Hutchinson T. Waters A. English for Specific Purposes: A learner-centered approach. – Cambridge University Press, 2017.

Голуб Ю.С.

здобувач вищої освіти ступеня

бакалавр

спеціальності 073 «Менеджмент»

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Харченко Т.М.

Сумський національний аграрний

університет

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Тенденції розвитку сучасної економіки, спричинені постійним розширенням ринку логістичних послуг, вимагають нових, особливих підходів до ключового потенціалу – персоналу та належного управління ним. Відтак, для випередження конкурентів важливим, для будь-якої компанії, є високопродуктивний логістичний ланцюжок, а задіяних в ньому працівників, цілком справедливо, можна вважати критичним компонентом ефективності. Тож можемо стверджувати, що управління персоналом повинно базуватись на послідовному та стратегічному підходах. Однак, як доводять науковці [1] останнім часом більшість логістичних компаній віддають перевагу впровадженню новітніх технологій та вибору надійних партнерів, а пріоритетному розвитку персоналу відводяться другорядні позиції.

Управління персоналом логістичного підприємства - це розділ логістики, в якому вивчається оптимізація потоків трудових ресурсів підприємства. Як і будь-який інший вид ресурсів, трудові ресурси для початку повинні надходити до логістичних систем (влаштуватися на роботу), удосконалюватись і використовуватись у них (виконувати обов'язки відповідно до займаної посади, переміщатися кар'єрними сходами), виходити за межі (звільнятися). Отже, можна виділити 4 напрями кадрової логістики:

- оптимізація вхідних потоків відповідно до інтересів фірми;
- використання кадрів;
- розвиток кадрів;
- вивільнення кадрів.

Важливо усвідомлювати той факт, що для організації ефективного управління персоналом в логістичному підприємстві існують особливості про які важливо пам'ятати. Це, в першу чергу те, що кадрові ресурси не є власністю підприємства. Персонал можна розглядати як партнерів, які укладають з організацією договір про найм. При цьому завданням кадрової логістики є забезпечення гармонійного співвідношення між вакансіями організації, що вимагають певних кваліфікаційних навичок та працівниками, які володіють необхідними якісними характеристиками. Таким чином, формування руху трудових ресурсів для підприємства передбачає постійний вибір найбільш перспективних варіантів з урахуванням вимог працівників щодо умов та змісту їх праці.

Справедливим є судження дослідників [2] стосовно того, що особливістю персоналу будь якого підприємства, а логістичне не є виключенням, слід вважати довгостроковий характер його використання та здатність до розвитку. Тому щоб максимізувати потенціал співробітників, дуже важливо забезпечити дієву стратегію управління персоналом, в якій слід відображати ключові позиції по набору, навчанню, утриманню та оптимізації співробітників у сфері логістики тощо. Стратегія, зазвичай, залежить від бізнес-цілей та культури всередині суб'єкта господарювання, проте, для підвищення ефективності персоналу логістичного підприємства, за існуючою науковою думкою [3, 4] найбільш доцільними вважаються:

- стратегія, побудована за принципом result-based, орієнтована на результат, містить вимірні індикатори, що дають змогу, використовуючи показники КРІ оцінювати виконання того чи іншого завдання та винагороджувати співробітників за досягнення;

- стратегія, що базується на винагородженні людей на основі їх поведінки, а не на результатах;

- стратегія, орієнтована на розвиток, що спрямована на винагородження співробітників за активний розвиток власних навичок.

Отже, сутність сучасного підходу до управління персоналом полягає в тому, що людей необхідно розглядати як головний потенціал, а логістична кадрова система підприємства може вважатися продуктивною, якщо:

- всі працівники чітко розуміють та беруть активну участь у реалізації цілей та завдань підприємства;

- окреслені завдання чітко та вчасно виконуються абсолютно всіма категоріями персоналу;

- персонал всіх відділів підприємства ефективно взаємодіє один з одним;

- результативно здійснюється взаємодія із зовнішніми партнерами;

- працівники вдосконалюють знання та застосовують їх у своїй трудовій діяльності.

Як висновок слід зазначити, що інвестиції в людські ресурси та їх удосконалення, одна із найважливіших аспектів конкурентоспроможності логістичного підприємства. Адже добре навчені кадри з високим рівнем знань та досвіду мають не меншу значимість, ніж сучасні технології та НТП.

Список використаних джерел

1. Галат Л. Логістичний менеджмент як інструмент для забезпечення ефективності діяльності підприємства. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (16). 2023 С. 108-113. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.14> (дата звернення 11.01.2024).

2. Смачило, В. В., Цесельська К. А. Обґрунтування характеристик кадрового потенціалу підприємств. *Вісник ЖДТУ: Економіка, управління та адміністрування* 1. 2019. №87. С. 29-35.

3. Ткачева А. В. Теоретична сутність логістичної діяльності організації. *Економіка організації та управління виробництвом*. 2011. С. 98-99. URL: www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/e112_58/u112tkac.pdf. (дата звернення 10.01.2024).

4. 10 Tips to Improve Logistics Workforce Management. URL: <https://www.kanelogistics.com/blog/10-tips-logistics-workforcemanagement> (дата звернення 10.01.2024).

Гончаров С.Ю.

здобувач вищої освіти ступеня

бакалавр

спеціальності 073 «Менеджмент»

Дашутіна Л.О.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

імені професора Л.І. Михайлової

Сумський національний аграрний

університет

УПРАВЛІННЯ ПРОСУВАННЯМ ТОВАРУ НА РИНКУ ЯК ФАКТОР УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Просування – це створення і підтримування постійних зв'язків між фірмою та ринком з метою активізації продажу товарів і формування позитивного іміджу шляхом інформування, переконування та нагадування про свою діяльність.

Спосіб просування товару на ринок залежить від ряду таких факторів як: загальної філософії маркетингу, якої притримується підприємство, рівня централізації або децентралізації, характеру запропонованих товарів.

Головним завданням просування виступає необхідність інформувати, переконувати та нагадувати споживачеві, що саме даний товар чи послуги є для нього корисними.

У сучасних умовах розвитку бізнесу жодна компанія не може обійтися без реклами. Про інтенсивний розвиток рекламного ринку України свідчать дані, які говорять про те, що в 2021 році загальний об'єм витрат на рекламу склав 31,0 млн. грн. (зростання в порівнянні з 2020 роком – на 26,7%). Очікується збільшення темпів росту в найближчі роки. За прогнозами вже в 2024 році об'єми ринку реклами досягнуть 36,7 млн. грн., що на 18,2% більше [1].

Спираючись на отримані результати, можна говорити про те, що українські компанії як і раніше продовжуватимуть витрачати величезні кошти на рекламу. Дане питання є досить актуальним. Ця обставина і зумовила вибір теми дослідження.

В умовах насиченого ринку недостатньо розробити новий якісний товар, встановити на нього оптимальну ціну і вибрати ефективні канали розподілу. Дедалі більшої ваги набуває четверта складова комплексу маркетингу — методи просування товару, під якими розуміють сукупність маркетингових рішень, пов'язаних із комунікативністю. Система маркетингових комунікацій фірми спрямована на інформування, переконання, нагадування споживачам про її товар, підтримку його збуту, а також створення позитивного іміджу фірми [2].

Кожна складова процесу товаропросування має свої характеристики, позитивні і негативні властивості. «Королевою» комунікаційного комплексу є реклама, яка дає змогу охопити масову аудиторію, має експресивний характер, інформує, переконує, формує ставлення до товару, нагадує про нього [3].

Способи просування і стимулювання збуту товарів, до яких звертається фірма на ринках, залежить від низки факторів - загальної філософії маркетингу, якої дотримується підприємство, ступеня централізації або децентралізації, особливостей запропонованих товарів і багатьох інших. Просування товару фірми на ринках може бути здійснене як через власні торгові організації безпосередньо споживачу, так і через торгових посередників. Процес просування містить такі завдання, як інформувати, переконати споживача і нагадати йому, що дані товари чи послуги виявляться для нього корисними.

Для того, щоб побудувати грамотну політику просування, слід, насамперед сформулювати збалансований товарний асортимент (product). Для цього необхідно проаналізувати ключові характеристики продуктів та наявність можливостей для їх модифікації.

Більшість товарів умовно поділяються на сім груп:

- товари, які приносять прибуток сьогодні;
- ті, що дадуть прибуток завтра;
- розроблювані;
- вимагають модифікації (удосконалень);
- товари, які приносили прибуток учора;
- невдалі вироби;
- важкі випадки.

Грамотна товарна політика відсікає три останні позиції. Набір товарів із перших чотирьох груп забезпечить підприємству стабільні продажі.

По-друге, слід грамотно призначати ціну (price). Зазвичай ціна складається з трьох елементів: витрат виробництва, рівня очікуваного прибутку, психологічних чинників.

По-третє, необхідно ретельно продумувати політику збуту продукції (place). Споживач повинен мати можливість отримати товар у зручній для нього час у зручному місці, порівняти його з іншими товарами, мати доступ до додаткової інформації. Необхідно подбати про післяпродажне обслуговування, заздалегідь визначивши, як покупець зможе скористатися сервісом та здійснити обмін або повернення товару, що стимулює його зробити повторні покупки.

Просування товару на ринок починається фактично з його створення та передбачає початок рекламної діяльності до того, як він надійшов на ринок. Розповсюдження товару активно здійснюється тоді, коли він добре знайомий потенційному споживачеві.

Найважливішими функціями просування товарів та послуг є:

1. створення способу престижності, низьких цін, інновацій;
2. інформація про товар та його параметри;
3. збереження популярності товарів (послуг);
4. зміна способу використання товару;
5. створення ентузіазму серед учасників збуту;
6. переконання покупців переходити до більш дорогих та нових товарів;
7. відповіді на запитання споживачів;
8. сприятлива інформація про компанію.

Просування товарів та послуг відбувається на ринку різними способами, кожен з яких застосовується в залежності від конкретної ситуації і має свої переваги та недоліки. Фірма також може використовувати один з існуючих видів, а може і комбінувати їх для досягнення максимального результату.

Система просування покликана стимулювати нове позитивне ставлення до товару саме за допомогою гармонізованого поєднання її основних елементів та складення раціонального і ефективного бюджету з метою фінансування комплексу товаропросування на підприємстві.

Таким чином, динамічний розвиток ринку дає стимул виробникам не лише розробляти нові конкурентоспроможні товари, а й використовувати нові, інноваційні методи просування товару на ринки.

Список використаних джерел

1. Об'єми рекламно-комунікаційного ринку України 2021 і прогноз розвитку ринку в 2022 році від ВРК. URL: <https://vrk.org.ua/news-events/2021/ad-volume-2021.html> (дата звернення: 09.01.2024).

2. Дашутіна Л.О., Турчіна С.Г. Стратегія та механізм управління просуванням товарів у приватному виробничому підприємстві «Вибір». Економіка і управління підприємствами: теорія, методика, практика: колективна монографія / Кол. авторів. Полтава: ПП «Астроя», 2020. С.118-123. URL: <http://www.economics.in.ua/2020/06/blog-post.html>

3. Дашутіна Л.О. Управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства. Технології ХХІ сторіччя: Збірник тез за матеріалами 25-ої міжнародної науково-практичної конференції (15-20 вересня 2019 р.). Ч.2. Суми: СНАУ, 2019. С. 47-48.

Гуро П.А.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП «Економіка та управління
підприємством»*

*спеціальності 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»*

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Семенова Т.В.

*Український державний університет
науки і технологій*

ОЦІНКА ЕКОЛОГІЧНОГО РІВНЯ МЕТАЛУРГІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Екологічний рівень металургійного виробництва є структурним елементом системи техніко-економічного рівня виробництва. Його досконалість в остаточному підсумку визначає ефективність виробничої, соціально-екологічної та економічної діяльності підприємства.

Екологічний рівень виробництва – це відносна характеристика, яка характеризує умови праці на виробництві, стан навколишнього середовища і ступень раціонального використання природних ресурсів та заснована на

зіставленні деяких його вимірників із сучасними досягненнями науково-технічного прогресу, прийнятими в якості еталона або бази.

Система показників екологічного рівня металургійного виробництва повинна відповідати певним вимогам:

- забезпечувати комплексну оцінку екологічного рівня металургійних підприємств;

- підходити диференційовано до оцінки рівня розвитку кожного елемента, який виділяється, з урахуванням його економічного змісту та значущості у виробничому процесі і підвищенні ефективності виробництва;

- включати показники, які не дублюють один одного і враховують специфічні особливості різних підприємств;

- базуватися на даних існуючого обліку та звітності підприємств;

- забезпечувати загальнодоступність методів розрахунку показників та відносно невисоку трудомісткість їх розрахунку [1].

Нами розроблена методика, яка дозволяє оцінювати екологічний рівень металургійного підприємства в сучасних ринкових умовах. У методиці враховуються сумарні ресурси, які використовуються при здійсненні природоохоронної діяльності підприємства, та її результат.

Для оцінки рівня охорони навколишнього середовища і раціонального використання природних ресурсів пропонується використовувати наступну групу показників [1]:

- 1) питома вага природоохоронних основних засобів у загальній їх вартості;

- 2) коефіцієнт очищення газового потоку, який характеризує концентрацію шкідливих речовин в одиниці початкового та очищеного потоків газів та відносну екологічну небезпеку забруднення;

- 3) коефіцієнт очищення стічних вод, який характеризує концентрацію забруднювачів в стічних водах до і після очищення та коефіцієнт відносної небезпеки кожного виду забруднення;

- 4) ступінь ізольованості води (частка води, яка повторно використовується);

- 5) коефіцієнт корисного використання відходів, який характеризує масу відходів після переробки і масу відходів, які були поховані або безповоротно втрачені.

Усі запропоновані показники є відносними і мають діапазон варіації від нуля до одиниці. При цьому збільшення для них – це позитивна характеристика. Для приведення показників у порівнянний вигляд пропонується використання безперервної шкали, у якій кожному показнику відповідає умовне значення за спеціальною системою. Найгіршим значенням всіх показників присвоєно значення – 0, найкращим значенням – 1 бал. Проміжні значення між мінімальним та максимальним по галузі знаходяться в інтервалі від 0 до 1 у безперервному порядку. Шкала оцінок показників заснована на підставі аналізу статистичних даних металургійних підприємств України та досягнення сучасної науки.

Для оцінки екологічного рівню металургійних підприємств запропоновано застосування методу, який передбачає кількісну оцінку показників. Оцінка

окремих критеріїв визначається відношенням базового показника до еталонного, помноженим на коефіцієнт вагомості цього параметра.

Якщо фактор має зворотний вплив (чим менше значення показника, тим вище ефективність роботи), тоді критерій визначається як відношення еталона до базового показника.

Для того, щоб оцінити вагомість кожного показника, пропонується наступний підхід. Показники рівня охорони навколишнього середовища і раціонального використання природних ресурсів можна виразити у вартісному виразі у вигляді штрафних платежів за забруднення однієї із складових навколишнього середовища (атмосфера, водні об'єкти, земельні території), а також суми витрат на здійснення природоохоронної діяльності та споживання природних ресурсів.

Після того, як кожен показник буде виражений у вартісних одиницях, отримані грошові величини необхідно підсумувати і в загальній сумі знайти частку кожного показника. Отриманий результат в частках одиниць і буде вагомістю пропонованих показників. При цьому сума вагомості дорівнюватиме одиниці.

Економічну оцінку природоохоронної діяльності металургійних підприємств пропонується виконувати за допомогою узагальнюючого показника рентабельності системи поводження з відходами та показників рентабельності за окремими напрямками природоохоронної діяльності: переробки відходів, використання відходів, реалізації відходів [2].

Запропоновані показники надають можливість виявити резерви в системі управління відходами.

Список використаних джерел

1. Семенова Т.В., Кербікова А.С. Дослідження соціально-екологічного рівня ливарного виробництва. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2018. №2. С. 84–87.
2. Федоренко Л. Економіка природокористування: навчальний посібник. 1-ше вид., випр. і доп. Київ: Знання, 2011. 593 с.

Дашутіна Л.О.

*к.е.н., доцент кафедри
менеджменту імені
професора Л.І. Михайлової
Сумський національний аграрний
університет*

Харинко Ю.В.

*здобувач вищої освіти ступеня
бакалавр
спеціальності 073 «Менеджмент»*

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Управління витратами - це процес планування, контролю та мінімізації витрат для забезпечення фінансової стабільності підприємства. Це включає в себе аналіз витрат, бюджетування та виявлення «витратних залишків», для оптимізації використання ресурсів [1].

Витрати підприємства є найважливішими показниками економічної ефективності виробництва, що відображає всі сторони господарської діяльності та акумулює результати використання всіх виробничих ресурсів. Управління витратами можна охарактеризувати як процес цільового формування витрат за видами, місцями та носіями, а також безперервний контроль споживання ресурсів і стимулювання економії. У сільськогосподарських підприємствах контроль витрат є важливим засобом налагодження системи калькулювання собівартості, що враховує тактичні та стратегічні цілі бізнесу.

Це включає систематичне спостереження за фактичними витратами та їх поведінкою під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, рішення щодо вдосконалення структури собівартості продукції тощо. На практиці зв'язок між системою управління витратами і загальною ефективністю діяльності підприємства стає все тіснішим. Цьому аспекту приділяли увагу відомі вчені як у сфері менеджменту, так і в галузі бухгалтерського обліку, які зробили значний внесок, зокрема, у дослідження властивостей формування систем управління витратами та їх компонентів. Такі вітчизняні науковці, як Голов С.Ф., Гордієнко В.М., Грещак М.Г., Давидович І.Є., Загородній А.Г., Карпова Т.І., Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Озеран В.О., Попов О.О., Садовська І.Б., Цал-Цалко Ю.С. вважають, що реальний спосіб зменшити витрати – це розробити систему управління ними [2]. Проаналізувавши результати досліджень зазначених науковців, ми спробували систематизувати методи і принципи управління витратами.

Серед методів контролю витрат визначимо:

1. бюджет контроль - планування та відстеження витрат за допомогою бюджету, щоб забезпечити контроль і уникати надмірних витрат;
2. аналіз витрат - обстеження витратних статей та виявлення областей, де можна здійснити економію;

3. оцінка ефективності - перевірка та визначення ефективності використання ресурсів підприємства.

Розрізняють системи контролю витрат підприємства: функціональну, організаційну та мотиваційну. На перший план виходять функціональні аспекти. Функціональний підхід розглядає управлінську систему підприємства у вигляді набору функцій, тобто дій, об'єднаних спільним змістом, властивостями та характером діяльності [3].

Отже, суть функціонального підходу полягає в тому, що замість розподілу накладних витрат між виробничими підрозділами, витрати розподіляються на конкретні види робіт (функціональні).

Планування бюджету є ключовим етапом управління витратами. Воно дозволяє підприємству спрямувати кошти на пріоритетні завдання, контролювати витрати та отримати результативність в усіх сферах діяльності.

Статистичний аналіз витрат:

- ❖ збір даних - збір інформації про витрати підприємства за певних період;
- ❖ обробка даних - аналіз та порівняння витрат за допомогою статистичних методів для виявлення тенденцій та особливостей;
- ❖ виділення пріоритетів - визначення найбільш витратних статей та впровадження заходів щодо їх оптимізації.

«Витратні залишки» - це витрати, які не приносять значної віддачі. Їх необхідно виявити та усунути, що оптимізувати бізнес-процеси та збільшити ефективність роботи підприємства. Виявлення «витратних залишків» допомагає підприємству економити кошти.

Впровадження стратегій зниження витрат. Перенесення виробництва ближче до ринків збуту для зниження транспортних витрат. Укладання договорів на поставку ресурсів на довгий термін зі знижкою. Передача певних функцій або процесів на сторонні підприємства для зниження витрат.

Отже, з метою ефективного управління бізнесом його основною метою є досягти встановлених стратегічних цілей в рамках управління витратами підприємства. Використовувати різні методи управління витратами на виробництво та збут. Підхід до функціональності продукту є основою майже всіх систем і дозволяє вирішувати інші управлінські завдання, так як оптимізація бізнес-процесів [4].

Список використаних джерел

1. Шутько Т.І. Економічна сутність управління витратами підприємства. Ефективна економіка. 2014. №12 URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3681>
2. Маркіна І.А., Вороніна В.Л., Рудич А.І. Теоретичні основи управління витратами підприємства. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2020. № 4 (115). С. 140-147. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2020/4_2020/26.pdf
3. Дашутіна Л.О. Теоретико-методологічні засади ефективного управління підприємством в умовах глобалізаційних викликів сучасності. Журнал «Наукові інновації та передові технології» (Серія «Управління та адміністрування», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»). 2023. № 5(19). С. 185-194. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-5\(19\)](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-5(19))

4. Дашугіна Л.О. Шляхи підвищення економічної ефективності функціонування підприємств. Регіональна бізнес-економіка та управління: науковий, виробничо-практичний журнал. 2013. №4 (36). С.125 – 131.

*Денисенко Д.О.
асистент кафедри обліку,
оподаткування, публічного
управління та адміністрування
Криворізький національний
університет*

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

У сучасному світі цифрові технології є ключовим фактором розвитку суспільства та держави. Вони впливають на всі сфери життя, від економіки та освіти до соціальної сфери та державного управління.

Від того, як буде організовано публічне адміністрування, залежать комфортні умови для життя людей та розвитку бізнесу. Якщо державні послуги будуть доступними та якісними, це сприятиме зростанню економіки та підвищенню конкурентоспроможності країни.

Цифрова трансформація суспільства є складним і тривалим процесом, який супроводжується певними труднощами. Серед них - відсутність єдиної нормативно-правової бази, розбіжності між різними державними органами та низький рівень цифрової грамотності населення. У зв'язку з цим виникає необхідність у визначенні основних понять цифровізації публічного адміністрування (див. рис. 1.1).

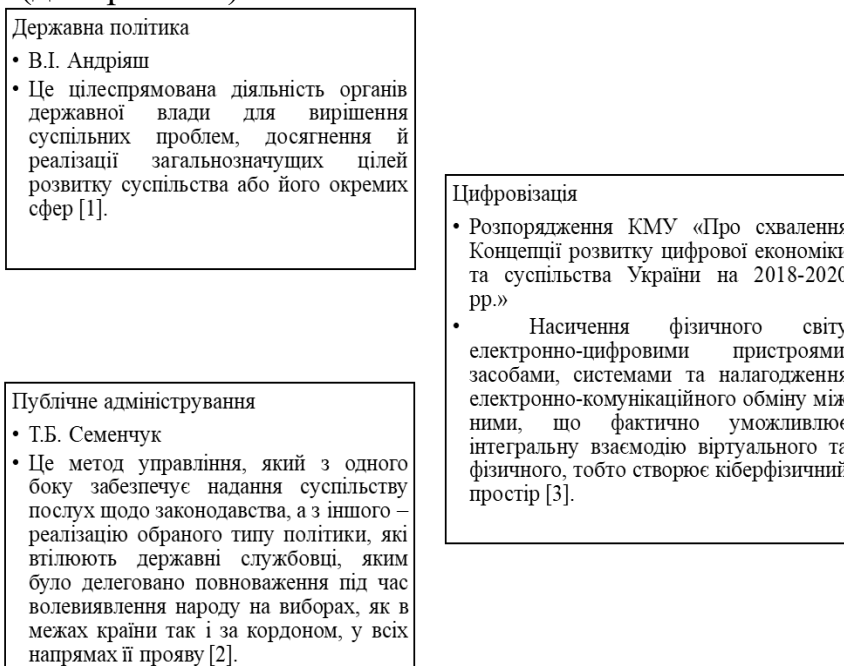


Рисунок 1.1 – Основні поняття, що стосуються цифровізації публічного адміністрування

З урахуванням того, що всі наведення вище визначення складають поняття «державна політика цифровізації публічного адміністрування», наведу власне визначення, а саме: представляє собою систематичні та цілеспрямовані заходи, які здійснюються органами державної влади та МС з метою впровадження цифрових технологій та інновацій у сферу ПА та головною метою яких є підвищення ефективності, прозорості та доступності державних послуг.

Цифровізації в Україні змінилась кардинально зі створення Міністерства цифрової трансформації (далі – Мінцифра) у 2019 році.

Прискорення розвитку і впровадження цифрових технологій в економічний та громадський сектор політики України формується завдяки впровадженню на державному рівні Концепції розвитку цифрової економіки і суспільства в Україні 2018-2020 рр. [3.3]. На підставі даних цієї Концепції можна виділити напрямки цифровізації ПА (див. рис. 1.2).

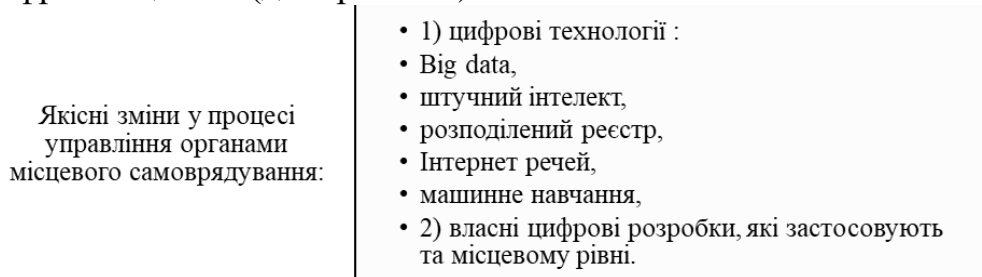


Рисунок 1.2 – Зміни процесу управління

Діджиталізація сфери ПА — це не просто впровадження ІКТ, а зміна підходу до управління. Вона передбачає посилення участі громадськості в прийнятті рішень, а також забезпечення максимальної корисності владних структур для громадян. Така цифровізація дозволяє заощадити ресурси та спростити надання послуг.

У результаті діджиталізації сфери ПА формується система «держава-бізнес-народ». Вона передбачає співпрацю органів влади з бізнесом і громадянами на основі діалогу.

Проведене дослідження дає змогу визначити основні цілі розвитку політики цифровізації ПА (див. рис. 1.3).

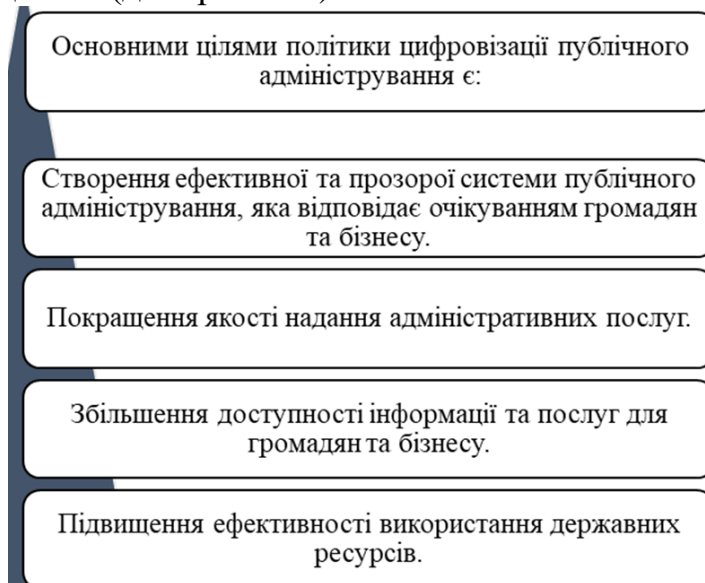


Рисунок 1.3 – Основні цілі ДП цифровізації ПА

Мета державного управління полягає в тому, щоб забезпечити ефективне та прозоре надання послуг громадянам та бізнесу. Для цього необхідно:

1. Розбудувати ефективну та прозору адміністративну систему. Це сприятиме зміцненню довіри до влади та покращенню якості послуг.

2. Забезпечити доступ до інформації та послуг для громадян і бізнесу. Це підвищить прозорість управління та покращить взаємодію з громадськістю.

3. Підвищити ефективність використання державних ресурсів. Це допоможе заощадити кошти та підвищити ефективність управління.

Отже, було проведено роботу над визначенням поняття «державна політика цифровізації публічного адміністрування», досліджено його понятійно-категоріальний апарат. Ця політика спрямована на те, щоб зробити державну машину більш інклюзивною та відповідальною перед суспільством. Громадські організації можуть відігравати важливу роль у цифровізації ПА. Вони можуть використовувати цифрові технології для надання соціальних послуг, а також для моніторингу ефективності державних органів та захисту прав громадян.

Список використаних джерел

1. Андріяш В. І. ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА: КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ | В І Андріяш | Державне управління: удосконалення та розвиток №9 2013. Журнал Державне управління: удосконалення та розвиток - наукове фахове видання з питань державного управління. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=626>

2. Семенчук Т. Б. Сутність категорії "публічне адміністрування" та передумови її формування [Електронний ресурс] / Т. Б. Семенчук // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2013. - Вип. 42. - С. 385-390. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2013_42_64

3. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 рр. та затвердження плану заходів щодо її реалізації: розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>.

Довбня С.Б.

д.е.н., проф., зав. кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня

Найдовська А.О.

ст. викладач кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня

Приходько О.Г.

здобувач вищої освіти ступеня магістра

спеціальність “Підприємництво, торгівля та біржова діяльність”

Український державний університет науки і технологій

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Підвищена динамічність та нестабільність зовнішнього середовища, воєнна агресія Росії, що в силу глобалізації спричинила негативний вплив на світову економіку, а також інші загрози та виклики роблять оцінку та підтримку фінансової безпеки суб'єктів підприємництва ключовим напрямком в системі управління бізнесом. Управління фінансовою безпекою має особливу актуальність для вітчизняних суб'єктів підприємництва в умовах сьогодення, оскільки воєнні дії, що розгортаються на території України, призвели до руйнування багатьох підприємств, проблем зі збутом продукції та постачанням сировинно-матеріальних ресурсів, відсутності інвестування розвитку та недостатності фінансування поточної діяльності. Тим важливішою є коректна оцінка фінансової безпеки суб'єктів господарювання та пошук заходів її підвищення.

Незважаючи на велику кількість методик діагностики фінансової незалежності, вона стикається з рядом невирішених методичних питань, таких як: недостатня обґрунтованість вибору показників оцінки та рівня їх критичних значень; складність формування інтегрального показника, що має економічну інтерпретацію; некоректна чи невизначена ідентифікація стану підприємства і т. ін. Зазначене обумовлює необхідність удосконалення методичного інструментарію діагностики фінансової безпеки підприємства, в першу чергу, шляхом перегляду та розширення системи оціночних індикаторів за рахунок використання не тільки традиційних показників, які дозволяють констатувати поточний стан підприємства, а й показників, що забезпечують перспективну оцінку та дають можливість виявляти перші ознаки фінансових проблем.

Діагностику фінансової безпеки підприємства, на наш погляд, доцільно здійснювати по наступних оціночних напрямках: 1) платоспроможність; 2) фінансова незалежність; 3) результативність (ефективність, рентабельність) діяльності; 4) ефективність управління грошовими потоками.

1. Для оцінки платоспроможності підприємства запропоновано

використовувати наступні коефіцієнти: покриття, поточної платоспроможності, Бівера, втрати платоспроможності [1, 2]. Серед цих показників особливу увагу необхідно приділити коефіцієнту втрати платоспроможності [1], який використовується досить рідко, але є дуже інформативним. Він дозволяє оцінити динаміку, виявити перші ознаки погіршення платоспроможності та прогнозувати можливість її втрати чи відновлення, що є край важливим для фінансової безпеки. Коефіцієнт втрати платоспроможності розраховується за наступною формулою:

$$K_{уп} = \frac{КП_к + \frac{T_{пр}}{T_o} (КП_к - КП_н)}{КП_{кр}}, \text{ де}$$

$КП_к$, $КП_н$, $КП_{кр}$ – відповідно, значення коефіцієнта покриття на кінець і початок звітнього періоду, а також його рекомендований рівень;

T_o , $T_{пр}$ – відповідно, тривалість звітнього та прогнозного періоду

Якщо значення цього показника перевищує 1, то на кінець прогнозного періоду підприємство матиме достатній рівень коефіцієнта покриття і, відповідно, відзначатиметься достатньою платоспроможністю. Значення менше 1, свідчить про наявність проблем з платоспроможністю підприємства, що є ознакою зниження фінансової безпеки.

2. В якості індикаторів фінансової незалежності запропоновано використовувати коефіцієнти: автономії, фінансування за рахунок стабільних джерел, маневреності власного капіталу, забезпеченості власними обіговими коштами [1,2]. У цій групі про перші ознаки виникнення проблем свідчать показники, що характеризують стан власних обігових коштів (коефіцієнти маневреності власного капіталу і забезпеченості власними обіговими коштами). Недостатнє значення цих показників – явний сигнал підвищення залежності від зовнішніх джерел фінансування поточної діяльності суб'єкта господарювання та ризиків фінансової небезпеки.

3. До показників, які, на нашу думку, доцільно використовувати в процесі діагностики результативності підприємства відносяться: рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність операційної діяльності, діловий ризик і операційний важіль [1, 2]. Останні два показники рідко входять до складу методик оцінки фінансової безпеки та мають дуже обмежене застосування в практичній діяльності. У той же час саме вони дають можливість виявити перші симптоми фінансових проблем.

Діловий ризик визначається як:

$$ДР = \frac{\sigma_{п}}{П_{ср}},$$

де $\sigma_{п}$ - середньоквадратичне відхилення показника прибутку (чистого, операційного);

$П_{ср}$ - середнє значення показника прибутку (чистого, операційного).

Операційний важіль розраховується за формулою:

$$ОР = \frac{ТП}{ТВ},$$

де ТП – темп зміни прибутку;

ТВ – темп зміни виручки від реалізації продукції.

Нестабільність отримання прибутку або зниження темпів зростання прибутку в порівнянні з темпами зростання виручки від реалізації продукції свідчать про тенденції, які можуть погіршити фінансову безпеку підприємства.

4. Для характеристики ефективності управління грошовими потоками підприємства пропонуємо використання коефіцієнта достатності чистого грошового потоку та коефіцієнта ліквідності грошового потоку [1].

Показники цього напрямку рідко використовуються в діагностиці фінансової безпеки. У той же час, саме вони дозволяють оцінити достатність грошових коштів, що є у розпорядженні підприємства для забезпечення його поточної діяльності, а також можливості виконання фінансових зобов'язань в повному обсязі. Позитивне значення операційного чистого грошового потоку завжди є ознакою фінансової безпеки підприємства. Розглядаючи запропоновані показники грошових потоків в динаміці можна оцінити перспективний стан позитивного, негативного та чистого грошового потоків та своєчасно прийняти ініціативи щодо їх збалансованості.

Рівень фінансової безпеки по кожному напрямку визначається як середньозважена величина міри відповідності фактичних значень приведених вище локальних оціночних показників їх рекомендованим (критеріальним) значенням. Слід зазначити, що при встановленні рекомендованих значень доцільно орієнтуватись на достатньо високий їх рівень, досягнення якого свідчить про те, що підприємство знаходиться в зоні фінансової безпеки. Загальний рівень фінансової безпеки (ФБ) визначається як середня величина (проста середня, середньозважена, середня геометрична) рівнів по кожному оціночному напрямку. При цьому, якщо використовуються середньозважені оцінки, коефіцієнти значущості окремих складових можуть визначатись або експертним шляхом, або встановленням кореляції узагальнюючих характеристик з чистим прибутком.

Ідентифікацію рівня фінансової безпеки підприємства пропонується здійснювати наступним чином: фінансова криза ($ФБ \leq 0,25$); критична (критично-низька) фінансова безпека ($0,25 < ФБ \leq 0,50$); низька фінансова безпека ($0,50 < ФБ \leq 0,75$); задовільний (прийнятний) рівень фінансової безпеки ($0,75 < ФБ \leq 0,95$); достатній (високий) рівень фінансової безпеки ($ФБ \geq 0,95$).

Запропонований підхід до діагностики фінансової безпеки підприємства дозволяє оцінити не лише її поточний стан, але і виявити проблеми, що намічаються, по слабких сигналах, які свідчать про несприятливі тенденції та своєчасно вжити заходи по зміцненню фінансової безпеки і нейтралізації фінансових ризиків.

Список використаних джерел

1. Бланк І.О., Ситник Г.В. *Управління фінансами підприємства: підручник*. К. Нац. торг.-екон. ун-т. 2006. 780 с.
2. Довбня С.Б., Разгоняєва Т.М. *Методичні основи оцінки фінансової стійкості підприємства з урахуванням впливу факторів зовнішнього середовища*. Бізнес-Навігатор. 2020. Вип. 3 (59). С. 89 – 94.

Дончак Л.Г.

к.е.н., доцент,

*Вінницький навчально-науковий
інститут економіки ЗУНУ*

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасних умовах конкурентного бізнесу, де важливим ресурсом виступає людський капітал, виникає необхідність ефективної управлінської стратегії, спрямованої на підтримку та підвищення продуктивності праці персоналу. Одним з основних елементів цієї стратегії є система нематеріальної мотивації трудової діяльності. Нематеріальні фактори впливу на працівників набувають все більшого значення в структурі корпоративного управління, оскільки вони дозволяють забезпечити високий рівень енгажованості, підвищити рівень задоволеності праці та покращити якість виконаної роботи. У даному контексті важливим завданням стає пошук та впровадження нових методів нематеріальної мотивації, спрямованих на стимулювання ефективності праці та розвиток корпоративної культури на підприємстві. Серед таких методів варто визначити ефективні системи винагород, розвиток кар'єрних можливостей, надання можливостей для самореалізації, налагодження ефективної системи звітування та взаємодії між співробітниками.

Удосконалений соціальний пакет є одним з дієвих засобів нематеріальної мотивації. При формуванні ефективного соціального пакету потрібно опиратися на визначення потреб та інтересів кожного працівника. Доцільно запровадити декілька варіантів соціального пакету з різним наповненням, проте однаковою загальною вартістю пакета. Це дозволить надати працівникам можливість вибору соціального пакету, який максимально задовольнить їхні потреби і виступить дієвим засобом стимулювання праці.

Соціальний пакет підприємства може включати наступні аспекти: вручення працівникам подарунків від підприємства; оплата медичного огляду та лікування, організація безкоштовного харчування, медична страховка, оплата транспорту та мобільного зв'язку, пільгові або безкоштовні путівки в санаторії за станом здоров'я, а також можливість підвищити кваліфікацію або пройти навчання за рахунок підприємства. Завданням соціального пакету є компенсація працівнику витрат, пов'язаних із виконання функціональних обов'язків, покращення здоров'я працівників та підвищення їх працездатність, що в свою чергу буде сприяти професійному зростанню, посиленню мотивації персоналу, підвищенню результатів роботи, зменшенню плинності кадрів.

Соціально-статусні методи мотивації включають планування та сприяння розвитку кар'єри, ротацию кадрів, підвищення престижності окремих посад і професій, підвищення відповідальності персоналу за результати праці, участь персоналу в прийнятті рішень, суспільне визнання працівників. Практичний досвід підприємств показує, що успіх виконання завдань залежить від усвідомлення працівником власної соціальної цінності, своєї ролі та місця в

колективі. Саме тому підприємству доцільно розглянути такі методи мотивації персоналу як «Нагорода-подяка» (Диплом, «Кращий у галузі», «Верстатник року») значки та цінні подарунки, письмові подяки від керівництва компанії, занесені до трудової книжки; винагороди пов'язані з високою оцінкою статусу працівників, внесення різних записів про досягнення працівника в його особистий файл; розміщення фотографії в корпоративній газеті або на інформаційному листі.

Дехто вважає цю форму мотивації дещо застарілою, однак відомі компанії все ж таки це спростовують. Так, наприклад, в компанії «Кока-кола» розроблена та впроваджується Програма заохочення працівників з нагоди 5-, 10- та 15-річного ювілею роботи в компанії. Наприкінці кожного місяця проводиться урочисте свято – День ювіляра. Працівники збираються разом та вітають ювілярів місяця. Керівництво компанії урочисто дарує ювіляру пам'ятний сувенір. За 5 років роботи в компанії працівники отримують срібну відзнаку, за 10 років – золоту відзнаку, а за 15 років сумлінної праці в компанії отримують спеціальний подарунок – кришталевий глобус [1].

Цікавим сучасним способом удосконалення мотивації праці є мотивація вільним часом, або модульна система компенсації вільним часом. Особливість цієї мотивації полягає в тому, що розходження у навантаженні працівників, які обумовлені роботою у різний час доби і дня тижня, компенсуються безпосередньо наданням вільного часу, а не грошовими надбавками, як це прийнято в традиційній системі стимулювання. Ця форма нематеріальної мотивації наразі не одержала поширення у практиці українських підприємств, однак досвід використання її зарубіжними фірмами свідчить про перспективність впровадження системи компенсації вільним часом на підприємствах України. В деяких організаціях (у «Google», «Apple» та інших ІТ-компаніях) взагалі відмовилися від жорсткої регламентації робочого часу. Так, робітники можуть працювати у будь-який час, коли їм це буде зручно, самостійно встановлювати свій робочий графік, але за умови реалізації усіх поставлених завдань у задані терміни [2].

Соціально-психологічний клімат є значущим фактором життєдіяльності окремої людини та підприємства загалом, який впливає на всю систему соціальних відносин, на спосіб життя людей, на їх повсякденне самопочуття, працездатність і рівень творчої та особистісної самореалізації [3]. Можна відокремити чотири структурних елементи соціально-психологічного клімату, які відображають ставлення членів колективу до: 1) загальної справи; 2) один до одного; 3) світу в цілому; 4) самих себе.

Для створення та покращення соціально-психологічного клімату в колективі рекомендується здійснювати постійну роботу в напрямі вдосконалення взаємин у колективі. Повсякденне спілкування персоналу має формувати в колективі оптимальний позитивний настрій. Для побудови здорових відносин варто уникати неточності та незрозумілості. Оскільки на підлеглого покладаються певні очікування, пов'язані з його психологічними характеристиками (рольові очікування), то керівники завжди повинні пояснити їх для чіткого розуміння робітниками. Людям властиве інстинктивний страх

перед невизначеністю та непостійністю, вони прагнуть знати, що від них очікується, які завдання вони мають виконувати та які ролі грати.

Проведення корпоративних заходів, особливо популярних останнім часом, сприятиме зближенню та згуртованості колективу. Організація таких заходів може бути посиленою для HR-менеджера. Також можна влаштовувати спеціальні психологічні семінари, курси з використанням різних технологій навчання (ділових ігор, психологічних тренінгів тощо), які допоможуть навчати спеціалістів та керівництво високої культури взаємодії та спілкування. Найефективнішими є такі види тренінгів, як поведінковий, тимбілдинг, тренінг чутливості, тренінг згуртованості, рольовий тренінг, тренінг формування команди та ін. Такі тренінги сприяють швидкій адаптації нових співробітників, а також укріпленню взаємин у сталих вже створених колективах, допомагають розкривати внутрішні особливості персоналу, краще зрозуміти себе та інших. Гарний мікроклімат та доброзичливий колектив стануть вагомим фактором залучення й утримання працівників на робочому місці за рівноцінних матеріальних умов із конкурентами-роботодавцями.

Крім цього, важливою складовою соціально-психологічного клімату в колективі є корпоративна культура, під якою більшість дослідників розуміють певні цінності, переконання, норми та форми поведінки, які поділяють усі члени організації. Тому для підвищення ефективності системи мотивації персоналу слід приділяти підвищену увагу стану корпоративної культури на підприємстві. Спочатку потрібно провести аналіз корпоративної культури, щоб виявити ті аспекти, що гальмують розвиток підприємства, а також оцінити ті аспекти, що сприяють його розвитку.

В результаті проведеного дослідження доходимо висновку про важливість інструментів нематеріальної мотивації в системі управління персоналом, їх значення для формування бренду роботодавця і позитивний вплив на трудову поведінку працівників, ступінь їх залучення в організаційні процеси та підвищення їх продуктивності.

Список використаних джерел

1. Винахідлива мотивація: Секрети успішних компаній. URL: <https://escadra.com.ua/izobretatel'naya-motivaciya-sekrety-uspeshnyh-kompanij.html> (дата звернення: 11.01.2024).
2. Лазненко А.В. Формування ефективного механізму стимулювання персоналу на основі світового досвіду. *Управління розвитком*. 2019. № 13. С. 33-35.
3. Сорока І.А. Позитивний соціально-психологічний клімат як засіб профілактики конфліктів у педагогічному колективі. *Правовий вісник Університету «Крок»*. 2016. № 2. С. 150-154.

Євсєєв А.С.

аспірант

Косенко А.В., к.е.н., проф.

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

*Національний технічний
університет «ХПІ»*

ДО ПИТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ

Сучасні економічні умови зумовлюють активізацію інноваційної діяльності. В даний час інноваційна діяльність все більше пронизана відносинами інтелектуальної власності, які надають домінуючий вплив на отримання нових властивостей товарів і послуг, що користуються підвищеним попитом у споживачів і дозволяють економічному суб'єкту отримувати високі прибутки. В умовах світової кризи роль інтелектуальної власності помітно зросла. Результати інтелектуальної діяльності як невід'ємна частина і одна з найважливіших умов інноваційного розвитку є запорукою оновлення всіх сфер соціально-економічної діяльності.

Інноваційна діяльність підприємства повинна бути орієнтована на ефективне використання результатів інтелектуальної діяльності. Для того щоб підвищити конкурентоспроможність підприємства, необхідно надавати контролюючий вплив на процеси, пов'язані з його використанням. В умовах глобального економічного спаду перед власниками інтелектуальної власності постає завдання витягти максимум вигоди з власних нематеріальних активів. Можливість для суб'єктів господарювання зберегти свої позиції на ринку інтелектуальної власності, на наш погляд, є можливою реалізації наступних заходів: спрощення процедур подання заявок; аудит корпоративного портфеля; залучення досвідчених фахівців; користування послугами патентних повірених та оцінювачів; створення та зміцнення патентних служб на підприємствах; формування мотивації для підвищення зацікавленості співробітників підприємства.

Не всі власники прав інтелектуальної власності роблять реальні кроки до подання заявок з використанням міжнародних договорів з метою зниження витрат. Переваги подання заявок на торговельні марки за Мадридською угодою про міжнародну реєстрацію знаків заслуговують на увагу.

Для того, щоб отримати охорону за міжнародною процедурою реєстрації, заявник повинен виконати формальні вимоги Міжнародного бюро Всесвітньої організації інтелектуальної власності, одноразово сплатити збір та отримати охорону на двадцять років. Перед міжнародною реєстрацією торговельна марка повинна бути зареєстрована в національному офісі – Національному офісі інтелектуальної власності України. Перед подачею заявки в Національний центр Міжнародного бюро перевіряє та засвідчує, що знак внесено до Національного реєстру торговельних марок на ім'я заявника та що товари та/або послуги, перелічені в міжнародній заявці, відповідають національній реєстрації. Міжнародна реєстрація дійсна лише в країнах, зазначених у заявці, поданій на

офіційній формі, передбаченій Положенням відповідно до Мадридської угоди. Торговельна марка, яка була предметом міжнародної реєстрації, надається такий самий захист, як якщо б він був заявлений безпосередньо в цих країнах.

Таким чином, Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків не тільки скорочує час і кошти, що витрачаються заявником на отримання охорони своєї торгової марки, а й автоматично отримує охорону знаку в усіх країнах, які приєдналися до Угоди шляхом міжнародної реєстрації знаку, визнаного таким Національним центром інтелектуальної власності.

Наступним кроком може бути запропонований аудит корпоративного портфеля. На практиці портфель об'єктів інтелектуальної власності може являти собою реєстр у вигляді комп'ютерної бази даних, в який вносяться всі створені, отримані та придбані об'єкти інтелектуальної власності. Аудит вмісту портфеля дозволяє проаналізувати ефективність роботи структурних підрозділів та окремих співробітників підприємства; ідентифікувати об'єкти інтелектуальної властивості, яка може бути використана при створенні нових об'єктів; уточнити актуальність подання заявок на охоронні та комерціалізаційні об'єкти, а також зняти списані об'єкти інтелектуальної власності з обліку у зв'язку з повною амортизацією їх вартості. При цьому не слід забувати, що, на відміну від речей, об'єкти інтелектуальної власності не підлягають розпорядженню, а їх сукупність може проявляти синергетичний ефект. Рекомендується регулярно проводити аудит корпоративного портфеля, вибір торговельних марок і патентів, які недоцільно продовжувати.

Деякі власники інтелектуальної власності мають ресурси для самостійного управління своєю інтелектуальною власністю. Однак найбільш вигідним становищем, як і раніше, виявляються ті, хто підтримує відносини з патентними повіреними, які мають високу кваліфікацію і вміють знаходити оптимальні рішення з точки зору інтересів своїх клієнтів. Подальша економія коштів може бути досягнута, коли справи конкретного підприємства ведуть одні й ті ж адвокати в різних країнах. Необхідно докласти зусиль для того, щоб обраний адвокат міг скоригувати стратегію подання заяви, використовуючи всі альтернативні варіанти.

Використання об'єктів інтелектуальної власності як нематеріальних активів підприємств, їх облік у бухгалтерському обліку створюють можливість економічно ефективного використання як існуючих, так і новостворених нематеріальних активів, зміни структури статутних фондів, підвищення наукової інтенсивності продукції. Включення інтелектуальної власності до складу нематеріальних активів підприємств може мати значний вплив на інвестиційна діяльність.

Проте оцінка об'єктів інтелектуальної власності вітчизняними суб'єктами господарювання є одним із найслабших елементів управління інтелектуальним капіталом. Деякі підприємства взагалі не цінують свої інтелектуальні активи або рідко це роблять. Мало хто з суб'єктів господарювання користується послугами відповідних незалежних оцінювачів, які мають більший досвід в оцінці різних категорій об'єктів інтелектуальної власності щодо різних ситуацій і, Відповідно, вони з більшою ймовірністю проведуть об'єктивну оцінку, в той

час як самі підприємства при оцінці своїх активів часто обмежуються оцінкою інтелектуальної власності на основі прямих витрат або інших подібних методологій, які не дозволяють провести реальну оцінку вартості об'єкта інтелектуальної власності.

Ефективність управління інтелектуальною власністю в умовах глобального економічного спаду є вирішальним фактором успіху суб'єктів господарювання. Активізація запропонованих нами заходів щодо зміцнення позицій на ринку інтелектуальної власності надасть нові можливості суб'єктам господарювання для подальшого розвитку інноваційної діяльності, а саме значно підвищить ефективність управління інтелектуальною власністю в умовах економічний спад.

Список використаних джерел

1. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
2. Данилова М. А. Підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю за умов економічного спаду // Перспективи інноваційного розвитку// редкол.: П. С. Пойта [та ін.] , 2009. С. 11–13
3. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
4. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva,. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
5. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
6. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.
7. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.
8. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
9. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
10. Pererva P.G. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities / P.G. Pererva, T.O. Kobieliava, L.V. Shaulska // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. No 1(23). С.43-50.
11. Шаульська Л.В. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства / Л.В.Шаульська, П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2023.No 3 (181). С. 14-23
12. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
13. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111

Закладний Р. О.

аспірант

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Мілька А.І.

*Полтавський університет економіки
і торгівлі*

СОЦІАЛЬНІ ВИТРАТИ В ПІДСИСТЕМАХ ОБЛІКУ

В сучасних умовах господарювання змінюються напрямки діяльності підприємств. Відбувається перехід від економічної орієнтації до соціальної, де важливим є не досягнення економічної ефективності, а соціальний захист, який гарантує соціальну справедливість для всіх, хто залучений до процесу виробництва. Напрямок діяльності підприємства визначає мету, що, у свою чергу, впливає на структуру обліку соціальних витрат.

Категорія соціальних витрат не є зовсім новою. Протягом багатьох років це питання досліджувалося багатьма відомими вченими, зокрема: Є.А. Батченко, Ф.Ф. Бутинець, О.А. Грішнова, А.Г. Загородній, А.М. Колот, Д.Л. Коник, М.В. Олійник, М.С. Пушкар, В.В. Сопко та ін.

Не вдаючись до критичного аналізу сучасних концепцій фінансового і управлінського обліку, зауважимо, що фінансовий облік ведеться з дотриманням нормативно-правових актів, встановлених державними органами або професійними організаціями [1].

Управлінський облік - це збір, обробка та подача інформації про діяльність підприємства його керівництву [1].

Завдання обліку соціальних витрат у підсистемах обліку подано в таблиці 1.

Таблиця 1

Завдання обліку соціальних витрат у підсистемах обліку

Вхідна інформація	Підсистеми обліку	Завдання	Вихідна інформація
Документи, в яких відображено і охарактеризовано факти соціальних витрат підприємств	Фінансовий облік	відстежує минулі події, забезпечує формування показників фінансової звітності підприємства	Інформація, щодо фінансування соціальних програм підприємства і формування результатів для менеджерів різних рівнів управління
	Управлінський облік	відстежує в реальному масштабі часу соціальні витрати підприємства і передбачає наслідки майбутніх витрат	

Виходячи з поділу бухгалтерського обліку на дві підсистеми (фінансовий і управлінський облік), зазначаємо, що вони вирішують різні завдання, ґрунтуються на різних наукових принципах і виконують різні функції, тому при веденні обліку соціальних витрат вважаємо за необхідне застосування системного (комплексного) підходу до їх обліку. Такий системний підхід

дозволяє побудувати інтегровану систему обліку соціальних витрат, яка забезпечить необхідною інформацією управління підприємством.

Застосування комплексного підходу до дослідження методики обліку соціальних витрат підприємства, дозволяє визначити основні завдання, мету та проблеми обліку соціальних витрат у підсистемі управлінського і фінансового обліку (таблиця 2).

Таблиця 2

Соціальні витрати в підсистемах обліку

СОЦІАЛЬНІ ВИТРАТИ ПІДПРИЄМСТВА		
Складові комплексного підходу	Підсистема фінансового обліку	Підсистема управлінського обліку
<i>Мета ведення обліку</i>	Забезпечення показниками даних фінансової звітності зовнішніх користувачів	Забезпечення потреб управління підприємством, підвищення ефективності його діяльності
<i>Завдання обліку</i>	Оцінка та групування витрат при визначенні фінансового результату	Формування інформаційної бази для управління витратами
<i>Принципи ведення обліку</i>	Відповідність доходів та витрат	Залежність обліку витрат від мети, що вирішується в процесі управління
<i>Характеристика соціальних витрат</i>	Фінансування з різних джерел; відносяться до періоду в якому здійсненні; визначені соціальною політикою самого підприємства	Безпосередньо не пов'язані з технологічним процесом; залежать від кількості працівників підприємства; є регульованими на рівні підприємства
<i>Визначення категорії соціальних витрат</i>	Витрати, які виникають в процесі звичайної діяльності	Витрати, які виникають на всіх стадіях функціонування підприємства і зумовлені забезпечувати соціальні гарантії держави і підприємства у задоволенні потреб фізичних і юридичних осіб
<i>Проблеми обліку соціальних витрат</i>	Визначення джерела фінансування та оцінка соціальних витрат і відображення їх у фінансовій звітності	Побудова обліку відповідно до потреб управління; визначення показників, що характеризують соціальні явища і процеси на підприємстві; оцінка ефективності та оптимізація їх розміру відповідно до структури

Отже, існуючі підсистеми обліку соціальних витрат мають забезпечити надійною, оперативною та необхідною інформацією внутрішніх та зовнішніх користувачів для прийняття ефективних управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Пацула О. Соціальні витрати підприємства та їхня класифікація. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2006. №3. С. 74 – 81.

ДО ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА»

Успішне управління будь-якою бізнес-компанією в значній мірі залежить від наявності якісного і достатнього у кількісному вимірі ресурсного потенціалу, спроможного забезпечувати реалізацію як тактичних, так і стратегічних цілей компанії. Важливою складовою сукупного потенціалу є трудовий потенціал.

Проблема трудового потенціалу підприємства містить широке коло питань теоретичного і методичного характеру, які потребують вирішення, уточнення, удосконалення. Одним з них є з'ясування економічної сутності власно категорії «соціально-трудова потенціал підприємства», що є продовженням досліджень автора у даному напрямку з міркувань охоплення наукових публікацій більш пізнього періоду.

Здійснимо аналіз зазначеної дефініції в такій послідовності:

- надамо загальне тлумачення поняття «потенціал», не претендуючи на його удосконалення;

- проаналізуємо думки фахівців щодо терміну «трудова потенціал», зважаючи на те, що, по-перше, найчастіше використовується саме цей термін; по-друге, поняття «трудова потенціал» є основою для інших похідних термінів, зокрема, категорії «соціально-трудова потенціал»;

- покажемо, в чому полягає власне сутність категорії «соціально-трудова потенціал».

Згідно з Великим тлумачним словником сучасної української мови [1] поняття «потенціал» має латинське походження (*potentia* – сила) і трактується як «можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані». Таке трактування по суті передбачає використання для його визначення абсолютних показників, якими при розгляді виробничої діяльності можуть бути виробнича потужність, вартість основних засобів, чисельність персоналу тощо. Абсолютні показники дійсно характеризують наявні можливості. Але можливості основних засобів, наприклад, на промисловому підприємстві, по-перше, складно визначити в натуральних одиницях, зважаючи на велику їх кількість і неоднорідність; по-друге, вони можуть бути значно фізично зношеними. Абсолютний показник чисельності персоналу також може не відображати якісний його склад.

У навчальній літературі, зокрема [2] та інших, загальне поняття потенціалу характеризується декількома рівнями зв'язків і відносин, наявністю декількох ознак (характерних рис), що поглиблює розуміння сутності його. З погляду відображення зв'язків і відносин можна сказати, що поняття «потенціал» може застосовуватися в таких 3-х значеннях:

- потенціал як відображення минулого. У даному випадку можна використовувати альтернативний варіант назви – «ресурс»;

- потенціал як характеристика рівня практичного застосування і використання наявних можливостей. У такому значенні він розуміється як «резерв». Виходячи з такого значення потенціалу, вважаємо, що для його оцінювання доречно використовувати не тільки абсолютні, а й відносні показники;

- потенціал як орієнтир на розвиток (на майбутнє), відображаючи потенційні можливості.

Розглянувши сутність загального поняття потенціалу та зазначивши важливість розгляду його у значенні «резерв», перейдемо до категорії «трудоий потенціал». При цьому зосередимося на тих формулюваннях, які стосуються трудового потенціалу підприємства, не приймаючи до уваги визначення для інших рівнів (галузь, регіон, держава в цілому), а окрім того, не зупиняючись на альтернативних назвах (наприклад, кадровий потенціал) та їх порівнянні.

Посилаючись на вже згадане джерело [1], скажемо, що в ньому трудовий потенціал визначається як «...забезпеченість трудовими ресурсами, кваліфікація і рівень професійної підготовки яких відповідає його виробничому потенціалу».

Слід зазначити, що визначенням економічної сутності цієї категорії займалися вітчизняні вчені, починаючи з утворення самостійної держави. Заслугою авторів І. А. Дмитрієва та І. Ю. Шевченка є виконане ними дослідження щодо еволюції змісту категорії «трудоий потенціал» (на базі близько 45 наукових джерел), починаючи із зародження України і закінчуючи сучасним періодом, з виділенням спільних рис різних формулювань [3]. Ознайомившись з цією науковою працею, можна сказати, що перелічені ними спільні риси різних трактувань трудового потенціалу, навіть у сучасних публікаціях, не містять соціального аспекту, в чому можна впевнитися з нижченаведеного переліку цих спільних рис:

- наявність кількісних і якісних характеристик трудового потенціалу;
- наявність реалізованої (наявної, реальної і т. п.) і нереалізованої (можливої, резервної, перспективної і т. п.) складових трудового потенціалу;
- сприяння досягненню підприємством поставлених цілей різного рівня (стратегічних, тактичних, особистісних тощо);
- вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на формування і розвиток трудового потенціалу [3, с. 26-27].

Досить змістовний аналіз сутності поняття «трудоий потенціал підприємства» зробила також Т. Водолажська, узагальнивши в табличному вигляді думки більше десятка науковців [4, с. 39-40], але й у них відсутній соціальний фактор. Навіть у визначенні самої авторки цей елемент не присутній.

Аналіз інших визначень наданих протягом останнього десятиліття і проаналізованих автором даного дослідження, за невеликим виключенням, також свідчить, що як на момент попереднього дослідження [5], так і після

нього соціальна компонента у визначенні «трудового потенціалу» на рівні підприємства не відзначається. Власно ж поняття «соціально-трудовий потенціал підприємства» в літературних джерелах для мікрорівня практично не використовується. Тому вважаємо, що надане раніше формулювання соціально-трудового потенціалу підприємства й дотепер є актуальним і може бути прийнято за основу. Нагадаємо, що економічна сутність цього поняття розглядається «...як комплексна категорія, яка визначає наявні та майбутні можливості персоналу підприємства, відображає інтегральну сукупність кількісно-якісних характеристик працівника, його працездатності та соціально-економічних умов праці і гарантій, результатом чого є новостворені матеріальні та духовні цінності, високий рівень соціального партнерства» [5, с. 81].

Напрямом подальших досліджень є аналіз сучасних методичних підходів до оцінювання і аналізу соціально-трудового потенціалу промислового підприємства.

Список використаних джерел

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови. URL: <https://1531.slovaronline.com/search?s=%D0%9F%D0%9E%D0%A2%D0%95%D0%9D%D0%A6%D0%86%D0%90%D0%9B>
2. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання. 2-ге вид. перероб. та доп.: підручник; Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морєва, О. В. Белякова, О. Б. Балакай. Київ : Центр учбової літератури. 2013. 248 с.
3. Історична еволюція та сучасна інтерпретація дефініції соціально-економічної категорії «трудовий потенціал» Дмитрієв І.А., д-р екон. наук, професор Шевченко І.Ю., д-р екон. наук, доцент Харківський національний автомобільно-дорожній університет. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2022. №28(2022). С. 20-35 URL: <http://ppb.khadi.kharkov.ua/article/view/260741>
4. Водолажська Т. Сутнісно-змістовна характеристика поняття «трудовий потенціал підприємства». *Економіка транспортного комплексу*. 2021. Вип. 38. С. 32-45. URL: <https://api.dspace.khadi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/49a3ae69-3f48-4d41-b778-aab5beb044fc/content>
5. Ігнашкіна Т. Б., Романовський І. Г., Губаренко Л. М. Проблематика оцінювання соціально-трудового потенціалу промислового підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип.15. С.80-88. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/15_2018_ukr/15.pdf

Ілляшенко С.М.

д.е.н., професор

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний

інститут»;

Економіко-гуманітарний

університет, м. Бельсько-Бяла,

Польща

Шипуліна Ю.С.

д.е.н., професор

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний

інститут»

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУБ'ЄКТІВ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ НА РИЗИК КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

Світова практика свідчить, що інновації і інноваційна діяльність є ефективними засобами адаптації суб'єктів господарювання до змін зовнішнього середовища і переходу на шлях інноваційного розвитку. Проте інноваційна діяльність пов'язана з високим ризиком, зі 100 ідей інновацій лише 3 успішно комерціалізуються (втілюються в комерційно успішні інновації) [1, с. 438]. Високий ступінь ризику комерціалізації потребує детального аналізу факторів впливу і розроблення на цій основі системи заходів щодо його зниження. У цьому контексті виконано аналіз факторів ризику комерціалізації, які є характерними (проте малодослідженими) для суб'єктів господарювання, що стали на шлях інноваційного розвитку.

Базовою передумовою забезпечення успіху створення і комерціалізації інновацій є високий рівень потенціалу інноваційного розвитку (ПІР) організації-інноватора як у цілому, так і в розрізі його потенціалів-підсистем [2]: ринкового, який відображає готовність ринку сприйняти інновації (наявність попиту), або ж можливість сформуванню попиту (для радикальних інновацій); інноваційного, що характеризує здатність персоналу втілити досягнення НТП у інноваційні продукти, які відповідають споживчим запитам; виробничо-збутового, який характеризує технічну спроможність і економічну доцільність виготовлення і комерціалізації інновацій, що відповідають запитам споживачів. Фактично, ПІР забезпечує відповідність внутрішніх можливостей інноваційного розвитку організації зовнішнім. Ступінь такої відповідності визначає успішність комерціалізації інновації та супутній ризик.

В сучасній економіці одним з основних факторів впливу на успіх і ризик комерціалізації інновації є інноваційна культура суб'єктів інноваційного процесу, зокрема, організації-інноватора і її економічних контрагентів (споживачів, інвесторів, постачальників, посередників тощо) на цільових ринках. Загалом інноваційна культура визначає здатність суб'єктів інноваційного процесу створювати, сприймати чи використовувати (споживати)

інновації. З цього слідує, що успіх комерціалізації інновації і супутній ризик залежить від співвідношення інноваційної культури організації інноватора і його економічних контрагентів, насамперед, цільових споживачів. Так низький рівень інноваційної культури організації-інноватора підвищує ризик невідповідності інноваційної розробки існуючим тенденціям розвитку НТП (галузевим, ринковим тощо), що свідчить про її низьку конкурентоспроможність. Низький рівень інноваційної культури споживачів підвищує ризик несприйняття ними інноваційних розробок високого ступеня радикалізації. У сукупності це різко збільшує ризик провалу комерціалізації інновації. Аналогічним чином було проаналізовано комерційні ризики для різних варіантів співвідношень рівнів інноваційної культури організації-інноватора і цільових споживачів. При цьому враховано тип інновацій за ступенем їх радикалізації. Результати представлено у таблиці 1. Вони в основному стосуються технічно складної продукції.

Таблиця 1. Рівень ризику комерціалізації для різних типів інновацій

Інноваційна культура організації-інноватора	Інноваційна культура споживачів		
	Висока	Середня	Низька
Низька	Середній для поліпшуючих Високий для інших	Високий для всіх типів	Неприпустимий для всіх типів
Середня	Низький для ординарних і поліпшуючих інновацій Середній для радикальних	Низький для поліпшуючих інновацій Середній для ординарних Високий для радикальних	Середній для поліпшуючих Високий для інших
Висока	Низький для всіх типів інновацій	Середній для радикальних інновацій Низький для всіх інших	Високий для радикальних інновацій Середній для ординарних і поліпшуючих

Дані табл. 1 можуть бути використані для попередньої оцінки можливості успіху комерціалізації інновацій певного типу і рівня супутнього ризику. Це дозволить підвищити обґрунтованість стратегій інноваційного розвитку конкретних суб'єктів господарювання на конкретних цільових ринках.

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на розроблення методичних засад кількісної оцінки комерційних ризиків організації-інноваторів, залежно від оцінок рівня їх інноваційної культури та інноваційної культури цільових споживачів на фактичних чи перспективних ринках.

Список використаних джерел

1. Маркетинг / Под ред. М. Бейкера. – СПб.: Питер, 2002, 1200 с.
2. Шипуліна Ю.С. Показники, критерії і методика діагностики інноваційного потенціалу промислового підприємства. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку:

Іщук Л.І.

*к.е.н, доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування,
Луцький національний технічний
університет*

КОНЦЕПЦІЇ МОДЕЛЕЙ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ

Інститут держави є надзвичайно давнім та покликаний виконувати ряд функцій, що на неї покладаються. Тобто держава як інститут діє в конкретних напрямках, визначаючи таким чином своє значення та сутність у життєдіяльності суспільства. Функції держави не є повністю статичними, вони видозмінюються залежно від явищ об'єктивної дійсності та викликів, що постійно з'являються. Поряд з цим, усі науковці серед функцій держави виділяють соціальну функцію, яка включає сфери здоров'я, культури, науки, освіти тощо. Соціальна функція держави існує та існувала завжди, незалежно від кризових чи інших зовнішніх чинників. Навпаки, при наявності більшої кількості деструктивних чинників, соціальна функція держави поглиблюється. Наприклад, при епідемії коронавірусної хвороби держава розробляла нові та використовувала у повній мірі наявні механізми допомоги населенню та його групам. Аналогічна теза діє й в умовах захисту Україною територіальних меж та громадян від збройної агресії.

Соціальна функція держави полягає у такому забезпеченні прав і свобод кожної людини, щоб створювалися належні умови для її існування та розвитку безпосередньо, так і реалізація соціальної справедливості в цілому. Іншими словами соціальна функція держави полягає в таких напрямках діяльності держави, що вирівнюють можливості доступу кожного до основних суспільних та соціальних благ, забезпечуючи при цьому стабільність соціуму. Звичайно, забезпечити усіх громадян однаково та належному рівні не є можливим, оскільки на це впливає велика кількість факторів, в тому числі обмеженість вільних фінансових ресурсів й сама поведінка та рішення громадян.

Кожна держава на власний розсуд та, з дотриманням взятих на себе міжнародних зобов'язань, урегульовує ту чи іншу сферу, формує власну політику та приймає власне законодавство. Тому можна виокремити наступні моделі побудови системи соціального захисту.

Скандинавська модель. Від самої назви можна дійти висновку, що вона поширена у Швеції, Данії, Норвегії. В рамках даної моделі, соціальний захист розглядається як законне право громадянина. Система даної моделі охоплює велику кількість соціальних ризиків і ситуацій, що має знайти свою реакцію допомоги з боку держави. Соціальні послуги гарантовано надаються усім

громадянам без прив'язки до певних умов. Фінансування даної моделі є можливим в більшій мірі за рахунок широкого страхування ризиків, створення професійних спілок.

Солідарна модель. Характеризується тим, що кожен громадянин робить внески за чітко визначеною відсотковою ставкою, що вираховується із його заробітної плати. Такий обов'язок може бути поділений між роботодавцем та працівником. При цьому надання значної кількості соціальних допомог є можливим у випадку офіційного працевлаштування.

Континентальна модель (корпоративна або ж модель Бісмарка). Поширена в Швейцарії, Німеччині, Австрії. Дана система має чітку кореляцію між трудовим стажем та рівнем соціального захисту. Таким чином, величина соціальної допомоги напряму залежить від величини та часу сплати страхових внесків. Характерною ознакою даної системи є поєднання як державних, так і недержавних інституцій. При цьому фінансування відбувається не за рахунок коштів державного бюджету, а за рахунок акумульованих коштів у різних фондах.

Залишкова модель (англосаксонська або ж модель Беверіджа). Поширена у Великій Британії та Ірландії. Система соціального захисту поширює свою дію на усіх громадян, що потребують такої допомоги. При цьому основними критеріями є національна приналежність та одноманітність видів соціальної допомоги для кожної особи. Джерелами фінансування соціальної допомоги в рамках даної моделі є різні страхові фонди та державний бюджет. Попри можливість отримати соціальну допомогу великою кількістю осіб, її розмір є незначним та забезпечує виключно мінімальні потреби.

Ліберально-демократична модель. Концепція даної моделі передбачає перекладення обов'язку реагувати на соціальні ризики стосовно конкретних громадян з держави та фондів на саму особу та громадські організації. Таким чином, особа сама визначає, чи здійснювати їй страхові платежі у самостійно визначені нею фонди, чи робити власні накопичення. Держава виступає в ролі регулятора суспільних відносин та надає лише незначну допомогу при настанні найбільш несприятливих ситуацій. Дана модель є наслідком розвитку ринкових відносин, де кожен сам визначає спектр власних дій, а відповідно їй перебирає на себе усю відповідальність.

Консервативна модель. Являє собою систему перерозподілу матеріальних благ, де багатші верстви населення сплачують більші суми внесків, що в більшій мірі направляються на соціальну допомогу верствам, які мають менші статки. Таким чином відбувається певне соціальне вирівнювання. Дана концепція передбачає перевагу соціальних та громадянських прав особи над політичними.

Південно-європейська модель. Притаманна для таких країн як Португалія, Іспанія, Італія, Греція. Дана модель характеризується тим, що має ряд основних видів соціальних допомог, однак значне фінансування дістається лише декільком (наприклад пенсійному).

Соціал-демократична модель. Притаманна пострадянським країнам, Китаю та іншим країнам соціалістичного табору. Дана модель характеризується ідеєю

рівності усіх громадян, створюючи умови рівного розвитку, а тому й рівного забезпечення. При цьому відбувається не пільгове фінансування й забезпечення менш заможних верств населення, а навпаки – обмеження більш заможних верств населення мати кращі блага.

Якщо говорити про Україну, то система соціального захисту та соціального забезпечення зберігає за собою радянські залишки її адміністрування. Система соціального захисту у незначній мірі фінансується за рахунок різних недержавних фондів, страхових компаній. Основні страхові внески у розмірі 22 % здійснюються роботодавцем від офіційно нарахованої заробітної плати (єдиний соціальний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування). Також простежується те, що подолання наслідків соціальних ризиків відбувається за рахунок власних та сімейних збережень. Основну ж частину фінансування покладено на бюджети різних рівнів. Таким чином, для України характерне поєднання ознак двох або ж трьох вищенаведених моделей соціального захисту.

Список використаних джерел

1. Медвідь А.О. Поняття права на соціальне забезпечення. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Юриспруденція». 2016 № 21 С. 92-94.
2. Белова І.М., Семенишена Н.В. Суть, основні напрями та функції соціального захисту населення. Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. Вип. 34. 2021 С. 92-107.
3. Yakovleva D. Financing directions of the social sphere in Ukraine : матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції (23 червня 2023 р). відп. ред. В.В. Чудовець. Вип. 15. Луцьк: ВІП ЛНТУ, 2023. С. 7-9

Канівець Д.О.

*здобувач вищої освіти ступеня
бакалавр*

спеціальності 073 «Менеджмент»

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Турчина С.Г.

*Сумський національний аграрний
університет*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ЛОГІСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

В умовах трансформації ринку для подальшого успішного розвитку підприємств логістичної галузі, виявлення внутрішніх резервів, важливо створювати необхідні умови для формування та функціонування механізму конкуренції.

Динамізм, висока ступінь невизначеності факторів навколишнього середовища суттєво ускладнюють процес розробки та прийняття управлінських

рішень у підприємствах логістичної галузі. В даний час логістичні підприємства працюють в умовах постійних, та швидких змін, однак у більшості підприємств стратегічне планування знаходиться на початковому етапі розвитку, особливо це стосується розробки конкурентної стратегії. Менеджери багатьох компаній погоджуються з необхідністю розробки стратегічних дій на ринку та вивчення конкурентних переваг, що є ключовим фактором сталого тривалого розвитку підприємства. Основна причина досягнення провідної позиції на ринку деяких логістичних компаній та нестабільна позиція інших, це і є наявність або відсутність конкурентних переваг.

По мірі формування сучасного цивілізованого ринку логістичних послуг виникає необхідність створення конкурентних переваг. Такими перевагами, що характерні для підприємств логістичної галузі може бути значне підвищення рівню якості обслуговування споживачів.

Конкурентоспроможність - властивість об'єкта та його сервісу, що характеризується мірою реального або потенційного задоволення ним конкурентоспроможної потреби у порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами на цьому ж ринку [1].

У зарубіжній та вітчизняній літературі розглядаються різноманітні підходи до оцінки конкурентоспроможності товару та організації, але до цього часу не вирішено питання оцінки конкурентоспроможності логістичної системи.

Грунтуючись на теоретичних основах управління конкурентоспроможністю різних об'єктів, викладених українськими та зарубіжними вченими [2,3], поняття конкурентоспроможності підприємств логістичної галузі можна сформулювати таким чином: конкурентоспроможність підприємств логістичної галузі - це їх здатність протистояти впливу зовнішніх факторів та підтримувати високий рівень якості обслуговування споживачів на цільовому ринку з прийнятним рівнем логістичних витрат.

У роботі Дж. Шанн та В. Говіндараджан [4] досліджуються нові методи збільшення конкурентоспроможності економічних суб'єктів на основі впровадження логістичної концепції в управлінні витратами. Останніми роками у Україні також з'явилися дослідження, які розглядають логістику як важливий чинник підвищення конкурентоспроможності ринкових суб'єктів. Проте проблема кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємств логістичної галузі залишається актуальною та невирішеною.

На нашу думку, оцінка конкурентоспроможності підприємств логістичної галузі являє собою сукупність операцій, що розкривають зміст і результативність логістичної діяльності в ринковому просторі. Вона має здійснюватися з дотриманням таких принципів:

1. Орієнтація на конкретні ринки та потреби.
2. Використання сукупності наукових підходів до оцінки та управління конкурентоспроможністю. Оцінюючи конкурентоспроможність логістичних

підприємств доцільно застосовувати системний, комплексний та нормативний підходи.

3. Конкурентоспроможність логістичної системи будівельної організації формують різні групи зовнішніх та внутрішніх конкурентних переваг. Це потребує врахування їх поодинокого та спільного впливу на формування конкурентних переваг системи. Відповідно, система оцінки конкурентоспроможності повинна мати системний характер і включати такі аспекти: оцінку логістичних витрат, оцінку логістичних активів, оцінку якості обслуговування споживачів.

4. Багаторівневість системи оцінки конкурентоспроможності логістичного підприємства. Для оцінки конкурентних переваг необхідно застосовувати великий перелік елементарних оціночних показників конкурентних переваг. Формування показника конкурентоспроможності логістичного підприємства потребує інтеграції всіх елементарних оціночних показників.

5. Орієнтація на кількісні методи оцінки. Інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства має враховувати вагомість елементарних показників, що входять до нього.

Процес оцінки конкурентоспроможності підприємства логістичної галузі передбачає послідовну реалізацію наступних етапів:

Етап 1 - Визначення меж цільового ринку

Етап 2 - Виявлення потенційних конкурентів

Етап 3 - Розрахунок показника фактичної конкурентоспроможності підприємства

Етап 4 – Оцінка конкурентних можливостей ринкового середовища;

Етап 5 – Визначення потенційної конкурентоспроможності підприємства логістичної галузі.

Список використаних джерел

1. Крикавський Є.В., Кузьо Н.Є., Косар Н.С. Дослідження конкурентоспроможності мережних підприємств роздрібної торгівлі України. *Вісник Хмельницького національного університету «Економічні науки»*. 2019, №5 (274). С. 151-156

2. Тульчинська С., Солосіч О., Чорній В. Вплив діджиталізації управлінських процесів на систему забезпечення економічної безпеки підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. Вип. 9. С. 54 - 58

3. Управління конкурентоспроможністю промислових підприємств в умовах невизначеності: монографія. / І. М. Посохов, О.В. Чепіжко, В. Г. Дюжев, Д.О. Лисиця. Харків: Видавництво Іванченка І. С. 2022. 252 с

4. Шанн Дж., Говиндараджан В. Стратегическое управление затратами. Новые методы увеличения конкурентоспособности/Пер. с англ. СПб.: Бизнес – Микро. 2001. 187с.

Квашук О.В.

*викладач вищої кваліфікаційної
категорії, викладач-методист,
ВСП «Уманський фаховий коледж
технологій та бізнесу» УНУС*

ПОНЯТТЯ І ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС–ПРОЦЕСАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

Станом на сьогодні, управління бізнес-процесами є ключовою функцією менеджменту міжнародної компанії, від якої залежить можливість підприємства розвиватися в нинішніх умовах ринку. Актуально, що значна кількість підприємств не мають структурованої функції з управління бізнес-процесами, обмежуючись базовими регламентами. Тому, з метою виправлення даної ситуації, була розроблена дана робота, що направлена на формування стратегії управління та підвищення ефективності бізнес-процесів. Розвиток підприємства за умов динамічного зовнішнього середовища є предметом дослідження вчених різних країн. Високий ступінь динамічності зовнішнього середовища впливає на ефективність управління бізнес-процесами міжнародного підприємства та забезпечення стрімкого та довготривалого розвитку організації в стратегічній перспективі. Управління бізнес-процесами – це вид менеджменту, в якому управлінці використовують різноманітні методи для вивчення, моделювання, аналізу, виміру, покращення, оптимізації та автоматизації бізнес-процесів. Будь-яка комбінація методів використана для управління бізнес-процесами на підприємстві це УБП. Процеси можуть бути структурованими та повторюваними або неструктурованими та одиничними, для УБП можуть використовуватись дозвільні технології. В управлінні проектами УБП – це використання повторюваних процесів для покращення результату проекту. Ключові відмінності між управлінням процесами та управлінням проектами – це повторюваність та передбачуваність. Якщо структура та сутність роботи унікальна – це проект. В управлінні бізнес-процесами структура роботи може відрізнятись залежно від проекту – різні умови, середовище, правила ведення бізнесу. Проте ключова особливість – це передбачуваність – неважливо скільки «розвилок» на шляху, всі вони відомі заздалегідь, зрозумілі умови за яких процес піде тим чи іншим шляхом. Якщо ця умова виконується, ми маємо справу з процесом. УБП як управлінський підхід розглядає процеси як важливу частину організації, яка має бути зрозумілою, керованою та розробленою таким чином щоб створювати додану вартість продуктів і сервісів для споживача. Такий підхід співпадає з TQM (загальним управлінням якістю) та методологією постійного вдосконалення процесів.

УБП включає цілеспрямоване, спільне і все більш технологічне визначення, покращення, інновації та управління наскрізними бізнес-процесами, які призводять до бізнес-результатів, створюють цінність і дозволяють організації досягти своїх бізнес-цілей з більшою гнучкістю. УБП дозволяє підприємству привести свої бізнес-процеси у відповідність до

бізнесстратегії, що веде до підвищення ефективності роботи компанії в цілому за рахунок покращення конкретних робочих операцій як у рамках конкретного відділу, так і в масштабах підприємства або між організаціями.

Сучасний підхід до управління та вдосконалення, з формальними визначеннями та технічним моделюванням, існує з початку 1990-х років. З 2012 року у дослідженнях з УБП дедалі більше уваги приділяється питанням відповідності бізнес-процесів. Хоча ключовим аспектом бізнеспроцесів є гнучкість, оскільки бізнес-процеси постійно повинні адаптуватися до змін у навколишньому середовищі, необхідно також забезпечити відповідність бізнес-стратегії, політики та державних норм. Аспект відповідності нормам у УБП дуже важливий для урядових організацій. Було проведено багато технічних досліджень операційних бізнес-процесів у державному та приватному секторах, але дослідники рідко приймають до уваги діяльність з слідування правовим нормам – як, наприклад, процеси впровадження законодавства в державних керівних органах. Діяльність з управління бізнес-процесами може бути довільно згрупована у такі категорії, як проектування, моделювання, виконання, моніторинг та оптимізація.

Незалежно від того, чи розглядаються існуючі процеси чи проектуються нові, необхідно забезпечити правильне та ефективне створення нового дизайну процесу. Пропоновані поліпшення можуть стосуватися робочих процесів між людьми, між людьми та системами або між системами, і можуть бути спрямовані на вирішення нормативних, ринкових чи конкурентних проблем, з якими стикаються підприємства. Існуючі процеси та розробка нового процесу для різних програм повинні синхронізуватися і не викликати серйозних збоїв або переривання процесу. При моделюванні береться теоретичний проект та вводяться комбінації змінних (наприклад, зміни в орендній платі або вартості матеріалів, які визначають, як процес може працювати за різних обставин). Це також може включати проведення аналізу «що, якщо» (умови – коли, якщо, якщо ще) для процесів, наприклад «що, якщо у мене буде 70% ресурсів для виконання того ж завдання?», «що, якщо я хочу виконати ту ж роботу за 85% від поточної вартості?». Виконання бізнес-процесу – це реалізація виявленого і змодельованого бізнес-процесу, здійснюється вручну, автоматично або за допомогою комбінації ручних та автоматизованих бізнес-завдань. Ручні бізнес-процеси управляються людьми. Автоматизовані бізнес-процеси керуються програмним забезпеченням. Автоматизація бізнес-процесів включає методи і програмне забезпечення, що використовуються для автоматизованих бізнес-процесів. Автоматизація бізнес-процесів виконується на рівні бізнес-процесів чи на рівні представлення споживача еталонної архітектури SOA. Програмні комплекси УБП, такі як BPMS, розташовуються на рівні бізнес-процесів. У той час як програмне забезпечення для автоматизації роботизованих процесів виконує автоматизацію бізнес-процесів на рівні представлення, тому вважається неінвазійним і відокремленим від існуючих прикладних систем. Одним із способів автоматизації процесів є розробка або придбання програми, що виконує необхідні етапи процесу, однак на практиці такі програми рідко виконують всі етапи процесу точно або повністю. Інший підхід полягає у

використанні комбінації програмного забезпечення та людського втручання, однак цей підхід є складнішим, що ускладнює процес документування. У відповідь на ці проблеми компанії розробили програмне забезпечення, яке визначає повний бізнес-процес комп'ютерною мовою, яку комп'ютер може безпосередньо виконувати. Моделі процесів можна запускати через механізми виконання, які автоматизують процеси безпосередньо з моделі (наприклад, розрахунок плану погашення кредиту), або, якщо крок надто складний для автоматизації, система визначення моделювання бізнес-процесів (BPMN) надає можливість зовнішнього введення даних людиною. Пряме виконання визначення процесу може бути простішим і, отже, його легше покращити. Однак автоматизація визначення процесу вимагає гнучкої та всеосяжної інфраструктури, що зазвичай виключає впровадження таких систем у наявне ІТ-середовище. Бізнес-правила використовуються системами для надання ухвал для управління поведінкою, а механізм бізнес-правил може бути використаний для управління виконанням та вирішенням процесів.

Моніторинг включає відстеження окремих процесів, щоб можна було легко побачити інформацію про їх стан і отримати статистику про продуктивність одного або декількох процесів. Прикладом такого відстеження є можливість визначити стан замовлення клієнта (замовлення прибуло, чекає доставки, рахунок сплачено), щоб можна було виявити та усунути проблеми у його роботі. Ця інформація може бути використана для роботи з клієнтами та постачальниками з метою поліпшення їх пов'язаних процесів. Як приклад можна навести створення показників того, як швидко обробляється замовлення клієнта чи скільки замовлень було оброблено останній місяць. Ці показники, як правило, поділяються на три категорії: час циклу, кількість дефектів та продуктивність. Ступінь моніторингу залежить від того, яку інформацію бізнес хоче оцінити та проаналізувати і як бізнес хоче її відстежувати – в режимі реального часу, майже в режимі реального часу або за запитом. Аналіз процесів дозволяє аналітикам виявляти розбіжності між фактичним виконанням процесу та апріорною моделлю, а також аналізувати вузькі місця. Такий аналіз бізнес-процесів пов'язаний із застосуванням інтелектуального аналізу даних, машинного навчання та інших методів прогнозування для передбачення того, що станеться із діючими бізнес-процесами, що дозволяє робити прогнози майбутнього циклу, питань відповідності тощо.

Список використаних джерел

1. Бойда С. В. Інституційні проблеми формування бізнес-середовища 436 в Україні. «Молодий вчений» 2016. № 5 (32).
2. Корж М. В., Чуб І. В. Міжнародний маркетинг як основа розвитку міжнародного бізнесу. Стратегія розвитку України. 2017. № 1.
3. Остапенко Т. Г. Розвиток глобального економічного середовища в сучасних умовах. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. № 25 (2).
4. Пархоменко Н. О. Розвиток бізнес-систем в умовах глобального середовища: управлінський аспект: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л.М., 2021.

5. Філіппов В.Ю. Управління розвитком підприємництва за імперативами сталого розвитку в інформаційно-інноваційній економіці: системно-інтегрований підхід. Schweinfurt: Time Realities Scientific Group UG (s s ä k), 2020, 489 с.

Колотюк О.І.

пошукувач

Ткачов М.М., к.е.н., доц.

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

Національний технічний

університет «ХПІ»

ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Інноваційно-інтелектуальна діяльність є дуже нетрадиційним об'єктом правового регулювання. Правове забезпечення інноваційної діяльності та об'єктів інтелектуальної власності вимагає врахування того факту, що предмет інноваційної діяльності, як правило, не закріплений за даною сферою на постійній основі [1-14]. Виняток становлять лише учасники реалізації інноваційних проектів, які офіційно зареєстровані. Це стосується в більшій мірі об'єктів інтелектуальної власності. Однак період такої консолідації, як правило, не є тривалим і, до того ж, обсяг інноваційної продукції, виробленої в рамках інноваційного проекту, навряд чи буде більшим, ніж частка відсотка від загального обсягу інноваційної продукції, виробленої в Україні [1, 3, 9].

При цьому необхідно враховувати складність і мережевий характер виробництва інноваційної продукції та об'єктів інтелектуальної власності, життєвий цикл яких включає науково-технічну, конструкторсько-технологічну, господарську і виробничу діяльність. Кожну стадію життєвого циклу інновації доцільно розглядати як складову інноваційної діяльності в цілому, а виконання кожним суб'єктом певних завдань на будь-якій стадії життєвого циклу інновації, з точки зору його взаємозалежності з іншими учасниками інноваційної діяльності. Першою помилкою при формуванні законодавства інноваційного циклу в Україні є думка про те, що інноваційну діяльність як об'єкт правовідносин можна розділити на окремі складові, кожна з яких розглядається як самостійний об'єкт правового регулювання [1, 5, 12]. Формування ефективного інноваційного сектора сучасної економіки, що динамічно розвивається, перш за все, передбачає забезпечення оптимального балансу між приватними і суспільними інтересами тих, хто займається інноваційною діяльністю, і тих, хто несе відповідальність на рівні державної влади за формування нормативно-правового забезпечення переходу економіки на інноваційний шлях розвитку. Водночас, доводиться констатувати, що нормам вітчизняного законодавства в сфері інноваційної діяльності та інтелектуальної власності у відповідній правозастосовчій практиці бракує дієвих механізмів

забезпечення гармонії у співвідношенні приватних та публічних інтересів, пов'язаних з інноваційним розвитком економіки України.

Звичайно, простого і однозначного вирішення цієї проблеми не існує, але відсутність такої гармонізації не дозволяє чітко визначити зони відповідальності за інноваційний розвиток між сферою приватного підприємництва та державним управлінням. Як правило, сфера приватноправових відносин у вітчизняному законодавстві інноваційного циклу обмежується лише нормами господарської галузі права, тоді як такі галузі права, як цивільне, трудове, земельне право практично не відображені в цій галузі законодавства. Публічно-правові відносини в інтелектуально-інноваційному законодавстві мають ґрунтуватися не лише на реалізації норм конституційного та адміністративного права, як це має місце в чинному інноваційному законодавстві, але й імплементація норм фінансового та цивільного процесуального права тут також могла б відігравати важливу роль. Зазначене свідчить про те, що початкові передумови формування інноваційного законодавства не враховують важливих галузевих норм права, що, безумовно, ускладнює реалізацію курсу на інноваційний розвиток вітчизняної економіки. Хоча в реальній міжнародній практиці фактично не існує абсолютної межі між публічною та приватноправовою сферами, проте для України все ж існують додаткові труднощі в правовому поєднанні приватних і публічних інтересів, пов'язані з тим, що основою вітчизняної правової системи є правова система планової економіки, де фактично не розглядалися приватноправові аспекти регулювання ні трудових, ні господарських відносин [1].

У чинному законодавстві України цей недолік певною мірою усунено. Але при цьому не завжди враховується доцільність гармонізації приватноправових і публічно-правових норм. Наприклад, цикл законів України, присвячених охороні інтелектуальної власності, позиціонується в нашій країні як такий, що стосується виключно сфери приватного права [1, 4, 11]. Цей факт якщо не заважає, то в будь-якому разі не сприяє реальному використанню результатів науково-технічної та інноваційної діяльності у виробничому секторі економіки України.

У правових системах більшості високорозвинених країн значна увага приділяється ролі держави у стимулюванні національними економіками споживання інтелектуальної продукції в різних галузях. Як правило, ця роль полягає в зниженні бар'єрів для входження інновацій на галузеві ринки адміністративними методами. Для цього потрібна як пряма фінансова підтримка поширення інноваційних технологій, так і всебічне заохочення споживання інноваційної продукції. Неможливо обійтися без розвитку публічно-правової сфери підтримки інноваційної діяльності. До цієї сфери правовідносин належать, зокрема, законодавство, пов'язане з підтримкою малого та середнього бізнесу [1]. Водночас, хоча на політичному рівні декларується необхідність надання більших можливостей для розвитку малого та середнього бізнесу, запропоновані правові норми дозволяють говорити лише про заохочення низькопродуктивного малого бізнесу, що посилюється недостатньою увагою з боку держави до розширення великого бізнесу, орієнтованого на виробництво

товарів з високою часткою доданої вартості. Помилково думати, що стимулювання малого та середнього бізнесу саме по собі позитивно вплине на інтенсифікацію інновацій. Фактично переважаючі правові підходи до стимулювання малого підприємництва в Україні можуть суттєво погіршити умови для інноваційної діяльності.

Інтенсифікація інноваційної діяльності ґрунтується на формуванні специфічної ринкової інфраструктури, основою якої є виникнення таких елементів корпоратизації суб'єктів ринку, як кластери та технологічні платформи. На жаль, в Україні має чіткий метафоричний характер спроб ввести відповідні терміни в правовий обіг. Ця метафора пов'язана з нерозумінням ринкової ролі цих елементів і, відповідно, їх суб'єктно-об'єктних відносин. Завданням будь-якого кластера є набуття додаткової конкурентоспроможної компетенції для виробництва конкретного виду продукції. У зв'язку з цим постає завдання публічно-правового регулювання відносин між підприємствами, що займаються виробництвом даної продукції [1]. Виникнення і функціонування таких кластерів, за великим рахунком, визначається наявністю цих основних кінцевих продуктів, які мають достатній попит на ринку.

Список використаних джерел

14. Соловйов В.П. Про деякі проблеми правового забезпечення інноваційної діяльності в Україні. [Електронний ресурс] URL: https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2015/12/Conf_11.12.15/Conf_11.12.15_14.pdf
15. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
16. Данилова М. А. Підвищення ефективності управління інтелектуальною власністю за умов економічного спаду // Перспективи інноваційного розвитку// редкол.: П. С. Пойта [та ін.], 2009. С. 11–13
17. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
18. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva., Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
19. Pererva P.G. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities / P.G. Pererva, T.O. Kobieliava, L.V. Shaulska // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. No 1(23). С.43-50.
20. Шаульська Л.В. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства / Л.В.Шаульська, П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2023.No 3 (181). С. 14-23
21. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
22. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.
23. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
24. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.

25. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.

26. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.

27. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.

Косенко С.А.

здобувач вищої освіти ступеня

бакалавр

ОПП «Міжнародні економічні

відносини»

спеціальності «Маркетинг»

Ткачова Н.П., к.е.н., доц.

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

Національний технічний

університет «ХП»

СУТНІСТЬ ПЕРСОНАЛ-МАРКЕТИНГУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Персонал-маркетинг є найбільш важливою складовою системи управління персоналом. Немає сумнівів і цілком очевидно, що в ринкових умовах саме людський ресурс будь-якого підприємства є вирішальним у забезпеченні його успішного сталого розвитку. При цьому головною відмінною рисою персоналу є безпосереднє, і, досить часто активне участь у всіх процесах, що відбуваються на підприємстві [1-13]. Слід також підкреслити, що ефективна система управління персоналом, заснована на маркетингу, є не тільки запорукою конкурентоспроможності підприємства в ринковій системі сучасного світу, інструментом підвищення ефективності і продуктивності персоналу, вона виступає в якості соціально орієнтованого управління, спрямованого на кожного конкретного працівника з метою підвищення мотивації і поліпшення результатів його роботи, задоволення потреб за рахунок системи матеріального і нематеріального стимулювання.

У сучасних умовах доцільність маркетингової діяльності в управлінні персоналом обумовлена об'єктивною необхідністю раціонально планувати і прогнозувати потребу в людських ресурсах, розподіляти, використовувати і розвивати їх, при цьому не тільки сприяючи, але, за великим рахунком, створюючи всіма можливими способами сприятливі умови для професійного зростання працівників, керуючи процесом мотивації їх трудової поведінки [2, 4, 9]. Для багатьох керівників стає все більш очевидним, що забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами, формування ефективної згуртованої команди, орієнтованої на досягнення високих результатів, є досить складним завданням, вирішення якої вимагає спеціальних знань і навичок. На даний момент кадровий

маркетинг є найважливішою складовою системи управління персоналом, оскільки дозволяє вирішити ряд першочергових завдань, серед яких: кадрове забезпечення ефективного досягнення місії та цілей підприємства; формування, розвиток і найбільш повна реалізація кадрового потенціалу підприємства з найбільшою ефективністю як для підприємства в цілому, так і окремо для кожного його працівника; всебічний розвиток гармонійної особистості з високим професійно-культурним рівнем та адаптованої до соціуму; забезпечення високого рівня згуртованості та продуктивності робочої сили тощо.

Маркетингові кадрові технології стають одним з найважливіших елементів системи управління людськими ресурсами в сучасних умовах. Вони сприяють не тільки вдосконаленню внутрішньо-організаційного ринку праці, шляхом підвищення якості робочої сили та лояльності працівників до корпоративної культури, а й, що важливо, формують позитивний імідж роботодавця на зовнішньому ринку праці, а, отже, забезпечують значне підвищення конкурентоспроможності робочої сили по всій країні [1, 7].

Поняття кадрового маркетингу - це система взаємопов'язаних поглядів, положень маркетингової діяльності з урахуванням необхідності здійснення з метою досягнення цілей організації наступного: дослідження ринку праці, відповідності тенденцій його зміни парадигмі розвитку організації, суспільства і прогнозування його кон'юнктури; вивчення запитів, потреб робочої сили і найбільш повне і ефективно їх задоволення за допомогою взаємозв'язку із зовнішніми джерелами, що забезпечують підприємство персоналом; аналіз кадрового потенціалу організації та якості його використання; прогнозування та планування потреб у персоналі; розробка та впровадження стратегій управління персоналом; організація комунікаційної діяльності; управління людськими ресурсами; обстеження персоналу [1, с. 133].

Слід зазначити, що категорія «персонал-маркетинг» в наукових колах в даний час не має узгодженого визначення своєї сутності. Наприклад, деякі вчені розглядають його в контексті того чи іншого виду управлінської діяльності. На думку інших, це процес збору, аналізу, обробки інформації про ринок праці, вивчення його кон'юнктури з подальшою розробкою комплексу заходів щодо безпосереднього здійснення зайнятості. Треті трактують це поняття значно вужче як певний комплекс заходів, спрямованих на залучення висококваліфікованих фахівців [2-4, 9]. У загальному сенсі кадровий маркетинг в науковій сфері визначається як вид управлінської діяльності, спрямованої на виявлення і задоволення як кількісних, так і якісних аспектів потреби організації в персоналі [1, 5, 12].

Дослідники часто відносять до «кадрового маркетингу» вид управлінської діяльності, спрямованої на стратегічне забезпечення організації необхідними людськими ресурсами, що дозволяє не тільки формувати і успішно реалізовувати людські ресурси в довгостроковій перспективі, але і розширювати інструментарій традиційного маркетингу в сфері управління людськими

ресурсами для системного пошуку як стратегічних, так і оперативних рішень кадрових проблем в організації [8].

Однією з основних функцій кадрового маркетингу є діагностика професійної придатності та ротації персоналу, а також порядок оцінки трудової діяльності, ділових та особистісних якостей персоналу. У вузькому сенсі персонал-маркетинг є частиною маркетингу поставок, так як його основне завдання полягає в забезпеченні кадрами підприємства. У більш широкому сенсі це активна форма соціального обміну між підприємством і ринком праці. Маркетингова діяльність у сфері персоналу стосується як відносин з ринком праці, так і безпосередньо відносин із власними працівниками [1].

Персонал-маркетинг доцільно розглядати як систему, а основою розвитку маркетингової діяльності в сфері персоналу є інформація про фактори зовнішнього і внутрішнього середовища, що впливають на рівень і якість кадрового забезпечення підприємств. До основних зовнішніх факторів належать: загальна ситуація на внутрішньому ринку праці; розвиток рекрутингового напрямку; державна політика у сфері освіти та зайнятості; співвідношення і динаміка попиту і пропозиції трудових ресурсів; До внутрішніх належать: процеси адаптації, навчання, розвитку та оцінки персоналу; організація системи мотивації та оплати праці на підприємстві; делегування повноважень; комунікаційні та інформаційні потоки тощо [1]. Отже, такий системний підхід дозволяє, по-перше, вибудовувати довгострокові відносини між підприємством і джерелами покриття потреби в персоналі, в тому числі при його звільненні, і підтримувати комунікаційні зв'язки з навколишнім середовищем; по-друге, адаптувати залучення персоналу за допомогою технологій коучингу та HR-брендингу, стимулювати співробітників до роботи, посилити сприйняття цінностей та корпоративної культури компанії; По-третє, здійснювати управління персоналом на безконфліктній основі [6, с. 112].

Персонал-маркетинг здійснюється на основі певних принципів, серед яких доцільно виділити наступні: відповідність обраних кадрових стратегій основним принципам кадрової політики підприємства; стратегічний підхід до формування персоналу з урахуванням перспектив розвитку підприємства; здійснення активної позиції на ринку праці з метою впливу на процеси формування трудових ресурсів, забезпечення найбільш повного задоволення конкретних потреб підприємства в персоналі; забезпечення відповідності пропонованих роботодавцем умов вимогам певних кваліфікаційних груп працівників, що сформувалися на ринку праці [1, с. 134].

У сучасних умовах залишається актуальним ряд проблем у сфері застосування кадрового маркетингу на підприємствах, що вимагають особливої уваги, зокрема: фрагментарність і безсистемність кадрового маркетингу; низька кваліфікація фахівців; відсутність гнучких стратегій управління персоналом, які часто абсолютно не узгоджуються з корпоративною та бізнес-стратегіями підприємства; Крім того, багато підприємств продовжують застосовувати

пасивну кадрову політику, наукові методи підбору, відбору, оцінки, розстановки та безперервного навчання персоналу, підвищення рівня їх кваліфікації практично не впроваджуються в практику кадрових служб, що значно знижує як економічну, так і соціальну ефективність управління персоналом [7, с. 177-178].

Отже, на превеликий жаль, можемо констатувати той факт, що в системі управління персоналом методологічні та організаційні аспекти побудови цілісної збалансованої системи кадрового маркетингу в багатьох організаціях до сих пір залишаються неопрацьованими, і це незважаючи на очевидну доцільність і обґрунтованість використання маркетингових підходів.

Список використаних джерел

28. Гридин, А.В. Проблеми та перспективи персонал-маркетингу на сучасних підприємствах // Актуальні проблеми інновацій та розвитку специфікації АПК: матеріали VII Международной конференции, 4 июня 2020. С.348-353.

29. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.

30. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.

31. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.

32. Витвицька О.Д., Кобелева Т.О., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57.

33. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.

34. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // *Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр.* Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>

35. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.

36. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.

37. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.

38. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.

39. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.

40. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva,. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

*Кравцов В.Ю.
Пошукувач
Крамської Д.Ю., к.е.н., доц.
Перерва П.Г., д.е.н., проф.
Національний технічний
університет «ХПІ»*

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО БІЗНЕСУ

Тривалий час суспільство стояло перед проблемою забезпечення економічної безпеки на всіх рівнях. Всі країни прагнули забезпечити стабільний економічний розвиток своєї держави, а також підприємств. Актуальність цілеспрямованої діяльності у сфері забезпечення економічної безпеки підприємств зумовлена поточною кризовою ситуацією та процесами модернізації країни [1, 7].

Економічна безпека підприємства - це стійкий стан його захищеності від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, дестабілізуючих факторів, що забезпечує стійку реалізацію основних комерційних інтересів і цілей статутної діяльності. В цілому економічна безпека промислового підприємства характеризується наступними чинниками [1, 5, 9, 12]:

- висока фінансова ефективність, самостійність і стійкість підприємства;
- розвиток і конкурентоспроможність технологічної бази підприємства;
- високий рівень організації управління підприємством;
- жорсткий відбір персоналу;
- забезпечення дотримання екологічних стандартів;
- ефективний механізм правового регулювання всіх сфер діяльності компанії; забезпечення інформаційної безпеки підприємства;
- гарантії безпеки співробітників компанії, а також збереження їх майна та професійних інтересів.

У певний період свого розвитку кожне підприємство стикається з проблемою захисту своїх інтересів від неправомірних дій конкурентів і зазіхань недоброзичливців. У сучасних умовах не завжди цивілізованих конкурентних відносин, недосконалості чинного законодавства, свавілля фіскальних органів тощо ще на етапі створення (складання бізнес-плану та проекту статуту) підприємства необхідно передбачити заходи щодо забезпечення економічної безпеки цього підприємства, які дозволять запобігти або зменшити негативний вплив зовнішніх та внутрішніх загроз. Будь-яке підприємство займається певною господарською і комерційною діяльністю, тому поняття «зовнішні» і «внутрішні» загрози будуть індивідуальними для кожного підприємства.

До поширених зовнішніх загроз і дестабілізуючих факторів відносяться [1, 4, 11]: незаконна діяльність злочинних структур, конкурентів, фірм і приватних осіб – рекет, експропріація, шантаж. Нерідко можна зіткнутися з людьми, які займаються промисловим шпигунством або шахрайством, також до загроз

можуть погрожувати неплатоспроможні і безвідповідальні ділові партнери, співробітники, раніше звільнені за різні проступки, а також протиправні дії з боку корупційних елементів з числа представників контролюючих і правоохоронних органів.

До загальних внутрішніх загроз і дестабілізуючих факторів відносяться: дії або бездіяльність (в тому числі умисні і ненавмисні) співробітників компанії, що суперечать інтересам підприємства, в результаті яких підприємству може бути завдано економічного збитку; витік або втрата конкурентних інформаційних ресурсів (у тому числі відомостей, що становлять комерційну таємницю та/або конфіденційну інформацію); підрив свого ділового іміджу та репутації в бізнес-співтоваристві; проблеми у відносинах з реальними і потенційними партнерами і клієнтами; конфліктні ситуації з конкурентами, контролюючими правоохоронними органами, представниками кримінального середовища; виробничі травми або загибель людей.

Сучасний стан української економіки вимагає створення системи економічної безпеки підприємництва, яка буде здатна забезпечити захист життєво важливих інтересів фізичних і юридичних осіб. Економічна безпека підприємства - це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загрозам і забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому.

Для промислових підприємств оцінка економічної безпеки важлива, перш за все, тому, що їх активно використовуваний потенціал є визначальним стабілізуючим фактором антикризового розвитку, гарантом економічного зростання і збереження економічної незалежності і захищеності країни. Проблеми забезпечення економічної безпеки виникають у кожного підприємства, незалежно від того, чим саме займається підприємство, не тільки в кризові періоди, але і при роботі в стабільному економічному середовищі [1].

Таким чином, проект забезпечення економічної безпеки об'єкта являє собою єдиний організаційно-технічний комплекс, в ході формування якого розробляється концепція забезпечення безпеки об'єкта або політика безпеки. В його основу покладено перелік обов'язкових заходів, спрямованих на розробку плану заходів з охорони об'єкта: визначення складу служби економічної безпеки, її місця в організаційній структурі підприємства, обсягу її компетенції, прав і повноважень, варіантів дій в різних ситуаціях для уникнення конфліктів між підрозділами. Їхнє підґрунтя зазвичай полягає саме в тому, що багато хто вважає вимоги, висунуті радою безпеки, необґрунтовано високими [1, 9, 13]. Дотримання вищевказаних умов дозволить усунути підстави для подібних ситуацій або вирішити їх швидко і безболісно. Політика економічної безпеки визначає правильний спосіб використання організацією комунікаційних та обчислювальних ресурсів, правила доступу на об'єкт, правила поводження з конфіденційною інформацією, а також процедури запобігання та реагування на порушення безпеки.

Слід зазначити, що ефективність політики безпеки буде на належному рівні тільки тоді, коли її реалізація буде результатом спільної діяльності співробітників організації, здатних розібратися у всіх її аспектах, і керівників, здатних впливати на її реалізацію. Не менш важливим фактором, що впливає на ефективність політики безпеки, є готовність персоналу виконувати її вимоги, доводячи до кожного з них свої обов'язки щодо підтримання режиму безпеки.

Звичайно, всі основні положення політики безпеки повинні бути закріплені у відповідних розпорядчих документах, склад і зміст яких визначаються специфікою об'єкта. Однак, як правило, жодна організація не може обійтися без положень про комерційну таємницю, про захист інформації, про адміністратора мережевої безпеки, правилах, що розмежовують доступ до інформації, що міститься в автоматизованих системах, правилах допуску персоналу і відвідувачів до приміщень, де обробляється критична інформація, порядку проведення внутрішнього розслідування порушення правил безпеки.

Список використаних джерел

1. Муратова Н.К. Економічна безпека підприємства як успішна складова сучасного бізнесу // Державне управління. Електрон. вісник. 2012. №32. С.1-7.
2. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva,. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
4. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
5. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.
6. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.
7. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
8. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
9. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
10. Pererva P.G. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities / P.G. Pererva, T.O. Kobieliava, L.V. Shaulska // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. No 1(23). С.43-50.
11. Шаульська Л.В. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства / Л.В.Шаульська, П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2023.No 3 (181). С. 14-23
12. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
13. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.

Крисько І. А.

здобувач передвищої освіти ступеня
фаховий молодший бакалавр

ОПП «Облік і оподаткування»

Спеціальність «Облік і
оподаткування»

Науковий керівник: викладач

специдисциплін Шмаль В. М.

ВСП «Любешівський ТФК ЛНТУ»

ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ЗБЕРЕЖЕННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Повномасштабна війна Росії проти України призвела до значних руйнувань виробничого капіталу та інфраструктури, соціальних втрат та людських жертв. Під час війни ми спостерігаємо скорочення робочих місць і доходів, зменшення обсягів накопичених активів і купівельної спроможності.

У 2022 році національна економіка втратила 29,2 % реального ВВП, а більше 15 млн осіб були змушені покинути свої домівки. В період з січня 2022 року по червень 2023-го – 26,36 млн осіб виїхало за межі України, що певною мірою негативно вплинуло на економіку країни.

Як зазначає Тетяна Купрійчик, засновниця Рекламно-виробничої компанії «БІНГО» (м. Суми), президент ГО «Ділові Українські Жінки» в Сумській області, на зустрічі: «Бізнес Північного регіону: виклики воєнного стану та шляхи відновлення» - «Всі наші проблеми жіночих бізнесів тотожні з усіма бізнесами – податкове навантаження, проблема з податковими накладними, які руйнують бізнес, наступна проблема – кадри. Підприємства не мають кваліфікованих кадрів, бо багато жінок виїхало за кордон, а хлопці захищають країну. Пропоную зробити дорадчу раду стосовно перекваліфікації працівників. Є переселенці, є люди, які звільнені, бо багато підприємств не працює. Бізнес скаже, які спеціальності потрібні, центр зайнятості проведе навчання, бізнес візьме потім цих людей на роботу. Наступний крок – дуальна система освіти: і навчання, і праця одночасно.» [2]

Найпершими з такими проблемами стикнулися власники бізнесу на окупованих територіях, оскільки там постійно ведуться бойові дії.

Тому держава створила програму релокації бізнесу – перенесення виробничих потужностей підприємств із зон бойових дій у більш безпечні місця України (західні області). [1]

Створена платформа допомагає перемістити бізнес із «гарячих точок» та продовжити його діяльність у більш безпечному місці. Подавати заявки можуть як підприємства, що потребують переміщення, так і компанії, які готові надати для цього приміщення чи інші активи.

З початку повномасштабного вторгнення місце реєстрації змінили 7820 українських бізнесів.

Ще одним ваговим кроком держави на шляху до підтримання бізнесу є кредити під 0 %. На період війни зменшив кількість обмежень по програмі «5-7-9». Тобто, підприємець, якому необхідна допомога, може отримати безвідсотковий кредит до 60 млн грн на строк до 5 років. Відсоток по кредиту під час війни сплачуватиме держава.

Строк кредитування за програмою «5-7-9» залежить від цільового призначення коштів. На рефінансування заборгованості та реалізацію інвестиційного проекту кредит надається на 5 років, для фінансування оборотного капіталу – на 3 роки.

А також держава закликає віддавати перевагу безготівковим розрахункам (еквайтеринг без комісії) – заради безпеки кожного українця. Ощадбанк запровадив пільгове обслуговування торговельних підприємств на період воєнного стану.

Отже, вирішення перерахованих вище проблем дозволить функціонувати підприємствам в умовах воєнного стану.

Список використаних джерел

1. Програма підтримки бізнесу під час війни. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buduysvoe.com/publications/programy-pidtrymky-biznesu-pid-chas-viyny>
2. Підсумки зустрічі «Бізнес Північного регіону: виклики воєнного стану та шляхи відновлення». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://platforma-msb.org/pidsumky-zustrichi-biznes-pivnichnogo-regionu-vyklyky-voyennogo-stanu-ta-shlyahy-do-vidnovlennya/>
3. Ляхович Л. Стратегічна поведінка компанії в умовах війни та повоєнного відновлення // Економічний простір. — 2022. — Вип. 180. — С. 139 — 143.

Khomyn P.

Akademia Kujawsko-Pomorska,
m. Bydgoszcz, Polska

WADY RACHUNKOWOŚCI W KONTEKŚCIE ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM

Pomimo sloganu J. Savary’ego, okrzykniętego centralną postacią, która odegrała decydującą rolę w historii rachunkowości, który w 1675 roku zrobił ogromny krok naprzód po dziełach Pacioli, formułując jedno z podstawowych pojęć rachunkowości: podział rachunków i rejestrów, w których są prowadzone, na syntetyczne i analityczne, dzięki któremu rachunkowość dostarcza środków od najwyższej syntezy do najbardziej subtelnej analizy, jest obecnie, że tak powiem, jej najsłabszym ogniwem w zarządzaniu przedsiębiorstwem .

W związku z tym, że księgowi zostali praktycznie odsunięci od analitycznej oceny wyników przedsiębiorstw, a zaczęli się tym zajmować wszelkiego rodzaju „eksperti”, zawsze przepowiadając coś, co w przyszłości nigdy się nie spełni, gdyż zasłona przyszłość jest ciemna i nieprzenikniona. A „nauki ekonomiczne, podobnie jak biologia, zajmują się materią, której zarówno natura wewnętrzna, jak i jej

budowa, a także forma zewnętrzna podlegają ciągłym zmianom... Dlatego nieczęsto udaje się „odpłynąć na jakąś znaczną odległość od solidny grunt konkretnego doświadczenia” [4, s. 211], który opiera się na specyfice tworzenia informacji w rachunkowości.

I to właśnie uporczywy wysiłek „odpłynięcia od konkretnych doświadczeń”, jaki ma większość obecnych „teoretyków”, skłania ich do przeskakiwania z jednego bzdury na drugi, tak że po wyciągnięciu siedmiu worków wełny gryczanej, powiedzmy w odniesieniu do wirtualny kapitał „intelektualny”, przejdź do „kreatywnej” rachunkowości, zapominając o niedawnych próbach wygrzebania czegoś z zasobu internetowego na temat kosztów standardowych, kosztów bezpośrednich, niespotykanych w dosłownym znaczeniu „odkryć”, skompilowanych na lewą stronę, jak np. „kreatywna” rachunkowość, o której wstęp mieli M. Mathews i M. Perera, wszak „strategiczna rachunkowość (controlling), gdzie to samo zwykłe gamuz. Co więcej, jak zawsze abstrakcyjnie, jak np. „Rachunkowość strategiczna różni się od informacji finansowej charakterem zasobów informacyjnych”, bez ujawniania ich treści nie bez powodu – okazuje się, że nawet „zarządzanie strategiczne zostało opracowane jako koncepcja... , ale baza informacji niestety nie została określona” [3, s. 282, 289].

Dlatego o takim „odkryciu” nie ma nic do powiedzenia, chyba że trzeba zdjąć kapelusz i milczeć, zwłaszcza po przeczytaniu zastrzeżenia, że „zaciera się granica między kreatywną księgowością a jawnym oszustwem” oraz „wszystkie firmy... zajmują się oszustwem zarobkowym... Każdy księgowy potwierdzi, że nie jest to stwierdzenie bez słów” [5, s. 356-357].

Przede wszystkim konieczne jest przynajmniej przywrócenie do działu księgowości przedsiębiorstw ważniejszej funkcji - analizy działalności gospodarczej. Biorąc pod uwagę ponad stuletnią, oburzającą uwagę ekonomisty politycznego P.-Zh. Proudhon: „Księgowy jest prawdziwym ekonomistą. Tylko on sam jest w stanie... powiedzieć, jakie korzyści przyniesie ta czy inna maszyna” wraz z metaforami O. Rudanowskiego, który uważał, że „wszystkie kategorie księgowe są jedynie «schematami, «ramami poznawczymi», które pozwalają zrozumieć istotę działalności gospodarczej. Zatem w tej perspektywie bilans staje się głównym przedmiotem i jednocześnie narzędziem analizy. I za pomocą tego narzędzia analityk musi „być w stanie zadać logiczne ciosy w bilans”, ponieważ „każda praktyczna rachunkowość, zarówno w formie, jak i treści, jest analizą księgową” i wyróżnił cztery metody analizy: eksperymentalną, co polega na ustaleniu powiązań pomiędzy rachunkami; porównawcza, która pozwala ukazać mechanizm kształtowania się wyników finansowych; techniczne, pokazujące wiarygodność danych księgowych; teoretyczne, odsłaniające sens metodologii rachunkowości” [1, s. 176].

Ale jednocześnie biorąc pod uwagę, że konstrukcja bilansu (sprawozdania o sytuacji finansowej) f. Nr 1 wyraźnie nie nadaje się do logicznych „hitów”, należy ustalić jego strukturę. Ponieważ nieprzemyślane ruchy salda wspomnianego konta syntetycznego 46 „Niespłacany kapitał” z aktywów, gdzie logicznie rzecz biorąc, powinien on znajdować się jako dług wobec przedsiębiorstwa podczas tworzenia kapitału, wraz z wymyślonymi wewnętrznymi obiegami nie tylko na rachunkach analitycznych, ale także na subkontach, np. zniekształconych przez przynależność do

bilansu Księgi Głównej, nie odpowiadają żadnej z teorii rachunkowości – ani też teorii dwóch serii kont F. Hugli-Y. Sher, ani teoria trzech serii rachunków Zh.-B. Dumarchais.

Przykładowo subkonto 643 o nazwie „Zobowiązania podatkowe”, co mimowolnie powoduje, że uważasz je za pasywne, a okazuje się aktywne, przez co jego saldo zniekształca walutę bilansu, fałszując informację o obecności aktywów w przedsiębiorstwach, jest w nim wyraźnie niewłaściwe. Podobnie 644 „Kredyt podatkowy”, logicznie rzecz biorąc – aktywny, ale w istocie antypoda, czyli wręcz przeciwnie, pasywny, przecenia źródła zasobów. Co też jest banalnym „lakierowaniem” sprawozdań finansowych.

Albo konglomerat dwóch rachunków antypodów – 13 „Umorzenie (amortyzacja) środków trwałych” – co prowadzi do tego, że zamiast „logicznej analizy stosowania metody klasyfikacji w rachunkowości” mamy do czynienia z prawnym zasłonięciem nieukierunkowane wykorzystanie zasobów finansowych prostej reprodukcji.

Największe zniekształcenie bilansu (sprawozdania o sytuacji finansowej) f. Nr 1 następuje w wyniku pierwszeństwa przepisów fiskalnych, ponieważ oprócz wspomnianych odwróceń obciążenia i uznania subkont, w związku z powielaniem oprócz sposobu księgowania sposobu ustalania zysku, tzw. zysk „podatkowy”, który jest obliczany w zeznaniu podatkowym równoległe ze sprawozdaniem z wyniku finansowego (sprawozdaniem z całkowitych dochodów) f. Nr 2. W efekcie powstają odchylenia w wysokości podatku dochodowego, dla których wykazania nie ma nic lepszego niż wprowadzenie do Planu kont rachunków syntetycznych 17 „Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego” i 54 „Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego”. Co koresponduje z oburzającą uwagą F. Jezerskiego o „fikcyjnych kontach”, którymi „dwoisty system zakrywał oczy”, skoro na tym pierwszym nie mogą znajdować się żadne realne aktywa, czy te wirtualne konta rzeczywiście „służą, że tak powiem, tylko na paradę: wpisz, napisz je poprawnie, napisz błędnie, to nie ma znaczenia – saldo wyjdzie” [1, s. 246]. Właściwie to właśnie mamy we współczesnym Bilansie (Sprawozdaniu o sytuacji finansowej) f. nr 1, gdzie saldo tych rachunków występuje zarówno jako aktywo, jak i zobowiązanie na równi z innymi pozycjami, zawyżając jego walutę.

Jednocześnie nie warto zmieniać tradycyjnej formy bilansu (sprawozdania o sytuacji finansowej) f. Nr 1, odpowiednio, z wątpliwym pomysłem na celowość swojego tzw konstrukcja „asymetryczna”.

Ponieważ proponowanego przeniesienia na lewą stronę salda zobowiązań nie można niestety uznać za genialne, bo wszystko jest proste nie tylko ze względu na to, że oprócz salda sprawozdawczego jest też saldo Księgi Głównej, którą teoretycy jakoś omijają swoją uwagą, ale także ze względu na algebraiczne reguły zamiany znaków minus na znaki plus. Oznacza to, że ujemna suma sekcji II powinna zostać odzwierciedlona w aktywach bilansowych „Sprawozdania o sytuacji finansowej” f. Nr 1 jako wartość dodatnia, zamieniająca odejście od „stereotypów księgowych” w banalne zafałszowania.

Dlatego zamiast złudzeń, że wystarczy w swoich publikacjach zastosować jakieś nowe tytuły, np. menedżerskie/strategiczne, kontrolingowe/cyfrzacyjne itp.,

jak od razu rozwiązać problem zarządzania przedsiębiorstwem w dzisiejszych warunkach i dołączyć do grona teoretyków rachunkowości warto zwrócić uwagę na pouczającą uwagę hiszpańskiego filozofa Jose Ortegi: „W czasach Kartezjusza, a nawet Woltera uczelnie słynęły ze swoich nauczycieli, ale aż do końca XIX wieku nie mogli już dawać edukacji podróżniczej. Niewiele różniło się to od szkolnictwa średniego i wyższego”, gdzie „uroczyście powtarzano martwe słowa, aby szerzyć wśród nowych pokoleń własną niemożność” [2, s. 161].

Dlaczego przypomina odlew z naszych czasów, mimo powszechnej cyfryzacji procesu księgowego. Przecież dzięki temu logiczne połączenie informacji księgowych z analizą działalności gospodarczej w kontekście czterech metod analizy zidentyfikowanych przez O. Rudanovsky'ego: eksperymentalnej, polegającej na ustalaniu relacji między rachunkami; porównawcza, która pozwala ukazać mechanizm kształtowania się wyników finansowych; techniczne, pokazujące wiarygodność danych księgowych; teoretyczna, która odsłania sens metodologii rachunkowości, która mogłaby być tak ogromnym krokiem naprzód, jak ten, o którym wspominał na początku też J. Savary, pozostaje obecnie jedynie marzeniem.

Jest to jednak jedynie przekonanie autora artykułu, który nie pretenduje do bycia nieomylnym, zatem inne poglądy na ten problem mają perspektywę badawczą. Zatem aspera ad astra!

Bibliografia

1. Ambiwalencja i mimikra teorii rachunkowości. Monografia. Pod redakcją P. Ya Khomyina. Tarnopol: TNEU, 2013. 474 s.
2. Ortega-i-Gaset, H. Wybrane prace. K.: Osnovy, 1994. s. 15-139.
3. Pushkar M. S. Kreatywna rachunkowość (tworzenie informacji dla menedżerów): Monografia. Tarnopol: Carte Blanche, 2006. 334 s.
4. Marshall A. Zasady ekonomii. Londyn: Macmillan, 1996. 402 s.
5. Mathews M. R., M. Perera H. B. Teoria i rozwój rachunkowości, 1996. Nelson. 1996. 402 s.

Лаврентьєва В.О

*здобувачка вищої освіти ступеня
бакалавр ОПП “Менеджмент”
спеціальності “Менеджмент”*

Науковий керівник:

к.е.н, доц.Мацука В.М

*Маріупольський державний
університет*

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР УСПІХУ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ

Людський капітал стає визначальним фактором успіху в управлінні бізнесом, оскільки сучасні компанії розуміють, що навички, таланти працівників визначають їхню конкурентоспроможність.

Важливість окремих складових людського капіталу особливо акцентується в професіях, пов'язаних із розумовою працею. Людський капітал представляє

собою сукупність усіх продуктивних якостей працівника, включаючи набуті знання, навички, мотивацію, які використовуються для виробництва економічних благ.

Системний, добре продуманий та належним чином скоригований підхід до використання та розвитку людського капіталу компаній є ключовим для досягнення цих цілей. Інвестиції у розвиток людського капіталу вимагають детального дослідження, орієнтованого як на ефективність використання його на підприємствах, так і на ефективність інвестицій у людський капітал.

Забезпечення оптимального використання людського капіталу призводить до посилення конкурентоспроможності підприємства у довгостроковій перспективі. Людський капітал, особливо у сфері інформаційних технологій, є ключовою умовою для ефективного управління знаннями підприємства та досягнення його стратегічних цілей.

У економічній теорії інвестиції у розвиток працівників є найбільш розповсюдженою оцінкою інвестицій у людський капітал. Розвиток необхідних навичок працівників головним чином забезпечується через два основні елементи: освіту та навчання особистості, розглядані як процес створення і формування особистості.

Загалом, інвестиції у людський капітал на підприємстві охоплюють всі види витрат на персонал, які потребують значних фінансових зусиль і призводять до очікуваних соціально-економічних результатів. Це включає зростання продуктивності та якості праці, підвищення заробітної плати працівників, а також сприяння регіональному та макроекономічному зростанню.

Людський капітал представляє собою здоров'я, знання, навички, які людина використовує у своїй діяльності. На підприємстві він визначається як загальна кваліфікація, фізичні та професійні здібності працівників. Визнані американські менеджери Дж. Грейсон і К. О'Делл підкреслюють, що саме людський капітал є ключовим фактором конкурентоспроможності, економічного зростання і ефективності в управлінні бізнесом. [3, с 169].

Умови сучасного бізнес-середовища, такі як впровадження новітніх технологій і жорстка конкуренція, підкреслюють необхідність постійних інвестицій у людський капітал. Вкладення в навички та знання працівників стають важливим фактором конкурентоспроможності підприємства, а витрати на це вважаються інвестиціями у основний джерело прибутку. Сучасні підприємства визнають значущість людського капіталу як основної цінності. Ефективна система управління підприємством передбачає розроблення стратегій для оптимального використання людських ресурсів. Для підприємств і держави важливо зменшити текучість кадрів і збільшити зацікавленість працівників у якісній роботі.

Знання стає ключовим елементом конкуренції, а управління інтелектуальним капіталом визначає успіх організації. Людський капітал виступає основним ресурсом фірми, а знання є його динамічним елементом. П. Друкер стверджував, що знання стає єдиним економічним ресурсом, особливо, коли решта чинників виробництва виконують

допоміжну

роль.[2,с.191]

Отже, людський капітал виявляється невід'ємним ключовим фактором успіху в управлінні бізнесом, що підкреслює його важливість для досягнення поставлених цілей.

Активне впровадження стратегій розвитку та інвестиції в розвиток компетенцій персоналу сприяють підвищенню ефективності та конкурентоспроможності організації.

Список використаних джерел

1. Plaksiuk O., Horvathova V., Yakushev O. HUMAN CAPITAL AS A FACTOR INCREASING THE EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE. Academic Review. 2023. Vol. 1, no. 58. P. 160–174. URL: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2023-1-58-12> (date of access: 13.01.2024).
2. Ельжбета Скшипек. УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ У ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ. Світ фінансів. Випуск 1 (10), березень 2007 р. С. 190–191. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/26178/1/СКШИПЕК.pdf> (дата звернення: 13.01.2024).
3. Карпенко О.О. ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА. Інтелект XXI № 2 '2018. С. 168–170. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_2/35.pdf (дата звернення: 13.01.2024).
4. О. В. Костюнік. ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА. ЕКОНОМІЧНА НАУКА. Інвестиції: практика та досвід № 3/2017. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2017/11.pdf (дата звернення: 13.01.2024).
5. С. А. Жуков. ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА. Економічний вісник Донбасу № 3(53), 2018. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/143521/26-Zhukov.pdf?sequence=1> (дата звернення: 13.01.2024).

Ланченко Є. О.

*доцент кафедри економіки, д.е.н.,
доцент*

*Національний університет
біоресурсів і природокористування
України (м. Київ)*

Івченко В. М.

*генеральний директор, к. с.-г. н.
Український науково-дослідний
інститут продуктивності
агропромислового комплексу
(м. Київ)*

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО АГРОПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

В економіці розвинених держав світу велика питома вага формально зайнятого населення зосереджена в малому бізнесі, оскільки він характеризується більш гнучким механізмом адаптації до мінливих умов ринкового середовища в економіці, а також неекономічних (політичних, екологічних і ін.) факторів впливу тощо. В умовах розвитку економіки України до останніх можна віднести непередбачуваність і довготривалість агресії РФ проти України, починаючи з 2014 р. і особливо з 24.02.2022 р., що вносить свої корективи в середовище функціонування багатьох економічних законів розвитку суспільства. І особливо актуальним для забезпечення продовольчої та соціальної безпеки держави має значення розвиток малого підприємництва в сільському господарстві, оскільки від нього залежить задоволення первинних потреб населення в продовольстві й прикладанні робочої сили (зайнятості) в сільській місцевості, отримання трудових доходів сільського населення, розвиток територіальних громад тощо.

В кожній національній економіці сільського господарства присутні свої сегменти (ніші) господарської діяльності, де більш привабливою формою господарювання є мале підприємництво через його швидку адаптивність до ринкової кон'юнктури на ті чи інші товари, меншу капіталоємність виробництва продукції, мотивуючий позитивний вплив поєднання прав власності й трудової діяльності тощо.

Складність формування методології дослідження й наукового пошуку резервів і перспектив розвитку малого підприємництва в аграрному секторі економіки полягає в недостатності інформативної бази для комплексного аналізу розвитку всіх відповідних господарських одиниць, які офіційно зареєстровані у вигляді малих підприємств і ФОП. Крім згадуваних вище малих підприємств (у тому числі мікропідприємств), ФОП, фермерських господарств, у статистичних збірниках Держстату України наводиться інформація про вклад у розвиток сільського господарства України таких господарських одиниць, як

господарств населення (частину виробленої продукції спрямовується на продаж), до яких включають ФОП.

Провівши огляд і узагальнення теоретико-методологічних і нормативно-правових засад ідентифікації різних форм ведення малого підприємництва в аграрному секторі економіки та виходячи з наявної загальнодоступної офіційної інформаційної бази (статистичних збірників і щорічників) Держстату України [1-5], проведено економічний аналіз розвитку суб'єктів:

- 1) мікропідприємництва в сільському, лісовому й рибному господарствах;
- 2) малого підприємництва (крім мікропідприємництва) в сільському, лісовому й рибному господарствах;
- 3) фермерських господарств;
- 4) господарств населення, які включають ФОП у сільському господарстві;
- 5) сільських домогосподарств як потенційних суб'єктів формального сектору малого агропідприємництва.

Враховуючи зменшення інвестиційних потоків у цілому по суб'єктах малого агропідприємництва та очікуваний песимістичний прогноз обсягів капітальних інвестицій у галузь у воєнний і початковий поствоєнний періоди, необхідно збільшувати обсяги виробництва менш капіталомістких і більш трудомістких видів сільськогосподарської продукції (скотарство, свинарство, плідівництво, овочівництво, вирощування нішевих сільськогосподарських культур). У даному контексті є передумови таких трансформацій, адже в Україні є багато сільських домогосподарств, які ведуть напівтоварну господарську діяльність в аграрному секторі економіки.

Необхідно всебічно підтримувати ведення малого бізнесу в сільському господарстві та суміжних галузях економіки: харчовій і переробній промисловості. Зокрема на рівні територіальних громад провести аграрний аудит і визначитись із ресурсною підтримкою майбутніх суб'єктів агропідприємництва: розвивати виробничу інфраструктуру, надавати в оренду комунальне майно господарського спрямування, земельні угіддя, фінансове забезпечення оборотних засобів тощо. Адже територіальні громади в результаті децентралізації влади у 2014-2020 рр. отримали додаткові фінансові ресурси й сільськогосподарські угіддя для свого розвитку й формування спроможних територіальних громад.

Відрадным явищем є тенденція до збільшення кількості фермерських господарств до 49,6 тис. од. у 2022 р. Проте вони більшою мірою зосередили свою господарську діяльність на виробництві менш трудомісткої і орієнтованої на експорт (або продаж зернотрейдерами) продукції: зернові культури, соняшник. Тому задля розвитку внутрішнього ринку продовольства та формування партій поставок овочів, плодів, м'ясо-молочної продукції тощо за кордон слід переглянути важелі впливу державних установ, які формують аграрну політику, на виробництво овочів, плодів і ягід, яловичини, телятини й свинини, молока. Саме вказані продовольчі продукти виробляють багато господарств населення, сільських домогосподарств. І багато аргументів

зводиться до того, що частина останніх є потенційними завтрашніми переважно фермерськими господарствами.

Мале підприємництво в аграрному секторі економіки забезпечує велику частку в структурі зайнятості населення, сприяє поліпшенню національної безпеки завдяки поліпшенню доступності до продовольчих товарів, забезпеченню робочими місцями й трудовими доходами населення, заселеності сільських територій. Мале агропідприємництво через його швидку адаптивність до ринкової кон'юнктури, меншу капіталоемність виробництва продукції, мотивуючий позитивний вплив поєднання прав власності й трудової діяльності виправдовує свою перспективу розвитку в сільських громадах, у яких нещодавно завершилась реформа децентралізації влади й отримали додатковий фінансовий і земельний ресурс для свого спроможного розвитку.

Ураховуючи зменшення інвестиційних потоків у малому агропідприємстві необхідно збільшувати обсяги виробництва менш капіталомістких і більш трудомістких видів сільськогосподарської продукції. Саме такими напрямками виробництва агропродукції в Україні традиційно займаються сільські домогосподарства. Доведено, що більш активні такі домогосподарства претендують стати найближчим часом суб'єктами малого агропідприємництва. Для цього на рівні територіальних громад слід провести аграрний аудит і визначитись із ресурсною підтримкою майбутніх суб'єктів агропідприємництва: розвивати виробничу інфраструктуру, надавати в оренду комунальне майно господарського спрямування, земельні угіддя, фінансове забезпечення оборотних засобів тощо.

Проведені розрахунки щодо прогнозу оформлення й господарювання нових суб'єктів малого агропідприємництва на базі сільських домогосподарств, засвідчили, що там, де є особи працездатного віку й вони обробляють більше 5 га сільськогосподарських угідь, то в офіційний ринок праці можна залучити більше 600 тис. осіб сільського населення (оптимістичний сценарій) або більше 10 га обробляють – більше 200 тис. осіб (реалістичний сценарій).

Узагальнюючи теоретико-методичні засади віднесення господарств до малих форм підприємництва в сільському господарстві, то пропонується врахувати в ідентифікації два додаткові критерії: 1) площа сільськогосподарських угідь і/або ріллі, що в користуванні господарства; 2) поголів'я худоби і птиці. У подальших наукових дослідженнях розвитку малого підприємництва необхідно комплексно розглянути проблему пасивності сільськогосподарської кооперації в Україні. Адже активізація сільськогосподарської обслуговуючої кооперації має забезпечити матеріально-технічне постачання та ефективну збутову діяльність суб'єктів малого агропідприємства.

Список використаних джерел

1. Законодавство України. Вебсторінка. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>.
2. Статистичні збірники «Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва». URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Статистичні щорічники України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
4. Статистичні збірники «Сільське господарство України». URL: <http://ukrstat.gov.ua>.

Литвиненко А.Ф.

здобувач вищої освіти ступеня

бакалавр

спеціальності 073 «Менеджмент»

Науовий керівник: Дашутіна Л.О.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

імені професора Л.І. Михайлової

Сумський національний аграрний

університет

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сучасного економічного розвитку держави більшість вітчизняних сільськогосподарських підприємств конкурує із зарубіжними виробниками шляхом використання конкурентних переваг нижчого порядку – дешевої робочої сили та недорогої сировини. Але ж при переході від відновного до інвестиційного типу економічного розвитку, позитивної динаміки макроекономічних показників та політичної стабілізації конкурентоспроможність підприємств аграрної сектору визначається використанням конкурентних переваг вищого порядку. До таких відносяться унікальність виробленої продукції, ресурсів, що залучаються, використовуваних технологій та техніки, задіяних фахівців, а також наявність бренду. У цьому виникає необхідність уточнення специфіки управління конкурентоспроможністю в аграрному підприємстві [3].

Тож метою даного дослідження є вивчення процесів управління конкурентоспроможністю продукції в аграрних підприємствах та пошук шляхів її підвищення.

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції розуміємо «сукупність заходів, що здійснюються в процесі розробки, проектування, виробництва, просування, реалізації та післяпродажного обслуговування продукції з метою створення її привабливості для кінцевого споживача, та передбачає збалансований вплив на економічні показники діяльності підприємства задля збільшення рівня прибутку» [2].

Враховуючи визначення зазначене вище, і зокрема сутність конкурентоспроможності, відзначаємо, що управління конкурентоспроможністю продукції включає процес ідентифікації, планування, формування, утримання та нарощування (нагромадження) конкурентних переваг продукції на кожному етапі створення доданої вартості з метою

підвищення рівня конкурентоспроможності продукції чи утримання його на запланованому рівні.

Формування конкурентних переваг - сукупність процесів, які дозволяють виділити та контролювати відповідно план утворення конкурентних переваг продукції на кожному етапі створення доданої вартості. Одним із стратегічних компонентів визначення управління конкурентоспроможністю продукції є політика змісту існуючих та реалізації потенційних конкурентних переваг. Зміст конкурентних переваг – недопущення міграції цінності, що на даний момент здійснюється виготовленням удосконаленої продукції, а в перспективі інтенсивнішого залучення покупця (нові способи).

Нарощування конкурентних переваг – кількісне та якісне зростання конкурентних переваг продукту другого порядку порівняно з продуктом першого порядку. Етапами створення доданої вартості слід вважати ті, що запропоновані М. Портером:

- 1) забезпечення постачання сировини;
- 2) виконання робіт (виробництво продукції, надання послуг);
- 3) забезпечення збуту;
- 4) маркетинг та продаж;
- 5) обслуговування (зокрема гарантійне) [1].

Основні види діяльності, зазначені вище, на яких менеджером здійснюється контроль формування конкурентних переваг продукції відповідно до запланованих. Особливу увагу слід зосередити на якості та вартості сировини, яка надходить на підприємство. Залежно від їх параметрів на вході менеджери можуть визначити показники конкурентоспроможності продукції на виході; спрогнозувати межі відхилень та визначити акценти контролю.

З метою отримання споживачем продукції відповідної якості виробник зобов'язаний здійснювати моніторинг потреб, а з боку підприємства – має вестися потужна пропаганда за критеріями якості сировини. Також не менш вагомим є той факт, що висока якість має відповідати ціні, що складається за певних ринкових умов.

Управління конкурентоспроможністю продукції поділяється на два рівні – стратегічний та оперативний. Стратегічний рівень покликаний забезпечувати нарощування та утримання конкурентних переваг продукції.

Оперативне управління конкурентоспроможністю продукції складається з чотирьох рівноцінних рівнів:

- 1) управління якістю;
- 2) управління асортиментом;
- 3) управління собівартістю та ціною;
- 4) управління збутом.

Однак, не беручи до уваги рівноцінність рівнів управління, управління якістю, є, як зазначають переважна більшість науковців, головним чинником конкурентоспроможності продукції. Деякі з них навіть пропонують розглядати якість у поєднанні з поняттям конкурентоспроможність як такі, що є рівнозначними.

Планування конкурентних переваг на рівні управління асортиментом починається з моменту затвердження структури асортименту ідентифікованими параметрами на встановлений період. Також до цього рівню управління асортиментом належить планування поновлення асортименту, обсягів експорту продукції, структури асортименту за типом поведінки товару з метою встановлення акцентів на продукти, що можуть бути сприйняті як товарний бренд. На етапі формування конкурентних переваг за асортиментом проводиться контроль запланованих заходів, фіксація відхилень та їх ліквідація.

Аналогічно ідентифікації елементів якості визначаються основні фактори конкурентних переваг собівартості: вартість сировини, собівартість обробки, вартість транспортування, упаковки, заробітна плата кадрів, вартість зберігання, норми прибутку та податку тощо. Також для ефективного управління слід застосовувати різні методи обліку собівартості, яка дозволяє визначити не лише складові та вартість власної продукції, а й орієнтувати її на ринкові ціни.

Управління збутом передбачає, крім заходів 4 P (price, promotion, place, product), отримання таких параметрів продукції, які були запропоновані на стадії її розробки маркетинговим відділом за допомогою:

- 1) порівняння проміжних результатів та створенням конкурентних переваг продукції зі споживчими очікуваннями та кон'юктурою ринку;
- 2) визначення ціннісних параметрів з метою активного інформування споживача, такими як інноваційність, унікальність, незамінність тощо;
- 3) дослідження спрямованого сервісного обслуговування, варіантів просування товару тощо;
- 4) планування брендингу, каналів розподілу та збуту.

Формування конкурентних переваг відділом збуту це: реалізація ідеї бренду, ефективна реклама, реалізація сервісних пропозицій, знижок тощо. Процес фактичної реалізації конкурентних переваг продукції дозволяє виявляти головні вимоги споживачів, які слід зважити на виготовлення нового продукту, зміни структури асортименту, зниження ціни. На даному етапі відбувається первинна ідентифікація чинників конкурентних переваг.

Наведена модель побудована відповідно до нашого бачення управління конкурентоспроможністю продукції і на всіх наведених етапах, як у оперативному, і на стратегічному рівнях визначитися з елементами об'єкта, методами і інструментами управління.

Список використаних джерел

1. Дашутіна Л.О., Турчіна С.Г. Стратегія та механізм управління просуванням товарів у приватному виробничому підприємстві «Вибір». *Економіка і управління підприємствами: теорія, методика, практика* : колективна монографія / Кол. авторів. Полтава: ПП «Астроя», 2020. С.118-123. URL: <http://www.economics.in.ua/2020/06/blog-post.html>

2. Дашутіна Л.О. Теоретико-методологічні основи оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Сучасний менеджмент, тенденції, проблеми та перспективи розвитку*: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2019. С. 81-83.

3. Поліщук В.А. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2017. № 3. С. 140-142. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/visnyk/2017/03/34.pdf>

Макуха С.М.

*доцент кафедри загальної
економічної теорії та економічної
політики Одеського національного
економічного університету*

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ «МОБІЛЬНОГО УРЯДУ» В СФЕРІ НАДАННЯ ПУБЛІЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Серед актуальних питань управління бізнесом в умовах сьогодення окремо виділяється можливість надання державних публічних послуг центральними та місцевими органами державної влади і органами самоврядування. Запровадження системи надання адміністративних послуг в електронному форматі сприяє скороченню термінів їх виконання чим забезпечується створення комфортних умов функціонування бізнесу. Завдяки інноваційному способу організації роботи органів державної влади через впровадження інформаційно-комунікаційних технологій та використання сегментів глобальної інформаційної мережі забезпечується функціонування органів влади в режимі реального часу. А це, у свою чергу, кардинально змінює взаємовідносини громадян та бізнесу з офіційними установами, робить їх максимально простими, прозорими, доступними та ефективними.

Розбудова системи надання електронних публічних послуг в Україні розпочиналась зі створення низки електронних сервісів (е-ресурсів) повний перелік яких представлено на сайті Національного реєстру електронних інформаційних ресурсів. Усього на сайті представлено 141 ресурс [1]. Е-ресурси – це державні електронні реєстри, кадастри, державні та інші обов'язкові класифікатори, а також інформаційні системи, які забезпечують їх функціонування та використовують інформацію з них [1].

Сьогодні в Україні сформовано відповідну нормативно-правову базу, що забезпечує функціонування е-ресурсів. Так, Національний реєстр електронних інформаційних ресурсів створено за сприяння Міністерства цифрової трансформації на вимогу Закону України «Про доступ до публічної інформації», а також постанови Кабінету Міністрів України від 21 жовтня 2015 року №835 «Про затвердження Положення про набори даних, які підлягають оприлюдненню у формі відкритих даних та відповідно Постанови КМУ від 10.05.2018р. № 357 «Деякі питання організації електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів». Також діяльність Національного реєстру електронних інформаційних ресурсів регулюється Постановою Кабінету Міністрів України від 17 березня 2004 р. № 326 «Про затвердження Положення про Національний реєстр електронних інформаційних ресурсів» та Постановою

Кабінету Міністрів України від 10 травня 2018 р. № 357 «Деякі питання організації електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів».

Електронні публічні послуги надаються через електронні ресурси до яких відносять [2, с. 4]: Кабінет електронних сервісів; Он-лайн будинок юстиції; Портал державних послуг iGov; Єдина державна електронна база з питань освіти; Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України та інші.

Сьогодні, не зважаючи на трагічні події, що відбуваються в нашій державі, система надання електронних публічних послуг в Україні активно розвивається. Так, портал електронних сервісів Мінекономіки надає електронні послуги для громадян та бізнесу. Громадянам надаються е-послуги у таких сферах, як: реєстрація, зовнішньоекономічна діяльність, безпека та захист, інші сфери господарської діяльності. Для бізнесу послуги надаються у сферах: реєстрація інвестиційних проектів, фізичних осіб-підприємців, юридичних осіб; соціальний захист, технічні регламенти, зовнішньоекономічна діяльність, подання звітності, безпека та захист, природні ресурси та екологія, інші сфери господарської діяльності.

Метою впровадження системи надання електронних державних послуг в Україні є створення умов, щоб кожен українець мав рівні можливості і рівний доступ до державних послуг. Е-послуги надаються через Центри надання адміністративних послуг (ЦНАП). На початок 2022 року мережа ЦНАП в Україні зросла до близько 3 тисяч точок. Серед них — 1027 ЦНАП, 1712 віддалених робочих місць, 124 територіальні підрозділи та 28 мобільних ЦНАП. Порівнюючи з 2020 роком, мережа зросла на 1,5 тисячі точок. Тільки 200 Центрів відкрилися за останній квартал. Лідерами за рівнем доступності державних послуг стали такі області: Івано-Франківська, Дніпропетровська, Волинська та Черкаська. [3].

З метою створення ефективної багаторівневої системи управління, яка є прозорою, підзвітною та відповідає на потреби громадян України, у нас реалізується Програма U-LEAD (Ukraine – Local Empowerment, Accountability and Development, Україна – підсилення на місцях, підзвітність та розвиток), або коротко «U-LEAD з Європою» [4]. Покращенню процесу впровадження технічних умов для розвитку публічних електронних послуг призначені інформаційні системи «Вулик» і «Трембіта».

В Україні ефективно функціонує Єдиний державний портал електронних послуг «Дія». «Дія» це мобільний застосунок он-лайн сервісу державних послуг у наданні доступу до інформації з різноманітних реєстрів який забезпечує об'єднання існуючих центрів надання адміністративних послуг в єдину мережу та функціонування ІТ-індустрії в Україні.

Враховуючи те, що процеси децентралізації в Україні визнані одними з найуспішніших і найпопулярніших реформ в Європі, з метою продовження роботи над подальшим удосконаленням законодавства і зміцненням демократичного врядування на всіх рівнях доцільно нарощувати роботу з розвитку технологій «мобільного уряду» в сфері надання публічних послуг. У процесі цифровізації адміністративних послуг також постає необхідність

удосконалення роботи представників виконавчої влади. При цьому основними напрямками вдосконалення інформаційних технологій є керування електронною чергою, ведення реєстру територіальної громади та забезпечення документообігу на належному рівні.

Усе це покращать роботу органів влади з надання державних публічних послуг населенню та бізнесу та сприятиме розвитку інвестицій і впровадженню нових технологій, які задовольнятимуть стрімкий розвиток бізнесу та забезпеченню належного рівня соціально-економічного розвитку у повоєнні часи.

Висновки. З метою оптимізації процесу взаємодії між органами виконавчої влади та користувачами послуг, налагодженню електронної взаємодії державних реєстрів, швидкому та ефективному наданню державних послуг доцільно:

- прискорити розробку та запровадження мобільних версій офіційних веб-сайтів центральних органів виконавчої влади;

- ввести в практику роботи органів влади усіх рівнів проведення регулярних опитувань серед відвідувачів центрів надання адміністративних послуг з метою визначення видів мобільних сервісів, які мають найбільший попит серед споживачів адміністративних послуг та з'ясування якості послуг, що надаються;

- регулярно популяризувати кращі вітчизняні практики та забезпечити обмін досвідом з питань використання технологій «мобільного уряду» у сфері надання адміністративних послуг.

Список використаних джерел

1. Національний реєстр електронних інформаційних ресурсів. Міністерство цифрової трансформації України. URL: <http://surl.li/hiurl> (дата звернення 6.01.2024 р.).

2. Бахарєва Я.В. Тенденції розвитку інформаційних технологій в сфері надання державних публічних послуг в Україні. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» № 6, 2021. С. 4.* URL: <http://surl.li/pasqr> (дата звернення 7.01.2024 р.).

3. Мінцифри: Кількість точок доступу до адміністративних послуг наближається до 3000. 17.02.2022 р. URL: <http://surl.li/ozaaw> (дата звернення 8.01.2024 р.).

4. Офіційний сайт Програми «U-LEAD з Європою». URL: <http://surl.li/paqt> (дата звернення 8.01.2024 р.).

*Мацука В.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та
фінансів,
Маріупольський державний
університет*

УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ПРОЄКТУ

Проекти – двигуни змін. З точки зору бізнесу, метою проекту є переміщення організації з одного стану в інший для досягнення конкретних цілей.

Проекти можуть створити цінність бізнесу. РМІ визначає цінність бізнесу як кількісно визначену чисту вигоду, отриману від бізнесу.

Проект – це тимчасове підприємство, спрямоване на створення унікального продукту, послуги чи результату.

Фон для запуску проекту. Плани ініціюються у відповідь на фактори, які впливають на події в організації. Ці фактори в основному діляться на чотири категорії.

Управління проектами – це застосування знань, навичок, інструментів і методів у проектній діяльності для задоволення вимог проекту [4;5].

Проектами можна керувати в трьох різних ситуаціях: як окремі проекти (поза портфелем проекту або групи проектів), у межах групи проектів або в межах портфеля проектів.

Портфелі, програми та проекти узгоджуються або керуються стратегією організації та відрізняються за своїм внеском у досягнення стратегічних цілей.

Операційний менеджмент передбачає безперервне виробництво продуктів і послуг. Він забезпечує постійну ефективність роботи шляхом оптимізації ресурсів, необхідних для задоволення потреб клієнтів. Він передбачає управління процесом перетворення вхідних ресурсів (таких як матеріали, енергія та праця) у результати (такі як продукти, товари, послуги). Поточна комерційна діяльність виходить за межі цього проекту, але є перетини між двома сферами.

Життєвий цикл проекту – це серія фаз, які проходить проект від початку до завершення. Визначає базову структуру управління проектами [1;2;3]. Ці базові рамки застосовуються незалежно від специфіки конкретної проектної діяльності. Фази проекту можуть бути послідовними, ітеративними або збігатися.

Життєві цикли розробки можуть бути прогнозними, ітеративними, поступовими, адаптивними або гібридними [5].

Прогнозний: обсяг, терміни та вартість проекту визначаються на початку життєвого циклу. З будь-якими змінами вмісту потрібно поводитися обережно. Очікуваний життєвий цикл також можна назвати каскадним життєвим циклом.

Ітерація. Обсяг проекту зазвичай визначається на початку життєвого циклу проекту, але оцінка часу та вартості проекту змінюється, коли команда проекту

дізнається більше про продукт. Ітеративний визначає розробку продукту через серію повторюваних циклів, тоді як поступовий визначає послідовне додавання характеристик продукту.

Поступовий: результати створюються за допомогою серії ітерацій, які послідовно додають функціональні можливості протягом заданого періоду часу. Надані результати містять такі необхідні та достатні характеристики, що вони вважаються завершеними лише після остаточної ітерації.

Адаптивність: гнучка, ітеративна або поступова. Деталі завершуються та затверджуються перед початком кожної ітерації. Адаптивний життєвий цикл також відомий як гнучкий або керований змінами життєвий цикл.

Гібридний: це поєднання прогностичного та адаптивного життєвих циклів. Ті елементи проекту, які добре продумані або мають заздалегідь визначені вимоги, проходять відповідно до життєвого циклу передбачуваного розвитку, тоді як ті елементи, які перебувають у стані формування, відповідно до життєвого циклу адаптивного розвитку.

Проект вважається успішним, якщо етапи його життєвого циклу успішно завершені, цілі досягнуті та кошти, виділені в бюджеті, не перевитрачені.

Життєвий цикл проекту допомагає: покращити комунікацію між командою та клієнтом; дати впевненість у тому, що цілі можуть бути досягнуті за допомогою наявних ресурсів; управляти та мінімізувати ризики.

Список використаних джерел

1. 10 етапів життєвого циклу проєктів, заснованих на методі науки про дані URL: <https://brainberry.ua/uk/newsroom/blog/10-life-cycle-steps-of-data-science-based-projects> (дата звернення: 01.01.2024).
2. 5 фаз життєвого циклу управління проєктами у 2023 році URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/the-5-phases-of-the-project-management-lifecycle-in-2023/> (дата звернення: 01.01.2024).
3. Мацука В.М. Контроль у традиційному проєкт менеджменті та AGILE. «Інновації для відродження: національний, регіональний, міжнародний контекст». Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції, Запоріжжя, 12-13 жовтня 2023 р. [Електронний ресурс] / Редкол.:В. А. Шаломєєв (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 502-505. URL: <http://eir.zntu.edu.ua/handle/123456789/10757> (дата звернення: 01.01.2024).
4. Мацука В.М. Управління проєктами цифрової трансформації. Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін: Збірник наукових праць VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Полтава, 26 жовтня 2023 р. Полтава, 2023. С. 680-682.
5. Що потрібно знати про життєвий цикл керування проєктами URL: <https://www.microsoft.com/uk-ua/microsoft-365/business-insights-ideas/resources/what-you-should-know-about-project-management-life-cycle> (дата звернення: 01.01.2024).

Меліхов Є.В.

Асистент

Меліхова Т.О.

Д.е.н., проф.

*Запорізький національний
університет*

МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

На відміну від загального переконання, основним показником ефективності діяльності підприємства є не продукт роботи домогосподарства, а безпосередній процес його реалізації та використання кінцевим споживачем. Саме за забезпечення та підвищення цієї ефективності і відповідає маркетинг.

Цікаво розглянути мережевий маркетинг на прикладі збути косметики Mary Kay, Avon, Oriflame, Faberlic та інші. Реалізація їх продукції відбувається через торгових представників по каталогах, які зареєстровані приватними підприємцями, а не працюють у штаті цих фірм. За виконання плану передбачені бонуси та подарунки, що стимулює збут. Реалізація розрахована на особисте спілкування з клієнтом з кола знайомих, думкам та порадам якого довіряють. В наявності є пробники продукції, а торгові представники регулярно проходять навчання, що підвищує їх кваліфікацію.

Маркетинговий аудит – це перевірка, яка проводиться з метою здійснення реальної оцінки стану збуту та надання пропозицій щодо його удосконалення. Це дозволяє виявити ефективність роботи маркетингового відділу та його вплив на фінансові результати підприємства.

Попередній етап маркетингового аудиту складається з проведення аналізу ефективності маркетингової діяльності підприємства, портфельного аналізу та SWOT-аналізу маркетингового управління.

Основний етап включає в себе аудит конкурентоспроможності на ринку, аудит асортименту продукції, аудит маркетингового відділу підприємства.

Заключний етап – підготовка аудиторського звіту та рекомендацій щодо удосконалення.

Маркетинговий аудит складається із наступних етапів: по-перше, необхідно визначити цілі аудиту; по-друге, визначити області аудиту; по-третє, визначити методики маркетингового аудиту; по-четверте, провести аналіз системи маркетингу; по-п'яте, провести маркетинговий аудит; по-шосте, подати рекомендації щодо поліпшення.

Отже, маркетинговий аудит системи збуту відіграє важливу роль в ефективності управління підприємством. Регулярне проведення маркетингового аудиту виявить слабкі та сильні сторони, переваги та недоліки системи збуту, попередить помилки та зловживання, що дозволить підвищити ефективність діяльності підприємства.

Метеленко Н.Г.

д.е.н., професор,

директор Інженерного навчально-наукового інституту

ім. Ю.М. Потебні Запорізького національного університету

Оглобліна В.О.

к.е.н., доцент,

кафедра інформаційної економіки, підприємництва та фінансів,

Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю.М. Потебні

Запорізького національного університету

ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ НА 2024 РІК: РЕАЛІЇ 2023 ТА РИЗИКИ 2024

При розробці проекту Державного бюджету на 2024 рік Міністерство фінансів України використовував сценарій, який містить попередні оцінки перших підсумків 2023 року, а також високий ступінь невизначеності та непередбачуваності, тому високою є ймовірність у майбутньому відхилення фактичних показників кошторису від планових. Міністерство фінансів вказує окреслило такі ключові ризики бюджетного процесу: продовження війни та невизначеність щодо подальших шляхів її розвитку; неповернення біженців із за кордону; недостатньо швидке проведення реформ; недоотримання допомоги від міжнародних фінансових організацій та урядів, причому останнє – це не умовність, а факт, адже ключовим джерелом доходів 2024 року плануються зовнішні запозичення, які складають майже 1,8 трлн грн; власного ж ресурсу Україні вистачить лише щоб профінансувати половину видатків [1].

Фактично станом на сьогодні податкові надходження удвічі випереджають інфляцію, але Державний бюджет 2024 р. розроблено на чинній податковій базі, як і у 2023 році, і у доходи не включені гранти. Сформовано амбітний план щодо податків; так у розрахунках планові податкові надходження збільшуються на 29%, у тому числі в загальному фонді – на 19%, що майже вдвічі перевищує прогнозу інфляцію [2]. Головним ризиком у формуванні дохідної частини є те, що вона сформована з урахуванням ще не ухвалених змін до Бюджетного кодексу, у т. ч. щодо передавання з місцевих бюджетів військового ПДФО. Є також певні застереження щодо окремих показників (реальність зростання надходжень від акцизного збору; зростання обсягів виробництва відповідної продукції). Також є ризики щодо зростання на 56,7% податку на прибуток підприємств і на 151,3% відрахувань частини чистого прибутку та дивідендів підприємств державного сектору. Необхідно активізувати також інші актуальні заходи, які спрямовані на збільшення дохідної частини, а саме: детінізація;

скорочення обсягів «сірого» імпорту; додаткове оподаткування прибутку банків. Враховуючи, що у 2024 році країна продовжує жити в стані війни, то зрозуміло, що значна частина видатків піде на сектор безпеки та оборони. Його фінансування становитиме 1 692,6 млрд грн або 21,6% ВВП, у тому числі 1 542,8 млрд грн із загального фонду, 119,8 млрд грн із спеціального фонду; цей обсяг значно більше, ніж в редакції Держбюджету 2023 року. Важливим пріоритетом видатків 2024 року є соціальні видатки. Визнано, що після падіння економіки майже на 30% бюджет не має додаткового ресурсу на підвищення мінімальної заробітної плати і прожиткового мінімуму в спосіб, який би не провокував інфляцію. Збереження макрофінансової стійкості та економічне пожвавлення дають потенційний простір для підвищення мінімальних соціальних стандартів з 2024 року, що додатково сприятиме відновленню економіки. Так, у 2024 році на соціальний захист планується скерувати 468,8 млрд грн; уперше в бюджеті з'являться статті «Соціальний супровід військовослужбовців» та «Виховання сиріт у сім'ях»; також суттєво посиляться підтримка ветеранів війни; загальне фінансування заплановано в обсязі 14,3 млрд грн; запроваджуються інститут помічника ветерана та пілотний проєкт із зубопротезування. Фінансування сфери освіти зросте до 178,8 млрд грн (+22,9 млрд грн у порівнянні з 2023 роком); закладається підвищення заробітної плати вчителям на 18%; підвищення якості освітніх послуг; відбудуться позитивні зміни в інфраструктурі закладів освіти, зокрема, планується модернізація дослідницької інфраструктури для наукової діяльності молодих учених. Фінансування охорони здоров'я заплановано в обсязі 201,9 млрд грн разом з трансфертами, що на 24,4 млрд грн більше у порівнянні з 2023 роком; більше ніж на 27% підвищиться фінансування сфери культури; фінансування спорту збільшиться до 7,5 млрд грн. Окремим пріоритетом є посилення цифрової трансформації, на яку буде спрямовано 2,5 млрд грн; уперше в Держбюджеті передбачене фінансування інноваційних проєктів для забезпечення сектору безпеки та оборони.

Реальний сектор економіки, який стійко витримує всі випробування війною, не залишиться без уваги і є ключовим пріоритетом на 2024 рік. Заплановано посилити акцент на секторі МСБ; також триватиме фінансування програм Фонду розвитку підприємництва; відбуватиметься надання грантів на створення або розвиток бізнесу та забезпечення громадян житлом через Українську фінансову житлову компанію; у Державному бюджеті враховано часткову компенсацію вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва. Так, за показниками Державного бюджету на 2024 рік Фонд розвитку підприємництва, через який реалізується програма «Доступні кредити 5-7-9%», отримає 18 млрд грн. Слід констатувати, що в Україні відбуваються масштабні діджиталізація та дерегуляція і ці процеси також необхідно в повному обсязі врахувати в Державному бюджеті на 2024 рік.

Стратегічним ризиком бюджетного процесу є дефіцит і державний борг. Дефіцит Державного бюджету на 2024 рік запланований на рівні 20,4% ВВП. Покриття дефіциту бюджету і його фактичний розмір будуть залежати від кінцевих обсягів військових видатків, інструментів залучення зовнішнього

фінансування (кредити/гранти), проведення реструктуризації частини зовнішнього боргу. Дефіцит бюджету вже третій рік поспіль перевищує однознакові показники, відповідно, наприкінці 2024 року очікуваний рівень державного боргу сягне 110,7% ВВП порівняно з 97% у 2023 році та 78% у 2022 році. Угода з кредиторами Паризького клубу розрахована до кінця 2023 року, з приватними кредиторами – до серпня 2024 року [3]; у разі продовження реструктуризації, що вбачається ймовірним, платежі з погашення та обслуговування державного боргу будуть меншими. Урядом України у якості основних джерел фінансування на 2024 рік розглядаються такі: макрофінансова допомога ЄС, МВФ, СБ, уряду США, інших офіційних кредиторів. Головним ризиком є те, що переважна частина цієї суми, співставна з доходами загального фонду державного бюджету, не гарантована. Проте, Україна має домовленості з ЄС у рамках Ukraine Facility на 2024 рік про залучення 9 млрд дол на фінансування дефіциту бюджету; є також програма з МВФ, яка в разі успішного перегляду передбачає залучення 2 млрд дол; обговорюється питання щодо фінансової допомоги з боку США та інших країн G7.

Таким чином, ключовим пріоритетом Державного бюджету 2024 року є фінансування сектору безпеки та оборони, Стратегічним ризиком – є потенційна можливість для покриття дефіциту отримати 41 млрд дол фінансування від партнерів, від цієї суми 29 млрд дол залишаються непокритими. Державний бюджет 2024 року принципово не відрізнятиметься від кошторису 2023 року; за планом частково виростуть податкові надходження, однак через дефіцит бюджету потреба в зовнішньому фінансуванні залишатиметься суттєвою; при цьому Уряд України планує помітно підвищити мінімальну заробітну плату, заробітні плати бюджетників та пенсії; зростуть і видатки на соціальну підтримку, зокрема на підтримку ветеранів; збільшиться фінансування освіти. Водночас, на нашу думку раціональним, є відмова від фінансування будівництва та ремонту доріг з Дорожнього фонду. Виділимо дві ключові тези: 1) усі зібрані в країні кошти витратяться на оборону; 2) підтримка міжнародних партнерів України залишається життєво необхідною, однак до неї поступово додаються умови з проведення реформ, які є найважливішими завданнями для уряду на 2024 рік, та перемовини щодо реструктуризації державного боргу.

Список використаних джерел.

1. Без реформ не обійтись: власних коштів Україні вистачить тільки на половину видатків. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/09/26/704763/> (дата звернення: 25.11.2023).
2. Бюджет 24 – прийнято. URL: <https://forbes.ua/money/byudzhet-2024-priynyato-skilki-groshey-ukraina-mae-na-tretiy-rik-velikoi-viyni-a-skilki-shche-potribno-znayti-09112023-17165> (дата звернення: 04.12.2023).
3. Міжнародні партнери України у G7 і члени Паризького клубу кредиторів оголошують про відстрочення платежів з обслуговування боргу для України. URL: https://mof.gov.ua/uk/news/international_partners_of_ukraine_in_the_g7_and_paris_club_announce_suspension_of_debt_service_payments_for_ukraine-3532 (дата звернення: 02.12.2023).

Мищишин І.Р.

молодший науковий співробітник,
ДУ «Інститут регіональних
досліджень

імені М. І. Долішнього НАН України»

Гулька С.Ю.

здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра

ОПП «Менеджмент організації і
адміністрування»

спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник: д.е.н., проф.

Юринець З.В.

Львівський національний

університет імені Івана Франка

ІНВЕСТИВАННЯ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Розвиток людського капіталу – це процес вкладення коштів у працівників для підвищення їхніх навичок, знань і продуктивності. Це можна зробити різними способами, наприклад, через освіту, навчання, охорону здоров'я та оздоровлення. В умовах війни в Україні, інвестування в розвиток людського капіталу для бізнесу може стати стратегічно важливим завданням. Такий підхід дає змогу забезпечити стійкість та ефективність бізнесу в умовах викликів та труднощів, пов'язаних із воєнною агресією. Інвестування в навички та знання персоналу допомагає забезпечити стабільність та можливість продовження роботи підприємства навіть у важких умовах війни. Розвиток людського капіталу сприяє швидшому й ефективнішому адаптуванню до нових умов, стратегій та технологій, які можуть з'явитися в змінних умовах розвитку економіки, створенню нових робочих місць, підтриманню відповідного рівня зайнятості, коли інші галузі можуть переживають труднощі. Інвестування в гнучкість працівників та інноваційні знання дозволяє підприємству краще реагувати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі [2, с. 102-108]. Інвестування в навички безпеки та кризового менеджменту забезпечує захист персоналу та підприємства. Збереження та розвиток персоналу в умовах війни вважається соціальною відповідальністю бізнесу, що підвищує його репутацію та відносини з спільнотою.

До головних способів інвестування у людський капітал українського бізнесу в умовах війни:

1. Підготовка персоналу:

- Забезпечення персоналу навичками кризового менеджменту та безпеки.

- Надання співробітникам інформації щодо безпеки та дій в умовах воєнного стану.

2. Тренінги та розвиток навичок:

- Інвестиції в розвиток м'яких навичок, таких як лідерство, комунікація, а також технічних навичок, які важливі для специфіки роботи бізнесу у непередбачуваних умовах діяльності.

- Тренінги та програми для розвитку гнучкості у вирішенні проблем.

3. Психологічна підтримка персоналу, формування соціально-психологічного клімату в середовищі бізнесу [4], командна підтримка у процесі виконання завдань [1]. Війна спричинила значні психосоціальні страждання для українців. Важливо підтримувати психічне здоров'я своїх працівників, надаючи їм доступ до консультування та психологічної допомоги. Забезпечення доступу співробітників до психологічних консультацій і підтримки необхідного для покращення їхнього емоційного стану та добробуту.

4. Система дистанційної роботи. Бізнес потребує інвестицій в інфраструктуру для забезпечення можливостей дистанційної роботи та онлайн-комунікацій, щоб працівники могли продовжувати свою діяльність навіть у віддалених регіонах.

5. Соціальні програми та фінансова підтримка для працівників, які можуть потребувати допомоги через воєнні обставини.

6. Система гнучкого кадрового управління та створення резервів для заміщення можливих вакансій.

7. Система ефективної звітності та комунікації для швидкого реагування на події та вирішення проблем.

8. Залучення підприємства до спільних ініціатив та програм розвитку громади для зміцнення стосунків та підтримки важливих соціальних та економічних ініціатив.

До основних переваг інвестування в людський капітал для бізнесу є підвищення продуктивності праці персоналу та діяльності підприємства, зменшення плинності кадрів, покращення морального духу працівників та соціально-психологічного клімату, підвищення інноваційності бізнесу та конкурентоспроможності [3]. Добре навчений та мотивований персонал може забезпечити вищу продуктивність та ефективність діяльності підприємства, що є важливим у важливий період для бізнесу. Важливість інвестування у розвиток людського капіталу зростає, оскільки підприємства, які вчать свого персоналу та його розвиток, мають більші шанси зберегти та привернути талановитих працівників.

Отже, в умовах війни, інвестування у розвиток людського капіталу стає стратегічно важливим чинником для забезпечення стійкості та відновлення бізнесу, а також підтримки співробітників у непередбачуваних умовах.

Список використаних джерел:

1. Денисенко М.П., Юринець З.В. Формування команд фахівців та їх роль в економічному розвитку й стратегічному управлінні бізнесом. Журнал стратегічних економічних досліджень. 2022. № 1. С. 67–75

2. Круглякова В.В., Юринець З.В. Інноваційний потенціал суб'єктів господарювання харчової промисловості України: монографія. Львів: ГАЛИЧ-ПРЕС. 2019. 132 с.

3. Юринець З. В., Юринець Р. В. Венчурний капітал та стратегічний розвиток інноваційного бізнесу. Журнал Прикарпатського університету імені Василя Стефаника. 2023. Т. 10. № 2. С. 15-23

4. Юринець З. В., Юринець Р. В. Соціально-психологічний клімат молодіжного стартап-підприємництва в умовах стратегічного розвитку інновацій. Acta Academiae Beregsasiensis. Economics. 2022. №1. С. 162-171

Міщенко Д.А.

*доктор наук з державного
управління,
професор, професор кафедри
маркетингу
Університет митної справи та
фінансів*

Міщенко Л.О.

*кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та
менеджменту
ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна
Академія управління персоналом»*

МАРКЕТИНГ ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВ

Подальший розвиток публічної сфери висуває нові вимоги до якості та результативності діяльності публічних інституцій та процесів надання публічних послуг на засадах клієнтоорієнтованого підходу. Це вимагає пошуку та використання в управлінській діяльності нових інноваційних інструментів, що орієнтуються на споживача, забезпечуючи високий рівень надання публічних послуг. Одним із таких інструментів є маркетинг державних установ.

Маркетинг державних установ можна визначити як систему застосування маркетингу суб'єктами державного управління, що реалізується шляхом задоволення потреб суспільства або окремих його спільнот через механізми взаємообміну певними діями та ресурсами.

Враховуючи, що державні інститути й процедури повинні сприяти максимальному задоволенню інтересів громадян за розумний проміжок часу доцільним є використання при цьому інструментарію публічного маркетингу, адже під маркетингом розуміють діяльність з формування попиту та задоволення потреб споживачів, якими у державному управлінні є громадяни та бізнес [4].

Застосування маркетингових підходів в діяльності державних органів може бути засобом підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Україна реалізуючи потенціал маркетингу державних установ зможе більш вдало вирішувати такі завдання:

– ефективніше ставити цілі та завдання розвитку суспільства та досягати їх;

- формувати позитивний імідж та досягти високого авторитету серед світової спільноти;
- аналізувати ринок, проводити його структурування, прогнозувати його розвиток та кон'юнктуру;
- регулювати імпорту-експорт за допомогою інструментів маркетингу, відслідковувати ситуацію та своєчасно вживати заходів щодо зміни станів зовнішнього та внутрішнього ринків, соціально-економічного становища держави;
- надавати допомогу в досягненні конкурентоспроможності національних виробників, при цьому захищаючи внутрішній ринок;
- досягати оптимальних міжгалузевих та регіональних пропорцій, розвитку конкуренції [2].

Серед основних переваг застосування маркетингу державних установ можна відзначити:

- за рахунок визначення, вивчення та подальшого врахування особливостей особистих та суспільно значущих потреб громадян та інших спільнот створюються відповідні умови для повнішого та ефективнішого їх задоволення;
- до практики публічного управління упроваджуються нові ефективні методи та інструменти;
- упровадження засад маркетингу сприяє більш якісній реалізації громадянських прав і свобод у державі;
- загальна гармонізація інтересів усіх учасників публічного управління надає суттєвих переваг щодо реалізації суб'єктами публічного управління своїх функцій та повноважень тощо [3].

Застосування маркетингових інструментів в сфері публічного управління дозволяє підвищити результативність публічних послуг; визначає оптимальну стратегію і тактику управління; оптимізує управлінські дії від визначення цілей і завдань до оцінки результатів їхнього виконання з погляду споживачів. Основне завдання управління комплексом публічного маркетингу полягає у тому, щоб синхронізувати процес управління елементами маркетингу державних установ у такий спосіб, щоб кожен з них, виконуючи своє функціональне призначення, одночасно сприяв підвищенню ефективності решти елементів і тим самим підвищував синергічний ефект від прийняття управлінських рішень [1].

Маркетинг державних установ є найкращою платформою для планування та організації діяльності державних органів та органів місцевого врядування. Використання маркетингу державних установ є важливим, перспективним, фактором успіху публічного управління, це дозволить вивести на більш високий рівень якість надання публічних послуг, забезпечити своєчасне виявлення та задоволення потреб громадян, підвищити конкурентоспроможність національної економіки.

Список використаних джерел

1. Бурик З.М., Черняхівська В.В. Механізми публічного маркетингу в Україні в сучасних умовах. *Публічне урядування*. 2023. №1 (34). С. 18-28. URL: [https://doi.org/10.32689/2617-2224-2023-1\(34\)-2](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2023-1(34)-2)
2. Кравцова Т., Лащенко О., Кравцов О. Використання маркетингового підходу в діяльності органів публічного управління медичною сферою. *Аспекти публічного управління*. 2021. № 4. С. 72-84.
3. Маркетинг у публічному управлінні : монографія. Є.В. Ромат, Ю.В. Гаврилечко. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2018. 288 с.
4. Подольчак Н.Ю., Білик О.І., Ханик Ю.-Б.Р. Поняття публічного маркетингу та приклади його застосування в Україні. *Інвестиції : практика та досвід*. 2020. № 1. С. 155–158.

Міщук Є.В., к.е.н, доц.

*Криворізький національний
університет*

ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ «МАРКЕТИНГ»: РОЛЬ У ФОРМУВАННІ НАВИЧОК ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вступ до спеціальності «Маркетинг» є ключовим етапом формування професійної компетентності майбутніх фахівців. Маркетинг, як наука і практика, вивчає закономірності ринкових відносин та розробляє стратегії їх впливу на споживачів. Найважливішим аспектом вивчення цієї галузі є розуміння та аналіз поведінки покупців, що дозволяє ефективно адаптувати товари та послуги до їх потреб.

Однією з ключових складових успіху в маркетинговій діяльності є розробка стратегій реклами, які враховують психологічні особливості цільової аудиторії. Засвоєння принципів та методів рекламного мистецтва є важливим етапом формування компетентності майбутнього маркетолога.

Окрім того, увага до аналізу конкурентної ситуації на ринку є необхідною для розробки стратегій підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг. Вивчення ефективних методів позиціонування та брендування дозволяє створювати унікальний образ продукції, який привертає споживачів.

Маркетингові дослідження, включаючи аналіз ринкових тенденцій та прогнозування їх розвитку, також важливі для оптимізації бізнес-процесів. Здатність працювати з даними, враховуючи їх аналітичний потенціал, стає ключовою навичкою для маркетолога.

Отже, вивчення маркетингу виходить далеко за межі теорії та включає в себе практичні навички, які необхідні для ефективної реалізації маркетингових стратегій у сучасному бізнес-середовищі. Навчання на цій спеціальності відкриває можливості для творчого підходу до вирішення завдань та сприяє формуванню висококваліфікованих фахівців, здатних ефективно управляти маркетинговою діяльністю в сучасному бізнес-середовищі.

У постіндустріальних умовах ключові для маркетолога навички стають ще більш стратегічними та комплексними. Перш за все, важливо володіти

аналітичним мисленням та глибоким розумінням даних, оскільки технологічний розвиток генерує великі обсяги інформації. Маркетолог повинен ефективно аналізувати ці дані для розуміння ринкових тенденцій та споживчої поведінки.

Стратегічне мислення є невід'ємною частиною професійної компетентності. У постіндустріальному світі, де зміни відбуваються швидко, маркетолог повинен бути здатний антиципувати та реагувати на зміни в економічному середовищі, політиці та соціокультурних трендах.

Високий рівень креативності та інновацій - ще одна важлива навичка. Маркетолог повинен бути здатний розробляти нестандартні стратегії, які привертають увагу споживачів у світі, насиченому інформацією.

Комунікаційні навички стають критичними у зв'язку зі зростанням онлайн-комунікацій та соціальних мереж. Маркетолог повинен ефективно взаємодіяти з аудиторією, будуючи відносини та підтримуючи бренд.

Глибоке розуміння технологій та вміння використовувати їх для розвитку маркетингових стратегій також стає критичним фактором успіху в постіндустріальному світі.

Таким чином, маркетолог у постіндустріальних умовах повинен володіти аналітичним мисленням, стратегічним підходом, креативністю, високим рівнем комунікацій та технологічною компетентністю для ефективного ведення маркетингової діяльності в динамічному та конкурентному середовищі.

*Mishchuk Ie.V.,
PhD in Economics,
Associate Professor
Kryvyi Rih National University*

UNCERTAINTY IN ECONOMIC RESEARCH

The link between uncertainty and science arises from the nature of the scientific process and the limitations that exist in collecting, processing and interpreting data. Uncertainty can arise for a variety of reasons, such as experimental errors, accuracy limitations of measuring instruments, uncertainty in the underlying data, approximations, and other factors.

Science has always set itself the task of understanding the nature of phenomena and developing theories that reflect this reality. However, even the most precise experiments and research cannot provide absolute certainty of the result. The task of science is to understand the degree of uncertainty and take into account its impact on research results.

Uncertainty can be considered in many fields of science, such as physics, chemistry, biology, astronomy, and others. For example, in quantum mechanics, the Heisenberg uncertainty determines that it is impossible to measure the coordinate and momentum of a particle accurately at the same time. In biology and medicine, where experiments are usually difficult to control due to the complexity of the system, uncertainty can also arise.

Understanding and accounting for uncertainty is an important part of the development of science, as it allows scientists to correctly interpret results and improve theories, making them more accurate and relevant to reality.

Uncertainty plays a significant role in economic science, affecting various aspects of economic research, problem solving and policy making. This influence can be seen in the context of micro- and macroeconomics, where uncertainty arises from various sources, such as market volatility, unpredictability of market participants' actions, complexity of economic systems, and difficulty in predicting the effects of economic policies.

One of the key aspects of uncertainty in economic research is the volatility of market conditions. Financial and commodity markets are subject to fluctuations, which makes predicting their behaviour and reactions to changes very difficult. Uncertainty in this context can affect market participants' decisions on investment, production and consumption.

In addition, uncertainty in economic science is associated with the unpredictability of the actions of economic actors, including consumers, entrepreneurs and governments. Individual decisions and strategies of participants can significantly affect market conditions, creating an additional level of uncertainty for analysts and economists.

In macroeconomics, uncertainty becomes a key issue in the design and implementation of economic policies. For example, uncertainty about tax policy, monetary policy, or trade agreements can make it difficult for government institutions to achieve economic stability and efficiency. In addition, uncertainty about the future economic situation can affect the decisions of entrepreneurs to expand production and employment.

An important part of the study of the interaction between uncertainty and economic science is the development of methods for quantifying uncertainty and incorporating it into economic models. Economists use a variety of statistical methods, probability theory, and other tools to assess and manage uncertainty in their research.

For example, risk models allow us to analyse the impact of uncertainty on decision-making and strategy development under conditions of uncertainty. Risk assessment methods are also evolving to better manage uncertainty in business and economic environments.

Thus, uncertainty has a significant impact on economic science, creating challenges and opportunities for research, analysis and management in the face of complex economic systems. By integrating the concepts of uncertainty into economic theories and practical solutions, economists can provide more accurate and efficient models for forecasting and managing economic development.

*Мусійовський А.В., аспірант
спеціальності 051- Економіка
Науковий керівник: Луцків О.М.,
к.е.н., с.н.с.
ДУ «Інститут регіональних
досліджень імені М.І. Долишнього
НАН України», м. Львів*

РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПАРТНЕРСТВА У РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

У високорозвинутих країнах світу ефективна співпраця держави та бізнесу показала досить позитивні результати під час реалізації нових інфраструктурних проєктів, будівництві споруд і будівель. В Україні внаслідок зруйнування значної кількості, промислових, інфраструктурних та цивільних об'єктів саме інвестиційне партнерство може бути один зі способів залучення приватних інвестицій у відбудову та розвиток підприємницького сектора та економіки загалом.

В сучасних умовах господарювання інвестиції є важливим інструментом активізації інноваційних процесів та розвитку бізнесу. На сьогодні бізнес використовує різноманітні інвестиційні інструменти, які мають різні характеристики, рівень прибутковості, характеризуються різними ризиками. Як правило, вкладені кошти мають властивість втрачати свою купівельну спроможність з часом. Завдання інвесторів і інвестиційних менеджерів полягає у виборі найбільш привабливих і ефективних об'єктів інвестування [1].

В умовах обмеженості бюджетних коштів та неефективного використання державних інвестицій, актуальним стає розробка та втілення у практику нового механізму підтримки розвитку підприємництва – інвестиційне партнерство. Однак, незважаючи на це, застосуванням цього механізму залишається недостатньо поширеним явищем в Україні, незважаючи на успішний міжнародний досвід та очевидні переваги таких відносин. Через це виникає необхідність пошуку шляхів вдосконалення процесу активного впровадження інвестиційного партнерства, особливо для повоєнного відновлення підприємництва та економіки України в цілому.

Так, досвід ЄС свідчить, що чим більше проєктів інвестиційного партнерства реалізується в країні, тим вище темпи зростання ВВП. Країни, які реалізують сімдесят або більше інфраструктурних проєктів за принципами інвестиційного партнерства за 10 років, отримали 25 % приросту ВВП. Європейського досвід показав, також, що механізм інвестиційного партнерства забезпечує підвищення якості державних послуг та став швидким, ефективним і не дорогим засобом реконструкції та створення нової інфраструктури. Досвід країн-членів ЄС свідчить, що деякі сектори економіки є більш придатними для прийняття схеми інвестиційного партнерства, тому у процесі відбору та підготовки їх проєктів органи державної влади повинні звертати увагу саме на ті сектори економіки, в яких така взаємодія може бути найбільш успішною і доцільною.

Завдання інвестиційного партнерства полягає в забезпеченні якісних зрушень в ефективності використання економічних ресурсів за рахунок тісної взаємодії і проведення спільної політики задіяних сторін за здійснення інвестицій в інфраструктуру та основний капітал галузей реального сектора. Партнерами в інвестиційній сфері стають: держава, суб'єкти реального та фінансового секторів. Суть інвестиційного партнерства полягає у визначенні й дотриманні кожним його учасником відповідних погоджених правил і норм поведінки, здійснення яких закладає підґрунтя для формування сприятливого інвестиційного клімату та активізації інвестиційної діяльності. Реалізація механізму інвестиційного партнерства, на відміну від колишньої практики інвестування, передбачає координацію зусиль усіх учасників цього процесу з урахуванням їх інтересів і досягнення консенсусу у збільшенні інвестиційних ресурсів і підвищенні ефективності їх використання на всіх стадіях кругообігу [2].

Отже, інвестиційне партнерство є ефективним та перспективним інструментом соціально-економічного розвитку на регіональному та місцевому рівнях, засобом залучення коштів у проекти. Цей механізм є доцільним для розвитку та забезпечення нормального функціонування суспільно значущих об'єктів, експлуатація яких потребує значних бюджетних коштів тому може стати суттєвим інструментом підтримки розвитку бізнесу.

Основними причинами відсутності розвитку та інтенсивності використання інвестиційного партнерства в Україні є: відсутність цілісної державної політики щодо його застосування; відсутність нормативно-правової бази, яка б не тільки декларувала принципи інвестиційного партнерства, але й надавала методики розрахунку доходів, витрат за проектами, типові моделі договорів; погане розуміння як державою, так і приватним сектором сутності механізму його дії; нерозвиненість інституціональної інфраструктури; відсутність людських ресурсів із необхідними навичками та досвідом в укладанні такого роду договорів; нестабільна економічна та політична ситуація в країні, що перешкоджає зростанню довіри інвесторів до укладання довгострокових договорів з державою.

Загалом слід зазначити, що відновлення зруйнованої інфраструктури, відбудови підприємств та розвиток нових бізнес структур буде неабияким викликом у повоєнній відбудові України. У свою чергу відновлення та відбудова зруйнованих об'єктів виробничої та соціальної інфраструктури вимагатиме значних фінансових ресурсів. З огляду на неможливість справитися державі самотужки з значними збитками та руйнуваннями завданими війною, важливу роль у цьому процесі відіграватиме саме інвестиційне партнерство. Тобто у даний час особливої актуальності набуває питання розвитку інвестиційного партнерства в Україні.

Список використаних джерел

1. Лісун Я.В. Розвиток інвестиційного партнерства як дієвого механізму соціально-економічних перетворень. *Вісник КНУТД*. 2016. №4 (101). С. 14-21

2. Узунов Ф. В. Інвестиційне партнерство держави та приватного сектору в галузях інфраструктури України. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/19_2013/24.pdf

Нестеров Д.О.

аспірант

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

Національний технічний

університет «ХПІ»

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СКЛАДОВІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ

Актуальність дослідження визначається необхідністю розроблення методики ефективного управління інформаційним потенціалом підприємства. В основі такої методики ефективного управління інформаційним потенціалом підприємства має бути кількісна оцінка показників інформаційної діяльності підприємства, що розглядається з погляду господарської діяльності підприємства. В галузі управління ІВ, інформаційним потенціалом підприємств існує велика кількість робіт. Основними напрямками у цій галузі є аналіз із технічної погляду, аналіз із фінансово-економічної погляду, аналіз із виробничої погляду. Недозвеною залишається проблема дослідження оцінки інформаційного потенціалу підприємства з операційної точки зору. Метою даної є сформулювати основні положення методики оцінки інформаційного потенціалу підприємства з операційної точки зору.

Інформаційний потенціал суспільства складають сукупність засобів, методів і умов, що дозволяють використовувати інформаційні ресурси. До них відноситься:

- весь виробничо-технологічний комплекс виробництва сучасних засобів і методів обробки і передачі інформації;

- мережа науково-дослідних, освітніх, адміністративних, комерційних та інших організацій, що надають інформаційні послуги на основі сучасних інформаційних технологій.

В індустріальному суспільстві, де більша частина зусиль спрямовується на матеріальне виробництво, існує кілька основних видів ресурсів, які вже стали класичними економічними категоріями:

- матеріальні ресурси - сукупність предметів праці, призначених для використання в процесі виробництва суспільного продукту, наприклад, сировини, палива, енергії, напівфабрикатів, деталей тощо;

- природні ресурси – об'єкти, процеси, умови природи, що використовуються суспільством для задоволення матеріальних і духовних потреб людей;

-- трудовий колектив – люди, які мають загальноосвітні та професійні знання для роботи в суспільстві;

- фінансові ресурси – кошти, що знаходяться в розпорядженні державної або комерційної структури;

- енергетичні ресурси – енергоносії, наприклад, вугілля, нафта, нафтопродукти, газ, гідроенергія, електроенергія тощо.

В інформаційному суспільстві фокус уваги і важливості зміщується з традиційних видів ресурсів на інформаційний ресурс, який хоч і існував завжди, але не розглядався ні як економічна, ні як якась інша категорія. Інформаційні ресурси - це ідеї людства та інструкції щодо їх реалізації, накопичені у формі, що дозволяє їх відтворити.

Таким чином, можна надати наступне визначення інформаційних ресурсів.

Інформаційні ресурси – окремі документи та окремі масиви документів, документи та масиви документів в інформаційних системах (бібліотеках, архівах, фондах, базах даних, інших інформаційних системах).

На наш погляд, інформаційним ресурсам притаманні певні особливості. Серед особливостей інформаційних ресурсів можна відзначити наступні:

- невичерпність - у міру розвитку суспільства і зростання споживання знань його резерви не зменшуються, а зростають; інформаційні ресурси (на відміну від усіх інших видів ресурсів – праці, енергії, корисних копалин тощо) зростають тим швидше, чим більше їх використовують;

- нематеріальність – що робить їх відносно легкими для відтворення, передачі, розповсюдження порівняно з іншими видами ресурсів.

Інформаційні ресурси є основою для створення інформаційних продуктів . Будь-який інформаційний продукт відображає інформаційну модель свого виробника і втілює власні уявлення про конкретну предметну область, для якої він створюється. Інформаційний продукт, будучи результатом інтелектуальної діяльності людини, має бути закріплений на матеріальному носії будь-якого фізичного характеру у вигляді документів, статей, оглядів, програм, книг тощо.

Інформаційний продукт - це сукупність даних, що генеруються виробником для поширення в матеріальній або нематеріальній формі. Цей продукт можна розповсюджувати так само, як і будь-який матеріальний продукт, через послуги. Послуга - це результат невиробничої діяльності підприємства або особи, спрямованої на задоволення потреб людини або організації в користуванні різною продукцією.

Інформаційна послуга – отримання та надання Користувачеві інформаційних продуктів. При наданні послуги договір (контракт) укладається між двома сторонами – провайдером і користувачем послуги. У договорі вказується термін його використання і відповідна винагорода.

Перелік послуг визначається обсягом, якістю, предметною спрямованістю у сфері використання інформаційних ресурсів та інформаційних продуктів, створених на їх основі. Інформаційні послуги виникають лише тоді, коли бази даних доступні в комп'ютерній або некомп'ютерній формі.

База даних – це сукупність пов'язаних між собою даних, правила організації яких ґрунтуються на загальних принципах опису, зберігання та маніпулювання даними. Бази даних є джерелами інформаційних послуг. Бази даних, хоча вони ніколи не називалися, існували ще до комп'ютерного періоду в бібліотеках, архівах, фондах, довідкових бюро тощо. Вони містили всіляку інформацію про події, явища, об'єкти, процеси, публікації тощо. З появою

комп'ютерів значно збільшився обсяг баз даних, що зберігаються, і, відповідно, розширився спектр інформаційних послуг.

Результати дослідження, розглянуті у цій доповіді, дозволяють зробити деякі висновки.

По-перше, оцінити інформаційний потенціал підприємства можна за оцінкою інформаційної потужності підприємства.

По-друге, різні аналітичні розбиття діяльності підприємства за напрямками та їх угруповання за певними ознаками дозволяють оцінити інформаційну потужність кожного напрямку діяльності підприємства. Подальші дослідження будуть спрямовані на встановлення зв'язку між інформаційним потенціалом підприємства та його інформаційною архітектурою, з одного боку, та інформаційним потенціалом підприємства та його економічним потенціалом.

Список використаних джерел

14. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент. К. : КНЕУ, 2004. 541 с.
15. Макаруч, К. (1). Міжнародний бізнес в умовах глобалізації: теоретичний аспект. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (1086), 28-31.
16. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
17. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
18. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.
19. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // *Екон. вісник НТУУ «КПІ»* : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
20. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
21. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.
22. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
23. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
24. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
25. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva,. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
26. Витвицька О.Д., Кобелева Т.О., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57.
27. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.

Олександренко І.В.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри
фінансів, банківської справи та
страхування*

*Луцький національний технічний
університет*

УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Структура капіталу виступає вагомим критерієм стабільності та фінансової рівноваги будь-якого підприємства, оскільки відображає залежність чи незалежність від зовнішніх джерел фінансування та демонструє привабливість інвестування коштів для потенційних інвесторів. Разом з тим, структура капіталу впливає на здатність підприємства вчасно виконувати усі зобов'язання та бути конкурентно стійким на ринку. Однак, варто розуміти, що позитивний вплив структури капіталу на розвиток підприємства буде мати місце в умовах забезпечення її оптимального рівня, що визначається різними критеріями та підходами. В економічних працях та в практичній діяльності, найбільш поширеними методами оптимізації структури капіталу підприємств є:

1) максимізація рентабельності власного капіталу, згідно до якого оптимальною буде та структура капіталу при якій підприємств отримує найвищий рівень рентабельності власного капіталу;

2) максимізація рівня фінансової стійкості – це метод, згідно з яким оптимальною вважається структура капіталу за якої досягається найвищий рівень фінансової стійкості підприємства;

3) мінімізація вартості капіталу, який полягає у тому, що найбільш оптимальною буде та структура капіталу при якій буде найменша вартість капіталу, тобто середньозважена вартість разом власного та позикового капіталу підприємства.

Зважаючи на вище подані методи оптимізації структури капіталу, можна свідчити, що в практичній діяльності дуже рідко можна досягнути оптимальної структури капіталу за усіма трьома методами. Кожне підприємство переважно застосовує один із найбільш доцільних методів оптимізації структури капіталу і провадить управління в даному напрямку. Зокрема, підприємства у яких джерела фінансування є диверсифікованими, а саме різні за термінами та платою банківські кредити, а також мають нестабільну дивідендну політику, більш прихильні до оптимізації структури капіталу за методом мінімізації вартості самого капіталу. Для підприємств, які залучають кредити з високими відсотковими ставками, найбільш альтернативним методом оптимізації структури капіталу є максимізація рентабельності власного капіталу, індикатором якого виступає ефект фінансового важеля. Для тих підприємств, які не використовують банківських кредитів для фінансування бізнесу, найбільш практичним методом оптимізації структури капіталу виступає максимізація

рівня фінансової стійкості. Основні управлінські задачі в межах конкретного методу оптимізації структури капіталу подано на рисунку 1.



Рисунок 1 – Управлінські завдання оптимізації структури капіталу підприємства*

*Розроблено автором

Під час управління структурою капіталу, важливо контролювати вплив факторів зовнішнього середовища, які не можливо передбачити і їх вплив суттєво позначається на рівні рентабельності, фінансової стійкості та вартості капіталу господарюючого суб'єкта. Основними зовнішніми чинниками впливу на структуру капіталу та здатність зробити її оптимальною є: воєнний стан в країні, нестабільне податкове законодавство, постійна зміна облікової ставки НБУ, зміна інвестиційного клімату в країні; девальвація національної валюти; нестабільна платоспроможність покупців та постачальників; особливості розвитку галузі.

Внутрішнє середовище підприємства, також впливає на структуру капіталу підприємства, зокрема нераціональний розподіл витрат впливає на підвищення собівартості, а ріст собівартості продукції знижує обсяг прибутку та відповідно змушує залучати кошти на кредитному ринку. Також, неефективне планування діяльності та джерел фінансування, змушує використовувати різні резерви та підвищує ймовірність залучення високо витратних кредитів. Недосконала маркетингова політика сприяє зниженню обсягів реалізації продукції і відповідно, це впливає на зменшення прибутку та обсягу власного капіталу.

Одним із вагомих чинників забезпечення оптимальної структури капіталу є наявність дебіторської заборгованості та її розміри, оскільки високі обсяги заборгованості перед підприємством, змушують бізнес залучати кредити чи купувати окремі товари в кредит, що впливає на збільшення обсягу позикового капіталу та на збільшення його питомої ваги в джерелах фінансування. Не менш вагомим чинником формування оптимальної структури капіталу підприємства є сама специфіка його роботи, що впливає на тривалість виробничого та операційного циклу і відповідно визначає термін розрахунків з покупцями та постачальниками. Термін розрахунків з покупцями та постачальниками прямо впливає на виникнення дебіторської та кредиторської заборгованості, які впливають на структуру джерел фінансування бізнесу.

Загалом, досягнення оптимальної структури капіталу повинно передбачати виконання певних обов'язкових завдань в межах фінансової роботи на підприємстві:

- постійний аналіз фінансових показників, встановлення взаємозв'язків їх зміни в динаміці;

- гнучко пристосовувати управлінські рішення до умов внутрішнього і зовнішнього середовища;

- вчасно виконувати усі фінансові зобов'язання;

- чітко формувати та виконувати фінансові плани;

- правильно нараховувати і вчасно сплачувати усі податкові платежі та збори;

- вчасно враховувати комерційні та галузеві ризики;

- швидко реагувати на потреби ринку і бути конкурентоспроможними;

- проводити оцінку ефективності дивідендної політики та вносити корективи, зважаючи на потребу у споживчому чи тезаврованому прибутку;

- комплексно здійснювати оцінку ефективності використання позикових коштів та виявлення резервів її підвищення.

В цілому, досягнення оптимальної структури капіталу дозволить не лише досягнути цільового співвідношення між власними і позиченими коштами, а й дозволить отримати наступні економічні вигоди:

- збільшиться чистий прибуток та рівень ефективності діяльності;

- прискориться оборотність позикового капіталу, а особливо кредиторської заборгованості;

- підвищиться інвестиційна привабливість бізнесу, в умовах забезпечення ефективності використання власних коштів;

- відбудеться покращення кредитної репутації бізнесу в умовах підвищення частки власних коштів в джерелах фінансування.

- зросте фінансовий потенціал підприємства за зменшить ймовірність його банкрутства;

- нейтралізуються загрози зниження фінансової безпеки підприємства;

- зросте ринкова вартість бізнесу.

Реалізація управлінських заходів повинна відбуватись з дотриманням певних принципів та норм фінансового менеджменту і не суперечити діяльності

підприємства в розрізі різних напрямів його розвитку. Усі управлінські рішення мають бути оптимальні, гнучкі, цілеспрямовані та законодавчо узгоджені.

*Осінська О. А., аспірантка,
ДУ «Інститут економіко-
правових досліджень імені
В.К. Мамутова НАН України»
Науковий керівник: д.ю.н.
Олюха В.Г.,
д.ю.н.,
провідний науковий
співробітник
ДУ «Інститут економіко-
правових досліджень імені
В.К. Мамутова НАН України»*

ЩОДО КОМПЛАЄНСУ У ГОСПОДАРСЬКИХ ВІДНОСИНАХ

В умовах широкомасштабного військового вторгнення важливо забезпечити функціонування суб'єктів господарювання. Одним із необхідних компонентів є система комплаєнсу на підприємстві. Згідно із Стандартом ISO 37301:2021, комплаєнс - триваючий процес, результатом якого є виконання організацією своїх обов'язків [1]. Обов'язки за цим стандартом – це вимоги, які організація в обов'язковому порядку має виконувати, а також вимоги, яких організація добровільно вирішує дотримуватись.

У науковій літературі запропоновано наступне визначення: «комплаєнс – це організований суб'єктом господарювання/організацією внутрішній процес забезпечення відповідності його/її діяльності вимогам законодавства, нормам міжнародно-правових актів екстериторіальної дії, локальним актам суб'єкта господарювання, стандартам саморегулівних організацій у певній сфері і найкращим практикам, шляхом формування корпоративної культури, здійснення комплаєнс-контролю ризиків, які можуть призвести до застосування до такого суб'єкта господарювання юридичних, фінансових санкцій, втрати ділової репутації або іншої шкоди, а також за допомогою інших засобів реалізації комплаєнсу.» [2, с. 59].

З таким підходом в цілому модна погодитись, але виникають ситуації коли необхідно контролювати не тільки внутрішні процеси, але і зовнішні. Тобто контроль має запроваджуватись не тільки у внутрішньогосподарських правовідносинах, але і у господарсько-виробничих відносинах. Наприклад, якість продукції, що є складовою кінцевої продукції підприємства може забезпечуватись у контексті виконання господарських зобов'язань. Недооцінка цього призводить до негативних наслідків. Наприклад, у 2020 році компанія Toyota була змушена відкликати близько 5,84 мільйонів автомобілів власного виробництва внаслідок того, що на них були встановлені паливні насоси виробництва компанії Denso. [3].

Постановою Кабінету Міністрів України №187 від 03 березня 2022 року «Про забезпечення захисту національних інтересів за майбутніми позовами держави Україна у зв'язку з військовою агресією Російської Федерації» встановлено мораторій (заборону) на виконання грошових та інших зобов'язань, кредиторами (стягувачами) за якими є зокрема і такі іноземні суб'єкти як юридичні особи, створені та зареєстровані відповідно до законодавства Російської Федерації; юридичні особи, утворені відповідно до законодавства іноземної держави, кінцевим бенефіціарним власником, членом або учасником (акціонером), що має частку в статутному капіталі 10 і більше відсотків, яких є Російська Федерація, громадянин Російської Федерації, крім того, що проживає на території України на законних підставах, або юридична особа, створена та зареєстрована відповідно до законодавства Російської Федерації, - у випадку виконання зобов'язань перед ними за рахунок коштів, передбачених у державному бюджеті.

Відтак має запроваджуватись контроль щодо контрагентів. При цьому такий контроль має відбуватись як щодо вітчизняних суб'єктів господарювання, з метою перевірки його засновників, так і щодо іноземних суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел

1. ISO 37301:2021 “Compliance management systems –Requirements with guidance for use”. URL: <https://www.iso.org/standard/75080.html>
2. Коршун А. Щодо визначення поняття «комплаєнс» і його характерних ознак у сфері господарювання. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. №5. 2022. С. 55-60.
3. Беньковський Роман Toyota відкликає майже 6 млн. Машин. В чому річ? AUTO RIA. 30.10.2020. URL: <https://auto.ria.com/uk/news/autoservice-technology/252132/toyota-otzyvaet-pochti-6-mln-mashin-v-chem-delo.html>

Ослопова М.В.

к.е.н., асистент кафедри

менеджменту імені

професора Л.І. Михайлової

Сумський національний аграрний

університет

ПЕРСПЕКТИВИ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

У науковій літературі сталий розвиток визначають як процес економічних та соціальних змін, при якому експлуатація природних ресурсів, напрям інвестицій, орієнтація науково-технічного розвитку, розвиток особистості та інституційні зміни узгоджені одна з одною та зміцнюють нинішній та майбутній потенціал для задоволення людських потреб та устремлінь.

У свою чергу ООН визначає Цілі у сфері сталого розвитку у вигляді 17 ключових пріоритетів, які мають стати закликком до дії для всіх країн земної кулі до 2030 року. Спектр цих пріоритетів надзвичайно широкий. Він включає економічні, соціальні та екологічні цілі – від ліквідації крайніх злиднів і голоду до збереження екосистем суші та світового океану [1].

Цілі сталого розвитку – один із найбільш амбітних проектів у світовій історії. Це новий порядок денний, який забезпечує національним урядам, бізнесу, промисловості, громадянському суспільству, науковому та академічному середовищу основу для спільної роботи у напрямку майбутнього, який бажає бачити людство.

Цілі сталого розвитку прийшли на зміну програмі ООН під назвою «Мета розвитку тисячоліття», реалізація якої в період з 2000 по 2015 рік дозволила майже вдвічі скоротити відсоток людей, які живуть за межею бідності, наполовину зменшити дитячу та материнську смертність, значно просунутися у справі боротьби з такими хворобами, як ВІЛ та малярія, а також більш ніж удвічі збільшити обсяг допомоги, що надається розвиненими країнами з метою розвитку.

У 2018 році до Верховної Ради було внесено законопроект «Про стратегію сталого розвитку до 2030 року», до розробки якого було залучено експертів Програми розвитку ООН в Україні, однак його так і не було прийнято [2]. Структура стратегії була побудована навколо чотирьох векторів розвитку – економічне зростання, безпека держави, бізнесу та громадян, відповідальність та справедливість, гордість за країну у світі.

Втім, у вересні 2019 року Президент України підписав указ «Про цілі сталого розвитку України на період до 2030 року», завдяки якому визначені ООН глобальні завдання стали частиною національного законодавства [3].

Досягти цілей сталого розвитку в національному масштабі неможливо без створення ефективної системи взаємодії влади, бізнесу та громадянського суспільства, яка забезпечить інтеграцію економічної, соціальної та екологічної політики. На сьогоднішній день така система в Україні є лише на початковому етапі формування.

Однак зараз у країні відбуваються стрімкі трансформації. З початку повномасштабного вторгнення російської федерації економіка України функціонує в умовах безпрецедентних безпекових викликів. Таких масштабів руйнувань країна не бачила з часів Другої світової війни. Країна-агресор з першого дня війни зосередила значні зусилля на руйнуванні об'єктів цивільної, критичної інфраструктури, виробництв та промислових комплексів, відновлення яких потребує значних інвестицій, зусиль та часу. Багато підприємств призупинили свою роботу через безпосередню військову загрозу або через заблокований доступ до ринків збуту чи сировини. Війна призвела до міграції та внутрішнього переміщення близько 11–12 мільйонів українців. Із початку повномасштабного вторгнення немає жодної галузі в країні, яка б прямо або опосередковано не зазнала втрат від агресії російської федерації. На цьому фоні відбулася кардинальна зміна не лише системи міжгалузевих зв'язків, а й структури економіки в цілому.

Війна звела нанівець здобутки від значної фіскальної консолідації, досягнутої з 2017 року, протягом якої державний та гарантований державою борг скоротився з близько 81 % ВВП у 2016 році до 49 % у 2021 році. Дефіцит державного бюджету у 2022 році збільшився на 602 млрд грн порівняно з 2021 роком (близько 15,7% ВВП) і становив 817,9 млрд грн, профінансований за рахунок міжнародних грантів та пільгового фінансування на загальну суму близько 33,9 млрд євро. Державний борг у 2022 році збільшився на 1 352,4 млрд грн або 15,0 млрд дол. США (71,6 % ВВП), гарантований державою борг збільшився на 51,0 млрд грн, але в доларовому еквіваленті зменшився на 1,5 млрд дол. США (6,9% ВВП) [4].

Отже, у цих умовах наша держава позбавлена спроможності послідовно реалізовувати стратегію реформ та розвитку. Стратегії реіндустріалізації, інноваційного розвитку, цифрових трансформацій, визначення секторальних пріоритетів тощо, яких вже вироблено та оприлюднено чимало, не мають перспектив реалізації на сьогодні.

Війна впливає на формування та впровадження політики сталого розвитку в Україні та посилює актуальність певних Цілей над іншими. Завдяки встановленню ЦСР ООН потрібно боротися за кращий, процвітаючий світ для всіх. Для нашої країни напад росії ставить під загрозу досягнення всіх встановлених цілей до 2030 року. Окрім цього, конфлікт уповільнив відновлення після COVID-19 і негативно вплинув на досягнення регіональних і глобальних ЦСР. Та є прямі наслідки, з якими нам доведеться жити зараз і, можливо, через роки в майбутньому. Тож на сьогодні для України саме мир є ключовим підґрунтям для досягнення цілей сталого розвитку [5].

Список використаних джерел

1. Україна – 2030. Стратегія зміни майбутнього. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-12/ukraine-2030-1.pdf> (дата звернення: 10.01.2024).
2. Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року : Проект Закону України від 07.08.2018 № 9015. URL: <https://mof.gov.ua/storage/files/National%20Revenue%20Strategy%202030.pdf> (дата звернення: 10.01.2024).
3. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України від 30.09.2019 № 722/2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> (дата звернення: 10.01.2024).
4. Національна стратегія доходів до 2030 року. URL: <https://mof.gov.ua/storage/files/National%20Revenue%20Strategy%202030.pdf> (дата звернення: 12.01.2024).
5. Гайдуцький І.П., Голобородько А.М. Проблеми досягнення цілей сталого розвитку в умовах війни. *БІЗНЕС, ІННОВАЦІЇ, МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ*: зб. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 08 груд. 2022 р. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2022. С. 270 – 272. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/272126>

Панченко-Терещенко В.О.
здобувач другого (магістерського)
рівня вищої освіти
ОПП "Облік і оподаткування"
Спеціальності 071 "Облік і
оподаткування"
Науковий керівник: к.е.н., доц.,
в.о. завідувача кафедри обліку,
оподаткування
та УФЕБ Губарик О.М.
Дніпровський державний аграрно-
економічний університет

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ І НАПРЯМИ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ

На сьогоднішній день кожне підприємство світу має певну матеріальну базу активів, до якої входять запаси, забезпечення в грошовій формі, або на рахунках в банку, певні інтелектуальна власність і основні засоби. Для провадження будь якої діяльності та виробничого процесу, всі підприємства повинні мати основні засоби, які характеризуються певним складом та структурою для здійснення діяльності. Для отримання більшої прибутковості та підтримки конкурентоспроможності підприємства проводять аналіз ефективності використання основних засобів та виявляють причини і фактори, які впливають на їх зміни.

Тема дослідження не втратить своєї актуальності, буде постійною, доки матеріальне забезпечення буде приймати участь у діяльності підприємств. Від ефективності використання основних засобів залежить прибутковість, отримання більших результатів за менших вкладень, прискорення і оптимізація виробничого процесу, підвищення якості, можливості економії, змога застосування інноваційних методів виробництва, що призведе до більшої зацікавленості зі сторони інвесторів та покупців.

Досліджуючи питання, ми ставили на меті відображення головних аспектів ефективності використання основних засобів.

Відповідно до НПСБО 7: "основні засоби - матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, виконання робіт і надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) " [1].

В економіці, основні засоби, можуть бути названі основними фондами як і матеріальні цінності, що використовуються в якості засобів праці, які діють у незмінній натуральній формі протягом тривалого періоду часу і втрачають свою вартість частинами.

Як основа економічного потенціалу і майнового комплексу суб'єктів господарювання активи повинні забезпечувати реалізацію фінансових і економічних завдань, а також поліпшення процесів діяльності підприємств. Ефективне використання основних засобів сприяє збільшенню виробництва необхідної суспільству продукції, підвищенню віддачі створеного виробничого потенціалу і більш повному задоволенню потреб населення, поліпшенню балансу обладнання, зниженню собівартості продукції, зростанню рентабельності виробництва тощо.

Оптимальне використання основних виробничих засобів залежить від наявності системи показників оцінювання, яка містить вартісні та натуральні показники, які в свою чергу, дають змогу всебічно оцінювати одиницю досліджуваного активу.

В цілому, аналіз використання основних засобів проводять за такими способами:

- аналіз структури;
- аналіз технічного стану;
- аналіз утримання;
- аналіз техніко-економічних показників використання.

Існуючі методи аналізу ефективності використання основних засобів досить різноманітні та в більшості вони використовують не грошові показники, а кількісно характеризують якісні властивості досліджуваних засобів.

Застосування в розрахунках показників відновлення й вибуття основних засобів, вартість на кінець і на початок поточного періоду, відповідно, не дає змоги повною мірою порівнювати ці показники та робити обґрунтовані висновки. Задля усунення цього недоліку їх застосовують у поєднанні з показником відновлення основних засобів, який розраховується як відношення вартості основних засобів, які вибули у звітному періоді, до вартості основних засобів, які були введені у звітному періоді. Розмір показника рівня відтворення що буде менше одиниці свідчить про оновлення підприємством виробничих засобів.

Фондовіддача характеризується обсягами продукції, що припадає на 1 грн. вартості основних виробничих засобів. Фондомісткість є величиною, оберненою до фондівіддачі, характеризується вартістю основних виробничих засобів, які припадають на 1 грн. вартості продукції. Фондоозброєність основних засобів характеризується відношенням вартості основних засобів до чисельності промислово-виробничого персоналу.

Показник зносу основних засобів відображає рівень зношеності основних засобів, а його аналіз дає змогу побачити ефективність їх відтворення. Зменшення показника відображає оновлення основних засобів.

Показник рентабельності основних виробничих засобів – це відношення чистого прибутку підприємства до середньорічної вартості основних засобів.

Таким чином, групи показників ефективності використання основних засобів надають змогу оцінити поточний технічний стан основних засобів та визначити темпи їх оновлення, а також оцінити використання їх у комплексі.

Сучасні методики здійснення аналізу основних засобів взагалі не враховують особливостей різних галузей і різних виробництв, тому управлінський персонал при прийнятті виробничих рішень не має змоги повною мірою оцінювати ці показники.

Одним із способів удосконалення методів аналізу ефективності використання основних засобів підприємства можна за допомогою впровадження аналізу фінансових коефіцієнтів, а саме аналізом коефіцієнтів оцінки рентабельності основних виробничих засобів, коефіцієнтів оцінки продуктивності основних виробничих засобів.

Другим способом удосконалення може бути деталізація певних показників. Так, фондвіддача показує лише вартість продукції на 1 гривню всіх основних виробничих засобів. Проблема саме у визначенні показника відносно як виробних ОЗ які активно використовуються в виробничому процесі, так і тих, які майже не використовуються. Для виявлення невикористаних резервів в експлуатації основних засобів слід визначати фондвіддачу не лише із загального розміру основних виробничих засобів, але й з їх активної частини.

Окрім цього, на кінцевий результат діяльності підприємства у формі виручки або прибутку впливає не лише ефективно використання основних і оборотних засобів, але і інші чинники виробництва, такі, як праця і технологічне удосконалення виробництва. Тому в перспективі при дослідженні показників аналізу ефективності використання основних і оборотних фондів слід враховувати усю сукупність подібних факторів. Це, в свою чергу, дозволить користувачам робити більш ґрунтовні висновки та приймати управлінські рішення з максимальною ефективністю.

Крім зазначених прямих способів покращення аналізу показників, можна запропонувати і не прямий метод. Дані для аналізу, на основі яких робляться розрахунки, і приймаються управлінські рішення, містяться в статистичній звітності та реєстрах бухгалтерського обліку. Можна зробити очевидний висновок: результати аналізу ефективності використання основних та оборотних фондів на пряму залежать від повноти висвітлення і чесності даних в бухгалтерському обліку. Для мінімізації впливу помилок обліку, і усунення впливу не добросовісного відображення показників, треба проводити внутрішній аудит безпосередньо перед аналізом економічних показників, або використовувати лише перевірені дані обліку, а неперевірені – не брати до уваги доки вони не будуть підтверджені.

Саме за таких умов підприємство буде отримувати більш повну інформацію щодо підвищення економічного ефекту від використання основних засобів, що дозволить керівництву приймати оптимальні управлінські рішення.

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ ЕФЕКТИВНІСТЮ ФІРМИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Управління ефективністю підприємства в повоєнний період є складним і важливим завданням, що вимагає глибокого розуміння економічних, соціальних та політичних викликів. Особливості такого управління обумовлені рядом факторів, що включають зміни в економічному середовищі, нестабільність ринкових умов та потребу в швидкій адаптації.

Одним з ключових аспектів управління є ретельний аналіз ринкових тенденцій та прогнозування можливих змін. Застосування стратегій, спрямованих на реагування на динаміку попиту та пропозиції, дозволяє підприємству адаптуватися до нових умов та забезпечити стійке функціонування.

Економічна ефективність підприємства і його економічна безпека є взаємопов'язаними концепціями, що визначають стійкість та успішність його функціонування. Економічна безпека передбачає здатність підприємства витримувати зовнішні та внутрішні виклики без серйозних порушень його фінансової та економічної стабільності [1].

Однією з важливих складових економічної безпеки є фінансова стійкість підприємства. Здатність управління фінансами, забезпечення достатнього рівня ліквідності та оптимальне використання ресурсів сприяють уникненню фінансових ризиків та підтримують економічну ефективність. Крім того, економічна безпека включає в себе управління ризиками, пов'язаними з зовнішнім середовищем, такими як зміни в законодавстві, валютні коливання, політичні нестабільності. Ефективна стратегія зменшення та управління такими ризиками підвищує стійкість підприємства та його здатність до адаптації. Очевидно, що економічна ефективність підприємства, з іншого боку, визначається його здатністю до досягнення максимального результату при мінімальних ресурсах.

Взаємодія між цими концепціями вимагає від керівництва підприємства розробки імplementованої стратегії, що поєднує заходи з підтримки стійкості та вдосконалення внутрішнього управління. Таке поєднання дозволяє підприємству ефективно відповідати на виклики ринкової конкуренції та забезпечувати стабільний економічний розвиток.

Значна увага керівництва повинна бути приділена управлінню ресурсами. Ефективне розподілення фінансових, людських та матеріальних ресурсів дозволяє максимізувати результативність підприємства. Специфіка повоєнного періоду, пов'язана із зміною попиту на товари та послуги, вимагає гнучкості в управлінських рішеннях та пошуку нових шляхів розвитку. Важливим елементом є також взаємодія зі стейкхолдерами. В умовах післявоєнного відновлення співпраця з урядовими органами, інвесторами, споживачами та

іншими зацікавленими сторонами є стратегічною для забезпечення стабільності та розвитку підприємства.

Науковий підхід до управління ефективністю включає в себе використання методів аналізу, моделювання та стратегічного планування. Використання інноваційних технологій та інформаційних систем допомагає вдосконалювати прийняття рішень та підвищувати конкурентоспроможність підприємства.

У повоєнний період не менш важливим аспектом є кадрове забезпечення економічної ефективності підприємства. У контексті відновлення економіки після війни важливо враховувати ряд особливостей, що впливають на управління персоналом. Персонал повинен володіти високим рівнем кваліфікації та готовністю до інновацій. Одним із завдань є перепідготовка персоналу для адаптації до змін в післявоєнному середовищі та нових вимог ринку. Керівництво повинно активно працювати над створенням системи постійного професійного розвитку.

Стабільність та психологічна безпека сприяють підвищенню продуктивності праці. Умови праці повинні бути орієнтовані на підтримання здоров'я та емоційного стану персоналу. Створення ефективної системи соціального захисту та мотивації сприяє підвищенню робочого потенціалу, зниженню текучості кадрів та підвищенню безпеки кадрових інтересів підприємства [2].

Система управління персоналом повинна враховувати специфіку повоєнного періоду, зокрема взаємодію з ветеранами, їх соціальну адаптацію та інтеграцію на ринок праці. Забезпечення рівних можливостей та врахування соціокультурних особливостей різних груп працівників є важливим аспектом кадрового управління. Гнучкість та адаптивність в управлінні персоналом сприяють швидкій реакції на зміни на ринку та забезпечують конкурентоспроможність підприємства. Впровадження ефективних методів оцінки та розвитку працівників сприяє підтримці високої продуктивності праці та досягненню стратегічних цілей підприємства.

Таким чином, кадрове забезпечення у повоєнний період визначається необхідністю створення високопрофесійної, мотивованої та стабільної робочої сили, здатної ефективно впроваджувати стратегічні рішення та сприяти відновленню та розвитку економіки підприємства. При цьому, управління ефективністю фірми в повоєнний період вимагає системного підходу, урахування усіх факторів та впровадження наукових методів управління для досягнення стабільності та успішного розвитку.

Список використаних джерел

1. Adamenko M., Mishchuk I., Zinchenko O. Economic security and innovation activity of personnel – determinants of sustainable development of enterprises. *E3S Web of Conferences*, 2020. 166. 13009. doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016613009>
2. Mishchuk I., Zinchenko O., Zinchenko D., Dariusz P., Pohrebniak A. Differences in the Assessment of Economic Security of Personnel and Security of Enterprise Staff Interests. *WSEAS Transactions on Environment and Development*. 2020. 16. Pp. 454-463.

Перерва О.П.

аспірант

Романчик Т.В., к.е.н., доц.

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

*Національний технічний
університет «ХПІ»*

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ

Питання, пов'язані з міжнародною конкурентоспроможністю, є предметом дослідження в економічних теоріях ще з часів Адама Сміта. Метою доповіді є розгляд різних підходів до визначення поняття міжнародної конкурентоспроможності. Також для найбільш ефективного дослідження звернемося до історії становлення поняття «конкуренція».

Міжнародна конкурентоспроможність – це інтегруюча концепція, яка об'єднує весь спектр ключових питань, пов'язаних зі сталим зростанням національного добробуту та рівня життя населення. Питання міжнародної конкурентоспроможності стають найбільш актуальними в періоди серйозних трансформацій в структурі і коливань динаміки міжнародної конкуренції, коли відбуваються істотні зміни у відносних позиціях країн на світовому ринку і постає завдання обґрунтувати причини відставання або лідерства деяких з них, виявити закономірності розвитку національних економік, а також спрогнозувати можливі зміни.

При вивченні міжнародної конкурентоспроможності враховується динамічна і статична складова розгляду об'єктів конкурентоспроможності на різних рівнях, використовується системний підхід і пошук надійних моделей, що пояснюють причини добробуту країн в довгостроковій перспективі. Цей комплекс проблем певною мірою пояснює відсутність єдиної теорії міжнародної конкурентоспроможності та її методологічну неповноту, на яких наголошує більшість дослідників даної проблеми. Звідси випливає, що теорія міжнародної конкурентоспроможності на даному етапі не має єдиного погляду, що веде до процвітання нації. Однак сучасний рівень розвитку цієї теорії, що характеризується багатофакторним підходом і можливістю кількісного вимірювання, являє собою якісний стрибок в порівнянні з моделями, які виводять добробут країни з одного або декількох окремих факторів.

Процес формування міжнародної конкурентоспроможності національної економіки містить безліч факторів, їх комбінацій і зв'язків. До факторів міжнародної конкурентоспроможності можна віднести будь-який параметр, пов'язаний з економічним і соціальним розвитком країни. Важливість того чи іншого фактору істотно варіюється в залежності від соціально-економічного рівня, на якому знаходиться країна. При переході до більш сучасних форм економічних відносин більше уваги приділяється таким факторам, як рівень

знань, інтелектуальний і людський капітал, інноваційний потенціал і технологічна готовність економіки.

Фактори конкурентоспроможності на різних рівнях залежать один від одного, взаємно підсилюючи або послаблюючи. Наприклад, без стабільної макроекономічної бази компаніям досить складно отримати стійкі конкурентні переваги, а рясні державні інвестиції або розширення внутрішнього ринку не дадуть результатів без відповідних змін на рівні підприємств. Слід також зазначити, що на кожному рівні можна виділити різні типи факторів. Особливе значення мають стратегічні конкурентні переваги, які формують стійку основу конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі.

Пояснення ролі держави внутрішнього попиту говорить про те, що першорядне значення має не розмір, а якість внутрішнього ринку. Внутрішній попит формує основу для конкурентних переваг, якщо він надає компаніям більш раннє або чітке уявлення про виникаючі потреби клієнтів. Вимогливі та вимогливі вітчизняні покупці змушують компанії швидше впроваджувати інновації та ставати більш конкурентоспроможними як на національному, так і на глобальному рівнях.

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що попит є визначальною складовою для розвитку фірми. Йдеться не тільки про внутрішній попит, а й про зовнішній, оскільки здатність компанії вийти на зовнішній ринок може сильно вплинути на ситуацію в компанії. При цьому такі можливості фірми можуть визначатися не тільки економічними умовами, а й національними особливостями.

Важливий компонент національної переваги – наявність у певній країні суміжних та допоміжних галузей, які є конкурентоспроможними на міжнародному рівні – також відображає роль місця розташування. Вітчизняні постачальники світового рівня не тільки забезпечують суміжні галузі найбільш ефективним економічно ефективним обладнанням і технологіями, але й уможливають інновації та модернізацію завдяки тісній співпраці. Близьке географічне розташування дає можливість мати тісні ділові зв'язки, перевагами яких є короткі лінії зв'язку, швидкий і постійний доступ до інформації, а також безперервний обмін ідеями та інноваціями. Національні компанії отримують максимальну вигоду, якщо будують бізнес з постачальниками, конкурентоспроможними на міжнародному рівні. Це дає можливість придбати сучасні матеріали, комплектуючі та технології, які користуються попитом на світовому ринку. На наш погляд, це важлива умова, так як такі галузі забезпечують безперебійну роботу даної галузі, починаючи від поставок обладнання і закінчуючи різними фінансовими структурами і відносинами з клієнтами і постачальниками.

Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що для досягнення успіху в міжнародній діяльності гнучка стратегія на світовому ринку і відповідна специфічна структура просто необхідні. Стимулом для цього може служити конкуренція на внутрішньому ринку. Його відсутність негативно позначиться на ефективності виробництва і можливості серйозно конкурувати з іншими фірмами.

Концепція міжнародної конкурентоспроможності формується розглянутими вище теоріями. Важливе місце відводиться міжнародним торговельним відносинам і місцю країни на світовому ринку. Технологічний прогрес та інновації також відіграють важливу роль в оцінці національної конкурентоспроможності. Конкуренція суб'єктів ринку на різних рівнях і мікроекономічні аспекти стають предметом уваги дослідників міжнародної конкурентоспроможності. Таке різноманіття підходів розкриває складність парадигми міжнародної конкурентоспроможності та визначає складність завдання формування єдиної теорії.

Список використаних джерел

28. Заболотнюва М. А. Концептуальні підходи до розвитку теорії міжнародної конкурентоспроможності // Актуальні проблеми сучасних економічних систем / редкол.: А. Г. Проровський [та ін.], 2021. С. 60-71.
29. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
30. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
31. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva., Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
32. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
33. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.
34. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.
35. Шаульська Л.В. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства / Л.В.Шаульська, П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2023.№ 3 (181). С. 14-23
36. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
37. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.
38. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
39. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
40. Pererva P.G. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities / P.G. Pererva, T.O. Kobieliava, L.V. Shaulska // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. No 1(23). С.43-50.
41. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // *Екон. вісник НТУУ «КПІ»* : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>

Петрищева К.Г.,
аспірант,
 кафедра «Фінанси, банківська справа та підприємництво»,
Науковий керівник:
Єлецьких С.Я., д-р екон. наук,
 професор кафедри
 «Фінанси, банківська справа та підприємництво»,
 Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ-Тернопіль

АНАЛІЗ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ ТА МЕТАЛУРГІЇ

Підприємства машинобудування та металургії відіграють вирішальну роль для всієї промисловості, оскільки є джерелом як сировини, так і обладнання, що необхідне для роботи всіх галузей. У сучасних обставинах більшість підприємств не мають можливості вчасно розрахуватися за поточними зобов'язаннями, що призводить до наявності значних обсягів кредиторської заборгованості.

Дослідженню діяльності підприємств металургійної галузі присвячено роботи вчених: Захаренко Н.С. [1], Лизунової О.М. [2], машинобудівної галузі: Маршук Л.М. [3] та інших. Однак, недостатня увага приділяється дослідженню кредиторської заборгованості, наявності та адмініструванню поточних зобов'язань підприємств.

Відповідно до табл. 1 обсяг поточних зобов'язань та забезпечень підприємств металургійного виробництва майже вдвічі перевищує обсяг поточних зобов'язань та забезпечень підприємств машинобудування. Дослідження їх частки в балансі підприємств обох галузей свідчить про незначне перевищення частки поточних зобов'язань та забезпечень у балансі підприємств металургії над машинобудівною галуззю.

Таблиця 1 - Аналіз поточних зобов'язань та забезпечень підприємств машинобудування та металургії, тис. грн.

(Джерело: складено автором на основі даних джерела [4])

	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Машинобудівне виробництво			
поточні зобов'язання і забезпечення	210 518 228,30	221 167 429,70	223 143 630,00
частка в балансі	68,28%	67,14%	67,52%
баланс	308 331 810,50	329 415 936,50	330 466 168,30
Металургійне виробництво			
поточні зобов'язання	389 474 844,20	456 370 268,60	392 363 165,00

і забезпечення			
частка в балансі	72,67%	69,33%	74,96%
баланс	535 913 216,00	658 250 099,80	523 439 755,30

Для підприємств машинобудівного виробництва спостерігається постійне зростання поточних зобов'язань та забезпечень протягом 2020 – 2022 років, а для підприємств металургії після значного зростання з 389 474 844,20 тис. грн. у 2020 році до 456 370 268,60 тис. грн. відбулося зменшення поточних зобов'язань та забезпечень до 392 363 165,00 тис. грн.

Отже, дослідження поточних зобов'язань та забезпечень підприємств машинобудування та металургії свідчить про те, що їх обсяг є значним та загальна частка у балансі підприємств перевищує 65%, а також негативною є динаміка поточних зобов'язань та забезпечень, що свідчить про необхідність створення механізму ефективного управління грошовими коштами для забезпечення своєчасних взаєморозрахунків.

Список використаних джерел

1. Захаренко Н.С. Методи антикризового управління фінансовими ресурсами металургійних підприємств // Молодий вчений. 2014. № 8(1). С. 109-112. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_8\(1\)_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_8(1)_26) (Дата звернення: 15.11.2018).
2. Лизунова О.М. Механізми ефективного управління аутсорсингом фінансових ресурсів металургійних підприємств // Моделювання регіональної економіки. 2010. № 1. С. 129-137. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Modre_2010_1_18 (Дата звернення: 15.11.2018).
3. Маршук Л.М. Сучасні аспекти оцінювання ресурсно-фінансового потенціалу машинобудівних підприємств // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. 2017. Т. 22, Вип. 6. С. 89-93. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2017_22_6_19 (Дата звернення: 15.11.2018).
4. Необоротні та оборотні активи, власний капітал та зобов'язання підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства за 2013-2022 роки URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення: 09.11.2023).

Пилипенко В. М.

здобувач вищої освіти ступеня

бакалавра

ОПП «Економічна кібернетика»

спеціальності «Економіка»

Науковий керівник: Андрієнко М. М.

к.е.н., доц.

Національний авіаційний

університет

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙ У СТАРТАПАХ

У світі, де технології постійно розвиваються і щодня з'являються нові ідеї, інновації стали ключовим елементом не тільки виживання, але й процвітання стартапів. Нині інновації мають вирішальне значення для успіху стартапу,

оскільки вони дозволяють новому бізнесу виділитися серед конкурентів і закріпитися на ринку. Без інновацій стартапи ризикують стати ще одним гравцем у вже переповненому полі, що ускладнює виділитися та захопити частку ринку.

Поняття «інновація» являє собою нововведення, що використовується в галузі технології виробництва чи управління певної господарської системи. Зокрема, останнє партнерство Neste з Circularise є прикладом взаємовигідної співпраці для стартапів. Проект передбачає впровадження програмного забезпечення на основі блокчейну, яке дозволяє відстежувати відновлювані та перероблені матеріали по всьому ланцюжку створення вартості, забезпечуючи набагато більшу та прозорішу підзвітність різних факторів стійкості. Тому виокремимо ряд переваг застосування інновацій у бізнесі:

- підвищення продуктивності та зниження витрат. Завдяки покращенню виробничих потужностей та/або гнучкості бізнесу, щоб він міг використовувати ефект масштабу;
- збільшення можливостей працевлаштування. Розвиток технологій створює на ринку велику кількість нових робочих місць. У цю технологічно сприятливу еру для ефективної роботи потрібна нова група роботодавців, які можуть підтримувати та розвивати нові технології на підприємствах;
- отримання конкурентної переваги. Інновації можуть допомогти розробити унікальні продукти та послуги, які відрізнятимуть компанію від конкурентів. Понад 80% цифрових підприємств називають інновації однією зі своїх основних сильних сторін;
- сприяння стійкості та сталості, адже компанія буде підготовлена впоратися з економічними кризами та змінами у вподобаннях клієнтів;
- зміцнення позиції на ринку. У свою чергу допомагає виділитися серед конкурентів, завдяки постійному аналізу ринкових тенденцій, прислухання до клієнтів, постачальників і консультантів, а також вивченню того, що роблять конкуренти, щоб виявити можливості та використати їх.

За версією McKinsey & Company основними кроками, які допоможуть використовувати інновації в стартапах, включають наступне:

1. Застосування колізійних сесій. Міжфункціональні групи збираються в рамках структурованого процесу, щоб продумати перетин незадоволених потреб клієнтів, технологічних тенденцій і бізнес-моделей, вносячи креативність і специфіку в процес генерації ідей.

2. Проведення аналогії з іншими галузями. Команда може створити список компаній з унікальними ціннісними пропозиціями. Потім вони систематично застосовують ці ціннісні пропозиції до своїх ідей, щоб побачити, чи може аналогія створити нові джерела цінності або нові можливості.

3. Посилення обмежень. Задля дослідження потенційних нових рішень необхідно застосувати додаткові обмеження, які сприятимуть виходу компанії на вищий рівень.

Таким чином, важливість інновацій у стартапах полягає в їх здатності стимулювати зростання, створювати конкурентні переваги, залучати інвестиції

та руйнувати традиційні галузі. Саме це дає стартапам потенціал змінити світ і справити реальний вплив. Проте стартапи стикаються з багатьма проблемами, які можуть стати на заваді інноваціям, такими як:

- розробка нових ідей є важкою роботою, адже часто компанія може не мати ресурсів або досвіду, щоб вивести на ринок нові продукти чи послуги;
- брак знань і навичок. Без відповідних знань і навичок команда може зрештою зробити помилки, яких можна було б уникнути за належного керівництва. Це уповільнює прогрес і заважає здатності підприємства швидко реагувати на виклики;
- наявність конкуренції на ринку, адже визнані конкуренти часто мають більше фінансових можливостей, доступ до кращих талантів і добре налагоджені ланцюги поставок;
- відсутність достатнього зв'язку з клієнтами. Перш ніж розпочати проєкт, необхідно провести ґрунтовне дослідження — чи справді клієнти хочуть новий продукт або послугу? Тому компанії треба постійно адаптуватися до мінливих вимог клієнтів і майбутніх тенденцій;
- неефективне управління. Керівна команда, яка добре працювала на початкових етапах, може зіткнутися з труднощами під час розширення стартапу, оскільки їх перевіряють чим завгодно: від низьких продажів до ринкових умов;
- перешкоди в генерації ідей і визначенні пріоритетів. Аби вирішити проблему необхідно створити структурований підхід до генерації ідей, наприклад, мозкові штурми, виклики ідей або платформи для пропозицій ідей.

Список використаних джерел

1. *The role of innovation in startups.* URL: <https://aicontentfy.com/en/blog/role-of-innovation-in-startups> (дата звернення: 08.01.2024).
2. *Advantages & Disadvantages of Innovative Technology.* URL: <https://www.aeologic.com/blog/advantages-disadvantages-of-innovative-technology/> (дата звернення: 08.01.2024).
3. *20 Benefits of Innovation in Business.* URL: <https://www.profitableventure.com/benefits-innovation-business/> (дата звернення: 08.01.2024).
4. *What is innovation?* URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-innovation> (дата звернення: 08.01.2024).
5. *9 Biggest Challenges For Startups & How To Overcome Them.* URL: <https://www.withcatena.com/blogs/challenges-for-startups> (дата звернення: 08.01.2024).

Пиріг С. О.

*к.е.н., доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Луцький національний технічний
університет*

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Стратегічна важливість електроенергетичних підприємств незаперечна для будь-якої країни, так як їх надійна діяльність забезпечує електроенергією економіку країни та побутових споживачів держави. Сьогодні підприємства в Україні працюють в надскладних умовах, що негативно впливає на рівень їх фінансової безпеки.

Досліджуючи фінансову безпеку підприємства, можемо говорити про її об'єктивну сторону, яка полягає у наявності фінансових ресурсів та суб'єктивну сторону, яка полягає в його управлінні. Тому надійність та успішне функціонування підприємства залежить від своєчасних та обґрунтованих управлінських рішень, а для цього необхідно забезпечити підприємство системою, яка б ідентифікувала фінансові загрози та допомогла у розробці заходів щодо їх запобіганню або їх мінімізації. Тим більше, що внутрішні загрози ідентифікуються під час фінансової діяльності, а ось зовнішні своєчасно виявити важко, що може вплинути негативно на фінансову безпеку підприємства.

Від ефективного управління залежить «досягнення рівня фінансової безпеки підприємства на такому рівні, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування сьогодні та створити необхідний потенціал для розвитку в майбутньому досягається шляхом: налагодження ефективної фінансової роботи підприємства; підтримці фінансової стійкості підприємства; досягненні високої конкурентоспроможності; забезпеченні ліквідності активів; підтримці належного рівня ділової активності; забезпеченні захисту інформаційних ресурсів та комерційної таємниці; організацію безпеки капіталу та майна підприємства» [1].

Від управління фінансовою безпекою підприємств електроенергетичної галузі залежить енергетична безпека України, де взаємодія з державою є надважливою в даному процесі, оскільки електроенергетика забезпечує економічний розвиток та національну безпеку країни. На державному рівні встановлюються та регулюються тарифи на електроенергію, що вагомо впливають на фінансову безпеку, забезпечується надійність надходження електроенергії до споживачів а також впроваджуються програми з енергозбереження, що впливають на фінансову безпеку підприємств електроенергетичної галузі.

Управління фінансовою безпекою підприємств електроенергетичної галузі полягає у впровадженні інноваційних технологій, у розвитку електроенергетичної інфраструктури та енергоефективності та забезпеченні

інвестицій в нове будівництво електростанцій або модернізацію мереж на передачу та розподіл електроенергії.

Завдяки перетворенням на ринку електричної енергії, які відбулися в Україні, а перш за все прийнятий Закон України (2017 рік) «Про ринок електричної енергії», який дав старт новій державній електроенергетичній реформі, де визначено «правові, економічні та організаційні засади функціонування ринку електричної енергії, регулювання відносин, пов'язаних з виробництвом, передачею, розподілом, купівлею-продажем, постачанням електричної енергії для забезпечення надійного та безпечного постачання електричної енергії споживачам з урахуванням інтересів споживачів, розвитку ринкових відносин, мінімізації витрат на постачання електричної енергії та мінімізації негативного впливу на навколишнє природне середовище» [2] та розділення функцій з розподілу електричної енергії, виробництва, передачі та постачання.

Ще одним позитивним кроком для фінансової безпеки підприємств електроенергетичної галузі стало затвердження методики стимулюючого тарифоутворення Національною комісією з державного регулювання у сфері енергетики та комунальних послуг (2020 рік) для підприємств розподілу, так як попередня система не давала стимулів для інвестицій, що призводило до негативного стану електричних мереж, де норма прибутку була 12,5 %, що є нижчою ставки рефінансування НБУ. За новою методикою регуляторна база активів передбачає на нову базу активів 16,74 % та 3 % на стару. Такі норми прибутку діяли протягом 1-го регуляторного періоду – 3 роки і 5 років – наступний період, що гарантуватиме прибуток підприємствам забезпечуючи фінансову безпеку. У Великобританії за рахунок ефективності стимулюючого тарифоутворення зменшились у два рази витрати у операторів систем розподілу та тарифи на послуги з передачі електроенергії, а у Румунії протягом 8 років зменшився знос активів із 77% до 46%, і зменшився рівень втрат електроенергії у два рази [3].

Ефективне управління фінансовою безпекою захистить фінансові інтереси підприємства, яке буде здатне розвиватися та примножувати фінансові можливості для досягнення мети діяльності, а також здатності економічного розвитку і нарощення фінансового потенціалу в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Болгар Т.М. Роль фінансової безпеки підприємства в системі антикризового управління. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1935> (дата звернення: 22.12.2023).
2. Закон України «Про ринок електричної енергії» від 13.04.2017 № 2019-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19#Text> (дата звернення: 20.12.2023).
3. Національний Регулятор у сфері енергетики запроваджує стимулююче тарифоутворення для ОСР (РАВ-регулювання). URL: <https://iclub.energy/tetiana-mylenka/tpost/087yf462e1-natsionalnii-regulyator-u-sferi-energetiki> (дата звернення: 22.08.2023).

Пісоцька А.Ю.
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавр
спеціальності 073 «Менеджмент»
Науковий керівник: к.е.н., доц.
Турчина С.Г.
Сумський національний аграрний
університет

УПРАВЛІННЯ ПРОСУВАННЯМ ПОСЛУГ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному бізнесі автомобільний транспорт займає провідне місце для розвитку економіки нашої країни. Головним завданням транспортної системи являється абсолютне та своєчасне задоволення потреб народного господарства та населення у транспортуванні вантажів. Існує безліч переваг автомобільно-транспортної системи, завдяки яким обсяги перевезень, здійснених саме таким способом, займають лідируючі позиції серед населення. Основною перевагою транспортної системи вважають економію часу при перевезенні вантажів, що сприяє розвитку виробничих сил суспільства. Існує і ряд ризиків при транспортуванні, але все ж для населення автомобільний транспорт залишається більш привабливим способом перевезення вантажів.

Щоб визначити загальне призначення та роль управління просуванням послуг транспортного підприємства, розглянемо визначення поняття «просування послуг». Отже, просування послуг - це сукупністю різних видів діяльності з доведення інформації про переваги послуг до потенційних споживачів та стимулювання покупців при виявленні ними бажання придбати транспортну послугу. Метою просування є налагодження комунікацій з певними групами людей, а також індивідами, організаціями з використанням прямих засобів, наприклад, реклами та непрямих засобів (наприклад, інтер'єр приміщення) з метою збільшення продажів [1].

У наші дні послуги транспортування та перевезення стають все більш затребуваними – це стосується не лише великих фірм, а і невеликих підприємств, що потребують відповідального партнера, якому можна було б довірити логістику. Як правило, співробітництво в цій галузі має довгостроковий характер тому багато клієнтів, які знаходять транспортну компанію, обслуговуються нею не один рік.

Розглянемо особливості просування транспортних послуг:

1. Висока конкуренція у галузі.
2. Критична важливість наявності на сайті розширеного функціоналу: наприклад, якщо йдеться про компанію, яка спеціалізується на автомобільних перевезеннях вантажів, то на сайті має бути розміщена максимальна кількість інформації про доступні маршрути, вимоги до вантажів, що перевозяться, часу прямування машини в дорозі тощо.

3. Важливість роботи з семантикою: якщо йдеться про «молодий» сайт, який був створений нещодавно і поки не може конкурувати з більш «старими» сайтами, які вже встигли зайняти певну нішу в ТОП пошукової видачі, необхідно сконцентруватися на низькочастотних запитах [2].

Після визначення особливостей просування транспортних послуг, варто зазначити основні етапи просування транспортної компанії:

1. Проводиться аналіз ринку, під час якого вивчаються компанії-конкуренти та конкуренція всередині регіону;

2. Визначаються параметри цільової аудиторії, що користується послугами, пропонованими транспортною компанією [3].

В даний час, в умовах воєнного стану, у сфері вантажоперевезень спостерігається значне зростання конкуренції, яке спричинене зниженням потреби у вантажоперевезеннях а, відтак, і зменшенням заказів. У цій ситуації транспортні компанії мають бути орієнтовані на застосування найефективніших засобів просування своїх послуг. Із найбільш ефективних засобів просування послуг транспортного підприємства можна виділити такі:

1. Реклама в мережі «Інтернет», просування за допомогою власного корпоративного сайту, контекстної реклами. Наразі це найперспективніший напрямок. Аудиторія користувачів мережі зростає з кожною годиною, все більше людей шукають інформацію про товари та послуги.

2. Реклама у спеціалізованих ЗМІ транспортної галузі. Достатньо дорогий вид реклами, доступний далеко не всім компаніям, але в той же час, ефективний для іміджевого просування компанії (тут йдеться про рекламу в журналах з гарною поліграфією та великим тиражем).

3. Поштова реклама.

4. Розміщення інформації у електронних довідниках («Дубль Гис» і т.п)

5. Транспортна реклама як різновид зовнішньої реклами, тобто. розміщення свого логотипу, номер телефону фірми на вантажному транспорті.

6. Різні PR-заходи – організація конференцій з питань транспорту та логістики, спонсорство та участь у семінарах та виставках тощо.

Отже, програма просування – це сукупність інструментів просування, які використовує підприємство. Програма просування послуг підприємства транспортного сервісу відіграє важливу роль для активізації його діяльності. Транспортні підприємства використовують її для того, щоб інформувати перспективних споживачів про свої послуги, а також, щоб переконати покупця віддати перевагу саме їхнім послугам. Розроблена програма цілеспрямовано проводиться в інтересах фірми з інформування споживача про свою діяльність та послуги, іншими словами, йдеться не про просування у фізичному сенсі, а про надання інформації.

Список використаних джерел

1. Лебединська О., Волченко А. Підвищення ефективності транспортно-логістичних процесів на підприємствах АПК. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 6. С. 96–103.

2. Монастирський Г. Л. Social media marketing як інструмент просування підприємств – надавачів транспортних послуг. *Економічний аналіз*. 2018. № 1. С. 258–264.

3. Яновська В. П., Кириченко Г. В. Особливості формування стратегії розвитку національних автотранспортних перевізників. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2020. Вип. 2. С. 92–108.

Подрез О.І., к.е.н.
докторант
Дюжев В.Г., д.е.н., проф.
Перерва П.Г., д.е.н., проф.
Національний технічний
університет «ХПІ»

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

У Європі соціальна відповідальність міжнародного бізнесу є частиною стратегії розвитку держав. Соціальна відповідальність різних секторів національної економіки є рушійною силою сталого розвитку, оскільки безпосередньо пов'язана з виробництвом товарів, конче необхідних для забезпечення гідного рівень життя населення країни, формування внутрішньої безпеки [1, 3]. Тому підвищення соціальної відповідальності суб'єктів різних секторів національної економіки забезпечить підвищення конкурентного потенціалу підприємств та розвиток економіки держави в цілому.

Сьогодні соціальна спрямованість міжнародного економічного розвитку є основним критерієм еволюційних процесів в економіках європейських країн. З середини ХХ століття соціальна відповідальність бізнесу стала предметом дискусій та практичних дій у багатьох цивілізованих країнах світу [4, 8, 12]. Вона є важливою частиною ефективного управління будь-яким підприємством.

Підвищення соціального статусу підприємств, а також поліпшення їх ділової репутації в умовах ринкової економіки є необхідною умовою оптимізації його економічних і адаптивних характеристик по відношенню до національного і глобального економічного середовища. Формування цього напрямку розвитку бізнесу ефективно і можливо тільки при застосуванні зваженої і планової стратегії, яка повинна реалізовуватися уповноваженими особами організації підприємства.

Важливою складовою цього напрямку є реалізація міжнародних соціально-екологічних програм, спрямованих на вирішення проблем зайнятості, соціального страхування та пенсійного забезпечення, надання соціальних гарантій різним верствам населення, захисту навколишнього середовища.

Корпоративна соціальна відповідальність є найбільш поширеною серед розвинених країн Європи. У Європі соціальна відповідальність бізнесу є складовою стратегій розвитку держав. У деяких країнах вона інтегрована в державну політику (Данія, Франція, Фінляндія, Швеція), в інших - прерогатива великих компаній (Греція, Ірландія, Нідерланди, Словенія). Саме тому більшість країн ЄС вже розробили та розробляють національні стратегії соціальної відповідальності [1, 5, 10].

Необхідність розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні та в її міжнародній бізнес-діяльності зумовлена низкою різних факторів:

- низький рівень корпоративної культури і, як наслідок, фінансово-економічна слабкість значної кількості суб'єктів господарювання в Україні, діяльність яких орієнтована на виживання;

- правовий нігілізм і деформація правосвідомості, прагнення обійти закон, а не дотримуватися його;

- низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу в його відносно короткій сучасній історії та практики власної соціальної відповідальності;

- відсутність розуміння бізнесом та суспільством основних завдань та механізмів реалізації соціально відповідального бізнесу в умовах термінологічної (нормативної) невизначеності;

- більшість українських суб'єктів господарювання є закритими для широкого загалу, детальна інформація про їх діяльність є секретною інформацією для внутрішнього користування; б) незбалансованість у реалізації політики соціальної відповідальності українськими компаніями тощо [1].

На даний момент в Україні спостерігаються тенденції до ведення соціально відповідального міжнародного бізнесу та реалізації особливо благодійної діяльності. Більшість українських бізнес-компаній не розуміють, що таке соціальна відповідальність, а тому не спрямовують свою діяльність у цьому напрямку. Тому особливо важливо розуміти поняття соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, що сприяє сталому розвитку, здоров'ю та добробуту суспільства [9, 13].

Звичайно, більшість підприємств потребують регулювання з боку держави щодо впровадження принципів соціальної відповідальності у свою роботу. Оскільки соціальна відповідальність є повністю добровільною і має реалізовуватися на підприємствах, доцільно запровадити систему стимулювання вітчизняних підприємців, яка б мотивувала їх дотримуватися принципів соціально відповідальної діяльності.

З метою виявлення основних аспектів діяльності підприємств, які бажано підпорядковувати принципам соціальної відповідальності, розробкою вітчизняних стандартів можна запозичити вже існуючі, перевірені досвідом світових організацій і компаній. Ми пропонуємо включити такі напрямки діяльності: просвітницька діяльність, фінансова підтримка спортивних та культурно-масових заходів, заходів для дітей та молоді, благодійність, підвищення якості продукції, що випускається, підтримання здоров'я працівників та покращення умов праці, навчання та навчання працівників [3].

З метою популяризації соціальної відповідальності бізнесу в Україні необхідно прийняти та конструктивно доопрацювати існуюче нормативно-правове забезпечення соціальної відповідальності бізнесу. На формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні впливає низка факторів: структура економіки (переважання важкої промисловості); іноземні інвестиції (міжнародна практика); неефективна система соціального захисту (утримання

дитячих садків, будинків відпочинку); підтримка охорони здоров'я та освіти); важке регуляторне навантаження (приховування реальних доходів, «тінізація») працевлаштування); відсутність інституційної підтримки (відсутність державного органу, який міг би впроваджувати інструменти, стандарти та методології реалізації політики соціальної відповідальності, та розвинутої мережі неурядових організацій, які могли б підтримувати діяльність із соціальної відповідальності); трудове законодавство (численні порушення існуючих норм і вимог закону, що характеризуються високим рівнем безробіття, низькою зайнятістю жінок на ринку праці) [7].

Таким чином, державне стимулювання поширення принципів соціальної відповідальності бізнесу позитивно вплине на підвищення рівня добробуту суспільства. Наслідки для країн, які ігнорують і не використовують принципи соціальної відповідальності, можуть бути негативними. Це може призвести до збільшення податкового навантаження та зниження рівня конкурентоспроможності держави.

Список використаних джерел

1. Соціальна відповідальність бізнесу як фактор підвищення конкурентного потенціалу держави /Р.И Биловол [и др.] // Формування умов ефективної функції АПК: збірник науч. статей X Междунар. науч.-практ. конф., 24-25 травня 2018 р. С. 399-403.
2. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХП". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
3. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
4. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.
5. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.
6. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
7. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
8. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХП», 2019. 1002 с.
9. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva,. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
10. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // Екон. вісник НТУУ «КП» : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КП", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
11. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
12. Витвицька О.Д., Кобелева Т.О., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // Вісник НТУ "ХП" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХП", 2022. № 1. С. 52-57.
13. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // Економіка: реалії часу. 2018. № 1 (35). С. 98-106.

Рагуліна І.І.

*к.е.н., доц., викладач вищої категорії
ВСП «Вовчанський фаховий коледж
ДБТУ»*

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ТА ЙОГО МІСЦЕ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах глобальної конкуренції, на діяльність будь-якого підприємства можуть впливати процеси, що відбуваються в різних регіонах та галузях економіки. До них відносяться технічний та технологічний прогрес, доступність та ціна сировини й матеріалів, ринкова кон'юнктура. Певний вплив мають і внутрішні процеси, що відбуваються на підприємстві. Успішне управління сучасним підприємством вимагає швидкого прийняття управлінських рішень, прийнятих на основі достовірної інформації. Більшість інформації, яка потрібна на прийняття управлінських рішень генерує управлінський облік. Останніми роками різко зросла роль управлінського обліку для підприємства. Управлінський облік є постачальником інформації, необхідної для прийняття стратегічних та оперативних рішень на всіх рівнях управління.

Керівники різних рівнів щодня приймають багато різних рішень, що стосуються як поточної діяльності підприємства, і стратегії його розвитку. Кожне рішення ухвалюють на основі відповідної інформації. Основну частину інформації накопичують, переробляють та аналізують працівники бухгалтерської служби. Бухгалтерський облік генерує інформацію, що використовується не тільки на внутрішні потреби, але і для зовнішніх споживачів [1].

Усередині підприємства облікову інформацію використовують у різних цілях: при формуванні стратегії, плануванні, організації виробничого процесу, контролю. Зовнішніх споживачів цікавить фінансовий стан підприємства, його платоспроможність, продукція, що виробляється, ціни тощо. Це має велике значення для тих, хто цікавиться можливостями довгострокової співпраці. Насамперед це банки, під час вирішення питань про надання кредитів; податкові органи з метою здійснення контролю за правильністю оплати належних податків; органи статистики та інші інституції державного управління; партнерів, які планують спільні заходи; постачальників матеріалів та покупців продукції.

Традиційний бухгалтерський облік накопичує та узагальнює дані про активи та пасиви підприємства, рух грошових коштів, сировини та матеріалів, готової продукції, незавершеного виробництва, розрахунків з постачальниками, покупцями та банками, результати діяльності. Фінальним документом бухгалтерського обліку є фінансова звітність. Дані фінансової звітності переважно спрямовані задоволення потреб зовнішніх споживачів. Дані бухгалтерського обліку використовують для внутрішніх цілей. Однак ці дані далеко не повністю можуть задовольнити потреби керівників різних рівнів,

оскільки вони відображають лише загальні результати. Загальні відомості не завжди є достатніми для прийняття конкретних рішень. Крім того, управлінські рішення стосуються поточної чи майбутньої діяльності підприємства.

Принаймні зростання потреби менеджерів у різноманітній інформації, виник новий вид обліку – управлінський облік. З того часу бухгалтерський облік розділювався на дві частини: фінансовий облік і управлінський облік. Фінансовий облік перейняв усі функції колишнього бухгалтерського обліку. Він спрямований на задоволення інформаційних потреб зовнішніх споживачів при оцінці кондиції підприємства в цілому та внутрішніх цілей – для оцінки досягнутих результатів. Дані управлінського обліку використовують при вирішенні поточних та стратегічних питань.

Управлінський облік – це процес виявлення, вимірювання, накопичення, аналізу, підготовки, інтерпретації та передачі інформації, що використовується управлінською ланкою для планування, оцінки і контролю всередині організації та для забезпечення відповідного підзвітного використання ресурсів [2].

Діяльністю підприємства керують менеджери різних рівнів. Вони приймають рішення з усіх питань поточної та перспективної діяльності підприємства. Їхні рішення на цілі на досягнення певних цілей. Наслідками необґрунтованих рішень можуть бути збитки або припинення діяльності підприємства. Управлінський облік створює основу для прийняття довгострокових та короткострокових рішень. Він генерує інформацію, необхідну для планування та контролю над ефективним використанням ресурсів підприємства.

На етапі планування розробляють стратегічні та оперативні плани діяльності підприємства.

Під час розробки стратегічних планів використовують методи управлінського обліку в оцінці окупності намічених заходів. Це особливо актуально у випадках, коли підприємство розширює свою діяльність та планує входження на нові ринки, виробництва нових виробів чи надання послуг; при виборі між закупівлею та виробництвом комплектуючих виробів, при виборі способу виробництва.

Абсолютна більшість стратегічних рішень ухвалюють на основі даних управлінського обліку. Одним із важливих напрямів інформаційної діяльності управлінського обліку є оцінка інвестиційних проектів.

При плануванні виробництва нових великих виробів стикаються з проблемою їхньої комплектації. Підприємство стоїть перед вибором: виробляти всі необхідні вироби або деякі з них можна придбати. При вирішенні цього питання вирішальне значення має порівняння витрат на виробництво та ціни, за якою можна купити необхідний виріб. Якщо вартість придбання та витрати виробництва різняться незначно, то вирішальне значення можуть відігравати кількість необхідних комплектуючих виробів і постійні витрати, частина яких може бути покрита за рахунок інших виробів. Виробництво продукції у великих кількостях може бути економічно обґрунтовано.

З такою ж проблемою стикається підприємство під час вибору технології виробництва. Різні технології виробництва пов'язані з неоднаковою структурою

постійних та змінних витрат. Причому собівартість виробленої продукції значною мірою залежить від обсягу виробництва. Тому відповіді на це питання можна лише після відповідних розрахунків та аналізу.

Управлінський облік сприяє прийняттю обґрунтованих планів на більш короткі періоди та допомагає оцінити результати окремих видів діяльності. Він накопичує та аналізує витрати на виробництво кожного виду продукції.

Кожне підприємство діє умовах різних обмежень. Також обмеженнями можуть бути недолік виробничих потужностей, сировини та матеріалів, робочої сили. За наявності будь-якого обмеження необхідно вирішувати проблему оптимізації використання наявних ресурсів з урахуванням обмежуючого фактору. Повинно переважати виробництво продукції, що приносить максимальний прибуток при мінімальному використанні органічного компонента. Завданням управлінського обліку є визначення оптимального асортименту продукції, з урахуванням впливу фактору, що обмежує.

Для успішного вирішення стратегічних та поточних завдань потрібна наявність відповідних матеріальних, трудових та фінансових ресурсів. Більш того, цими ресурсами необхідно розташовувати у потрібний час та у потрібній кількості. Ці проблеми можна вирішити за допомогою бюджетування. Бюджети сприяють ефективному управлінню виробництвом за наявності, як правило, обмежених ресурсів, які мають підприємства.

На підставі вищевикладеного, управлінський облік можна визначити як внутрішньоорганізаційну інтегровану інформаційну систему, основною метою якої є інформаційно-аналітичне забезпечення менеджерів суб'єктів господарювання інформацією про результати діяльності підприємства, про її витрати, і її окремих структурних підрозділів, призначену до ухвалення ними делегованих управлінських рішень. Управлінський облік займає основне місце в інформаційній системі підприємства.

Управлінський облік є своєрідним продовженням фінансового обліку і застосовується насамперед для відображення внутрішніх операцій підприємства. Він призначається на вирішення внутрішніх завдань управління діяльністю господарюючого суб'єкта. У рамках управлінського обліку здійснюються планування, контроль та оцінка результатів діяльності та є складовою системи управління підприємств різних форм власності. Таким чином, впровадження управлінського обліку сприятиме більш ефективному управлінню та підвищенню фінансового результату підприємства.

Список використаних джерел

1. Рагуліна І.І., Герасимчук М.С. Управлінський облік – сучасний аспект. *The V International Science Conference «Theory, practice and science», October 18 – 20, 2021. Tokyo, Japan.* Р. 123–125.
2. Голов С.Ф. Управлінський облік: підручник. ЦУЛ. 2019. 400 с.

Рибалка М. Г.

здобувач вищої освіти ступеня

магістра

ОПП «Облік і оподаткування»

спеціальності «Облік і

оподаткування»

Науковий керівник: к.е.н.,

доц. Полятикiна Л.І.

Сумський національний аграрний

університет

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ПРИ УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ

Протягом останніх років в Україні спостерігається тенденція щодо інтеграції у світову економічну систему. Важливою умовою досягнення поставленої мети є створення системи бухгалтерського обліку на рівні міжнародних стандартів. Реформа бухгалтерського обліку вплинула на облік готової продукції не лише в частині зміни нумерації та найменування рахунків, які беруть участь у відображенні господарських операцій. Найбільш важливі зміни методології бухгалтерського обліку готової продукції з новим підходом до кваліфікації витрат підприємств і організацій. Так, напрямки та вибрана установою облікова політика безпосередньо впливають на порядок обліку готової продукції. При цьому слід відзначити, що установи і організації самостійно обирають порядок ведення обліку готової продукції в межах нормативного законодавства з цього питання [1].

Готова продукція і товари можуть надходити на підприємство в результаті роботи підрозділів основного і допоміжного виробництв, які виробляють готову продукцію, взаємодії із підприємствами — постачальниками при закупівлі товарів з метою їх подальшого перепродажу, оприбуткування залишків готової продукції і товарів за наслідками проведених інвентаризацій тощо. Готова продукція і товари можуть зменшуватися за своїми обсягами, внаслідок переведення їх із однієї облікової групи до іншої та списання їх на витрати виробництва у якості виробничих запасів, в результаті реалізації як юридичним так і фізичним особам, за результатами проведених інвентаризацій і виявлених недостач. Готова продукція оформляється здавальною накладною і передається на склад. На невеликих підприємствах готова продукція прямо з виробництва, проминувши склад, відвантажується покупцям [54].

Обліку готової продукції має певні особливості. В обліку готову продукцію групують за декількома ознаками. За ступенем готовності продукцію поділяють на готову, напівфабрикати (напівпродукти) та неготову.

Готова – продукція, яка завершена в обробці, призначена для реалізації та повністю відповідає стандартам, а у разі їх відсутності – технічним, договірним або іншим умовам. Напівфабрикати – продукція, що незавершена в обробці, але готова для реалізації.

Підприємства виробляють продукцію у відповідності із заключними договорами, розробленими плановими завданнями з асортименту, кількості і якості. Керівник підприємства, в першу чергу, повинен приділити увагу питанням збільшення обсягу виготовленої продукції.

Якість готової продукції – це сукупність її властивостей, що характеризують міру спроможності даної продукції задовольняти потреби споживачів згідно її цільовим призначенням.

На промислових та інших виробничих підприємствах рахунок 28 «Товари» застосовується для обліку будь-яких виробів, матеріалів, продуктів, які спеціально придбані для продажу, або тоді, коли вартість матеріальних цінностей, що придбані для комплектування на промислових підприємствах, не включається до собівартості готової продукції, що виробляється на цьому підприємстві, а підлягає відшкодуванню покупцями окремо [2].

За підсумками первинного і бухгалтерського обліку та відповідно до Податкового Кодексу України [4] на підприємстві заповнюються форми статистичної та податкової звітності.

Ведення автоматизованого обліку виробництва продукції дасть можливість глибше вивчити залежність обсягів виробництва та витрат на виробництво від факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Проведений аналіз уможливить точніше визначити фактичну собівартість виробленої продукції та прийняти адекватні управлінські рішення.

Автоматизована обробка інформації позитивно впливає на кінцеві результати господарювання й терміни подання форм звітності для її досконального вивчення внутрішніми та зовнішніми користувачами. Це, в свою чергу, відіграє не останню роль у залученні інвестицій, наданні кредитів та інших шляхів поліпшення фінансово-економічного становища підприємства [3].

Збільшення і ускладнення господарських зв'язків в умовах ринку, а звідси - зростання оперативної інформації, необхідної для управління, вимагають подальшого удосконалення організації бухгалтерського обліку, а також підвищення рівня економічних знань та ділової кваліфікації всіх облікових працівників. Раціонально організувати облік можуть тільки спеціалісти, які володіють глибокими знаннями як з методології і техніки бухгалтерського обліку, так і з економіки, права, аналізу й аудиту.

При впровадженні розроблених заходів з вдосконалення обліку готової продукції підвищиться достовірність даних, що позитивно вплине на фінансово-господарську діяльність підприємства в цілому.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16 січня 2003р. №236-IV/ Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 02.01.2024).
2. Дієсперова І.В. Економічний розвиток підприємств: сутність та планування. *Вплив обліку та фінансів на розвиток економічних процесів* (III між нар. науково-практична конференція). м.Берегове.15.06.2022. С. 429-431.
3. Івахненко С.В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту: навч. посіб. К.:Знання Прес, 2003. 349 с.

*Роєва О.С.
доктор філософії з обліку і
оподаткування
старший викладач кафедри обліку,
оподаткування, публічного
управління та адміністрування
Криворізький національний
університет*

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПОДАТКУ НА ВИВЕДЕНИЙ КАПІТАЛ

Одним з важливих факторів забезпечення сталого економічного розвитку є виважена податкова політика держави. Актуальність проблеми реформування податкової політики України зумовлена глибокими соціально-економічними перетвореннями сьогодення. Серед основних причин, що спонукають до докорінної реформи податкової системи слід виокремити саме погіршення інвестиційного клімату, зростання адміністративного навантаження та податкового тиску на суб'єктів господарської діяльності. Реформування податкової системи дозволить Україні адаптуватися до глобальних тенденцій та вимог, зокрема, у сфері податкового регулювання, що є важливим для збереження її конкурентоспроможності в світовому ринковому середовищі. Зменшення податкового тягара для бізнесу може привести до збільшення іноземних інвестицій та розвитку експортної сфери. Таким чином, реформування податкової системи має забезпечити стимулювання інноваційної та інвестиційної діяльності, зменшення податкового тиску, посилення захисту платників податків та максимальне спрощення процедури оподаткування.

Наразі, урядом України схвалено Законопроект, що передбачає реформування системи оподаткування щодо покращення інвестиційного клімату в Україні шляхом впровадження податку на виведений капітал. Відповідно до мети «Проекту Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо запровадження податку на виведений капітал та імплементації стандартів протидії розмиванню податкової бази та виведення прибутку за кордон» [1] - запровадження податку на виведений капітал замість податку на прибуток стане стимулом для бізнесу реінвестувати кошти у виробництво та розвиток. Що також спростить правила оподаткування та процедуру адміністрування і покращить інвестиційний клімат в країні.

З економічної точки зору, податок на виведений капітал є податком на розподілений прибуток у вигляді дивідендів та прирівняних до них платежів, а не фінансових прибутків, як у випадку податку на прибуток. Вживання поняття «податок на виведений капітал» замість поняття «податок на дивіденди»

означає, що з метою запобігання ухилянню від сплати податків будь-який рух капіталу від платників такого податку неплатникам буде обкладатися податком на виведений капітал [3].

Введення податку на виведений капітал сприятиме збільшенню надходжень до бюджету країни, допомагаючи фінансувати різноманітні соціальні та інфраструктурні проекти. Це особливо важливо в умовах підвищених витрат на соціальний захист та розвиток. Податок на виведений капітал може стимулювати інвестиції в реальний сектор економіки. Заохочення утримання капіталу в країні може сприяти розвитку підприємництва, створенню нових робочих місць та підвищенню конкурентоспроможності.

Реформування податкової системи, включаючи введення податку на виведений капітал, сприятиме підвищенню прозорості та запобігання податковим ухиленням, що дозволить забезпечити більш справедливий розподіл податкового тягаря та уникнення надмірної оподаткування. Також зменшення податкового тягаря для бізнесу сприятиме зростанню іноземних інвестицій та розвитку експортної сфери.

Податок на виведений капітал матиме дві основні ставки: 15% — для розподілу прямих прибутків, 20% — для розподілу прихованих прибутків — «умовних дивідендів». Це стимулюватиме платників використовувати для розподілу прибутку «нормальні» дивіденди. Хоча ці ставки начебто наближаються до поточної ставки податку на прибуток у розмірі 18%, податок на виведений капітал передбачатиме зменшення податкових ставок на розподілений прибуток. Оскільки з дивідендів не будуть стягуватися податок на доходи фізичних осіб та військовий збір, ставка знизиться до 11% для прибутків, розподілених між фізичними особами через дивіденди, але за умовними дивідендами ставка зросте на 2% [1].

Серед можливих негативних наслідків реформування системи оподаткування шляхом впровадження податку на виведений капітал, слід виокремити наступні:

1. Втрата конкурентоспроможності: Підприємства можуть відчувати тиск з боку конкурентів у тих країнах, де не існує або де податковий тягар на виведений капітал нижчий. Це може призвести до зменшення інвестиційної привабливості та втрати конкурентоспроможності для компаній у відповідному регіоні.

2. Відтік капіталу: Підприємства можуть намагатися уникнути нового податку шляхом виведення капіталу за кордон або перерозподілу його між філіями у межах глобальної корпоративної структури. Це може призвести до великого відтоку капіталу та зменшення фінансового стимулу для розвитку внутрішнього бізнесу.

3. Вплив на інвестиційний клімат: Введення нового податку може викликати невизначеність серед інвесторів та підприємств, що може вплинути на інвестиційний клімат. Інвестори можуть стати обережнішими та утримувати свої інвестиції до виявлення точних наслідків нового податку.

4. Збільшення адміністративних труднощів: Впровадження нового податку може збільшити адміністративне навантаження для підприємств та

податкових органів. Система обліку та звітності може вимагати додаткових ресурсів та зусиль для відповідності новим вимогам.

5. Ризик податкових ухилень: Підвищення податкового тиску може спонукати до зростання податкових ухилень та намагань уникнути оподаткування. Це може призвести до виникнення складнощів у зборі податків та недостатньої ефективності нової системи [2].

Аналіз імовірних наслідків введення дозволяє зробити неоднозначні висновки щодо плюсів і мінусів реформи.

Дослідження на рівні підприємств свідчать, що основні обмеження для бізнесу та інвестицій не пов'язані з податковою системою, а швидше стосуються інституційних проблем, таких як корупція, недовіра до судової системи та труднощі в адмініструванні податків. Деякі з цих проблем пов'язані з тим, що контроль за сплатою податку на прибуток є складним завданням. Однак досвід інших країн демонструє, що ці проблеми можна вирішити через інституційну, а не податкову реформу.

Список використаних джерел

1. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо запровадження податку на виведений капітал та імплементації стандартів протидії розмиванню податкової бази та виведення прибутку за кордон. – Режим доступу: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=66488 (дата звернення 10.01.2024).

2. Реформування податкової системи України. – Режим доступу: <https://minjust.gov.ua/> (дата звернення 10.01.2024).

3. Урядовий портал – Режим доступу: [h https://www.kmu.gov.ua/](https://www.kmu.gov.ua/) (дата звернення 11.01.2024).

Самітов Р.О.

здобувач вищої освіти освітньо-наукового ступеня PhD спеціальності “Економіка”

Науковий керівник: д.е.н., проф.

Васюткіна Н.В.

Національний авіаційний університет

МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ

Для суб'єктів господарювання розвиток у сучасних умовах передбачає певні зміни, що ведуть до покращання та підвищення ефективності всіх виробничо-господарських процесів. Заплановані якісні зміни, здійснювані на основі кількісних змін, передбачені та є головною вимогою при виборі моделі інноваційного розвитку підприємства. Модель інноваційного розвитку передбачає значні перетворення у всіх складових життєдіяльності

підприємства: економіка, фінанси, праця, соціум, маркетинг, управління, інформація, техніка, технології, потенціал тощо.

Виробничо-господарська діяльність сучасних підприємств здійснюється в умовах невизначеності та значного рівня ризикованості. Мобільність та швидке пристосування до змін агресивного зовнішнього середовища вимагає від суб'єктів підприємницької діяльності у таких умовах господарювання зберегти своє панівне становище на певному галузевому ринку та втримати поточні показники ефективності. Фундаментом забезпечення економічного розвитку підприємства є реалізація моделі інноваційного розвитку, що передбачає якісні та кількісні зміни на всіх етапах функціонування. Ефективність господарювання підприємств залежить від вчасного адаптування до основних вимог, що пред'являються при переході до інноваційного шляху, згідно із обраною моделлю розвитку компанії.

Модель інноваційного розвитку залежить від двох складових: «інновації» та «розвиток», які становлять єдине ціле при виборі даного напрямку функціонування підприємства та збереження його позицій на даному галузевому ринку. Інновації пов'язані із процесами створення та комерціалізації нововведень різного характеру: технічні, технологічні, управлінські, економічні, фінансові, маркетингові, соціальні, призначення яких полягає у розвитку даного суб'єкта господарювання. Під поняттям «розвиток» розуміємо зміни якісного характеру, в основі яких – кількісні зміни ресурсного забезпечення, які зумовлені економічними законами та закономірностями розвитку економічних систем. Кількісні зміни ресурсних характеристик передбачають структурні зрушення техніко-технологічної бази, ефективне використання трудового потенціалу, фінансових ресурсів, залучення сучасних інформаційних технологій тощо.

При виборі типу розвитку «інноваційного підприємства» забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності пов'язане із якісними та кількісними змінами у всіх складових виробничо-господарської діяльності. Модель інноваційного розвитку передбачає здійснення інноваційної діяльності на підприємстві: розробка та освоєння нових видів продукції з метою виходу (розширення) на нові ринки збуту та комплексна система управління всіма процесами.

Модель інноваційного розвитку підприємства передбачає перехід до функціонування підприємства за типом «інноваційне підприємство», у складі якого об'єкт управління – це інтелектуальні ресурси, функціями яких є реалізація інноваційних процесів та суб'єкт управління – це інноваційний портфель, до складу якого входять засоби та способи досягнення прийнятих інноваційних рішень.

Враховуючи, що ринкові відносини формуються та розвиваються поза межами країни, то вони охоплюють світовий ринок який визначається міжнародний та глобальний. Глобальні галузеві ринки базуються на принципах конкурентоспроможності національних економік та є базою для прийняття стратегічних напрямів розвитку соціально-економічної політики держави. Ефективність результатів міжнародної економічної політики залежить від

розвитку національних господарств, зокрема основних компаній та галузевих ринків відповідних країн.

Основними причинами глобалізації ринків є: вплив розвитку НТП на всі внутрішні та зовнішні процеси, що відбуваються у межах кожної країни; розвиток інформаційних технологій, в т.ч. інтернет-продажі уніфікованих видів продукції; умовне стирання кордонів між країнами; рекламне супроводження товарів та послуг, спеціалізація та кооперація між країнами, отримання ефекту масштабу, скорочення трансакційних витрат, діяльність ТНК у різних регіонах світу тощо.

Тому на певному глобальному галузевому ринку мають бути суб'єкти господарювання, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність на основі інноваційних принципів, результати якої в свою чергу впливатимуть на прийняття відповідних рішень компаніями інших країн.

Список використаних джерел

1. Андрієнко М. М., Лістровой Р. С. Економічні аспекти розвитку інноваційних підприємств // Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення. С. 22-23 URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/53352>

2. Ареф'єва О. В., Сафонік Н. П., Кривенко Є. А. Фактори інноваційного розвитку системи матеріально-технічного забезпечення підприємства в умовах неотехнологічного відновлення. *Modern Economics*. 2021. № 30(2021). С. 13-20. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V30\(2021\)-02](https://doi.org/10.31521/modecon.V30(2021)-02).

3. Васюткіна Н. В. Теоретичні аспекти розуміння категорії «розвиток підприємства» / *Проблеми економіки* № 2 (2014), С. 236-242. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-2_0-pages-236_242.pdf

4. Волобуєв Г. С. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств // *Економічний вісник Донбасу* № 3(45), 2016. URL: [http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/113981/30-Volobuyev.pdf?sequence=1\(in](http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/113981/30-Volobuyev.pdf?sequence=1(in)

5. Ігнатюк А. Глобальні галузеві ринки: підходи до визначення та характерні ознаки / *Вісник національного університету імені Тараса Шевченка*, № 117 (2010) URL: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2016/01/117_6.pdf

Семенова Л.Ю.

к.е.н., доцент, доцент кафедри
маркетингу
Університет митної справи та
фінансів

HR MARKETING - AS AN EFFECTIVE TYPE OF MANAGEMENT ACTIVITY

In modern conditions, the efficient operation of a modern enterprise is the main marketing strategy. Personnel marketing in the context of an economic crisis, a pandemic and other factors is not only one of the main factors, but also more relevant than ever.

Employee marketing, which sometimes is called internal marketing, emphasizes the idea of identifying your different workforce segments: office workers, frontline

workers, remote workers, contractors, partners. Then, communicators can plot strategies on the most effective ways to get relevant information directly to those different groups, so that they're always "in the know." When that happens, they're more likely to promote the company's vision externally with their social media networks.[2]

Technological and technical progress causes that the effectiveness of a company relies mainly on the effectiveness and creativity of its employees. Every clever idea created by a single employee, applied in an organization, makes it more innovative and in the long run, more competitive.

Proper abilities, attitudes, knowledge, behavior and skills of the employees in conjunction with their motivation to take on their duties and responsibilities are the key factors for a company's effectiveness.[3]

Successful personnel marketing aims to make the company appealing to highly qualified and motivated employees in the long run and to strengthen retention to existing employees.

Personnel marketing applies common marketing strategies to human resources. The company presents itself to possible applicants and potential future employees and aims to gain an advantage on the competition.[1]

The definition of employee marketing is how communication teams increase workforce engagement by aligning everyone in the organization around company goals, improving workplace culture, and fostering brand advocacy through relevant messages that successfully drive intended actions.[2]

There are two applications: external and internal personnel marketing.

External personnel marketing focuses on the presentation and perception of the company. Every contact between potential applicants and the company should be positive, with the aim of increasing and consolidating awareness and traction.

In order to achieve that, the company presents itself at trade fairs and events.

Internal personnel marketing, on the other hand, is aimed at employees that are already working at the company. Starting with the process of Onboarding after joining the company, which should make workers feel integrated into the company from the beginning, the job should consistently be perceived as positive and desirable, while negative associations should absolutely be avoided.[1]

Human resources are the most important resources for every company. They invent and use technology, manage and multiply the company's assets and are responsible for the value of the company's reputation and trademark. The company's existence and profits depend on employees' behavior, their way of thinking and way of acting. [3] Without a qualified and motivated team the organization will act in an inappropriate way or will face difficulties reaching their strategic goals.[3]

Do you treat your employees as internal "customers"? That's critical now that the pandemic and national outcry against social injustice have disrupted our world. These events also have elevated the role of internal communicators. Like never before, executive teams rely on communicators to be their trusted confidants in helping craft and share essential messages that keep employees safe, productive, and focused on a shared mission. There is a newfound respect for the communicator.[2]

Usage of a personnel marketing makes employees satisfied with their jobs and their employer and also their workplace and work conditions comfortable and meeting their expectations. It should result in higher satisfaction of customers, building and keeping strong business relationships with them and improving the companies.

In fact, personnel marketing means that high standard of the internal client (employee) and external customer service should be promoted. Company which uses personnel marketing is open to the needs and expectations of the employees, because fulfilling those needs, creates the ability to transfer this satisfaction to customers and as the final effect, the positive external image of company.[3]

8 stats why employee marketing works [2]:

1.Productivity improves by 20 to 25 percent in organizations with connected employees.

2.84 percent of survey respondents rated improving the employee experience as important, and 28 percent identified it as one of the three most urgent issues facing their organizations.

3.More than half of employees (51 percent) are searching for a new job or watching for openings.

4.Inefficient workplace communication resulted in increased stress levels (52 percent of respondents), delays or failures to complete projects (44 percent), low company morale (31 percent), missed performance goals (25 percent), and lost sales (18 percent), according to a survey of U.S. executives.

5.86 percent of corporate executives, employees, and educators say that ineffective communication is a key reason for workplace failures.

6.The vast majority of the world's workers – 80 percent– don't sit at desks, which makes them harder to reach and engage.

7.71 percent of CFOs based in the U.S. say they are struggling to adjust to remote work during the pandemic, and 65 percent say maintaining employee morale has been a challenge. Source: Society for Human Resource Management (SHRM)

8.67 percent of survey respondents say they need more and better communication from their employer.[2]

The essence of personnel marketing is shaping and consolidating the company's image as an attractive employer. Actions taken by the Board and managerial staff come from the nature (identity) of the company, which means that identity is the backbone of the company's image as an employer in the market. In order to communicate their identity to employees and job candidates, the company has to make the so-called self-presentation of its policies, actions, and plans. These presentations can be interpreted in different ways, thus creating a more or less favorable image of the company. A good example of such self-presentation is the McDonald's advertising campaign in 2009, which was an attempt to build the picture of McDonald's as an employer offering a development system for new employees within the organization through vertical promotion in the company's organizational structure.[3]

Organizations thrive when employees have easy access to the tools, information, and resources to accomplish their jobs. The rising tide floats all boats. Employee

marketing is about getting information in front of everyone so that the entire workforce understands the company's objectives. They see the big picture and are more connected to the organization's priorities.[2]

Team events, social benefits and opportunities for continued education are also part of internal personnel marketing. The company invests in the retention and loyalty of its employees in order to keep staff turnover sustainably low. Internal marketing can also help ensure that junior employees stay with the company after their training and that employees remain with the company for a long period of time. [1]

This concept is linked with an adaptation of techniques used usually in external surrounding of a company, but in personal marketing it is used in internal environment. According to Natalia Szozda internal marketing is based on attracting, training and motivating staff in contact with customers to create a team capable of meeting the needs of buyers. Usage of a personnel marketing makes employees satisfied with their jobs and their employer and also their workplace and work conditions comfortable and meeting their expectations. [3]

Employees are the connective tissue between you and your customers. The employee experience influences the customer experience. When employees have what they need to succeed, they're more likely to be confident, motivated, and happy. Customers notice, too. In the wake of the pandemic, 80 percent of consumers said they would prefer to buy from companies that treated their employees well through the outbreak, according to KRC Research. [2]

Personnel marketing is aimed at creating and developing intellectual capital with maximum consideration of the enterprise's personnel.

Список використаних джерел:

1. BrainTalents GmbH. Personnel Marketing. Режим доступу - Електронний ресурс: <https://brain-talents.com/en/glossar/personnel-marketing/>
2. Employee marketing: Definition and the impact on your workforce. November 14, 2021 Режим доступу - Електронний ресурс: <https://firstup.io/blog/employee-marketing/>
3. Gladka, Olena; Fedorova, Viktoriya (2019) : Defining personnel marketing strategies, Verslas: Teorija ir praktika / Business: Theory and Practice, ISSN 1822-4202, Vilnius Gediminas Technical University, Vilnius, Vol. 20, pp. 146-157.Режим доступу - Електронний ресурс: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/247967/1/1668026961.pdf>

Семенченко Н.В.

д.е.н., професор кафедри економічної кібернетики

КПІ ім. Ігоря Сікорського

ПРОАКТИВНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВА ХАРАКТЕРИСТИКА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ ЕПОХИ НЕОІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ

Управління бізнесом, зважаючи на нові тенденції, потребує швидких та чітких рішень, які іноді можуть бути ризиковими, але враховуючи титанічні

глобальні зрушення, готовність до будь-яких викликів суспільства може стати вирішальною для того чи іншого виробника.

Епоха неоіндустріалізації характеризується швидкими змінами технологій, економіки та суспільства, які створюють не лише нові можливості, але також і виклики. У цьому контексті проактивність як здатність діяти, передбачаючи зміни і ухвалювати рішення, які допоможуть досягти бажаних результатів та адаптуватись, є ключовим фактором успіху.

Перехід від масового виробництва до більш гнучкого та інноваційного виробництва, яке використовує цифрові технології передбачає наявність людського капіталу, що не «слідує інструкціям», а розробляє стратегії для всіх можливих сценаріїв майбутнього. Процес переходу до цифрової економіки, в якій інформація та послуги обробляються та обмінюються в цифровому вигляді і є проявами неоіндустріалізації.

Збільшення автоматизації та роботизації може призвести до скорочення робочих місць у деяких галузях, але також може створити нові робочі місця в інших галузях, тоді як зміни у виробництві та споживанні дозволяють, по-перше, виробникам створювати більш персоналізовані продукти та послуги, що підштовхує конкуренцію та розробку інноваційних рішень, а, по-друге, дозволяють споживачам зручніше обирати де і як споживати товари та послуги, що, в свою чергу, може призвести до зростання онлайн-покупок та зростання попиту на нові продукти та послуги.

Проактивність бізнесу не можлива без людей, які зможуть досягнути нові навички, яких потребує не лише сьогодення, а й майбутнє роботизоване та віртуалізоване середовище, швидко адаптуватися до змін, знаходити нові ефективні стратегії управління, що будуть націлені на випередження конкурентів, розробляючи нові продукти і послуги, а також знаходячи нові ринки.

Положення Індустрії 5.0. диктують правила щодо збереження людей на виробництві, тому повна роботизація виробництва на період до 2030-2035 років не передбачена, а навпаки, заохочується перекваліфікація фахівців, які будуть керувати автоматизованими процесами та відслідковувати коректність робототехніки. Ключові параметри концепції Індустрії 5.0. представлено на рис.1.



Рис.1. Ключові положення концепції Індустрії 5.0 (складено автором за даними [1])

Постійний моніторинг подій та прогнозування можливих проблем і є основою проактивного управління бізнесом. Наприклад, підприємства, які виробляють електроенергію, можуть використовувати прогноз погоди для прогнозування попиту на електроенергію. Якщо компанія прогнозує, що погода буде спекотною, вона може збільшити виробництво електроенергії, щоб уникнути перерв у електропостачанні. Відмітимо, що на сьогодні дані види підприємств є проактивними та можуть слугувати взірцем ефективного управління.

Іншим прикладом можуть стати банки, які використовують аналітику даних для виявлення потенційних шахраїв. Банк може використовувати ці дані для розробки профілів шахраїв і створення систем виявлення шахрайства, які можуть запобігти шахрайству, перш ніж воно станеться, тобто по суті, виявити слабкі місця у власній системі, чим і займаються спеціалісти з кібербезпеки.

Підсумовуючи, управління бізнесом епохи неоіндустріалізації повинно вирізнятися швидкістю реакцій на зміни, гнучкістю, адаптивністю та проактивністю, інноваційною спрямованістю, оскільки кількість технологій з кожним роком зростає і для збереження конкурентних позицій необхідно оновлювати не лише виробництво відповідно до сучасних тенденцій, але й знаходити людські ресурси, які будуть здатні контролювати та керувати новим обладнанням й сервісами.

Список використаних джерел

1. Industry 5.0: Purpose-Driven Technology Adoption for People and the Planet (2022). Momenta: Website. URL: <https://www.momenta.one/hubfs/Resources/Reports-andSurveys/Momenta-Industry%205.0-Report-2022.pdf> (дата звернення 07.01.2024)
2. Стратегія розвитку ДП «НЕК «Укренерго» 2017-2016. URL: <http://reform.energy/media/728/fee7b5ac6f51ead00715132380bb7634.pdf> (дата звернення 08.01.2024)
3. Заходи безпеки при використанні банківських продуктів. URL: <https://privatbank.ua/safeness/card-safeness> (дата звернення 08.01.2024)

Скоробогатова А.О.
аспірант спеціальності 076
«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»
Науковий керівник: Хурдей В.Д.
к.е.н., доцент
Університет митної справи та
фінансів (м. Дніпро)

РОЗВИТОК КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО МАРКЕТИНГУ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЕФЕКТИВНІ ПРАКТИКИ

У сучасному бізнес-середовищі, насиченому технологічними зрушеннями та змінами в споживацьких практиках, проблематика клієнтоорієнтованого маркетингу стає ключовою для підприємств, які прагнуть залишатися конкурентоспроможними та адаптуватися до вимог ринку. Щодня компанії стикаються з низкою викликів, починаючи від неоднакового розуміння сутності клієнтоорієнтованості та закінчуючи етичними та технологічними перешкодами. Однак існуючі труднощі також вкладають величезний потенціал для розвитку та удосконалення стратегій маркетингу, спрямованих на задоволення потреб сучасного споживача. Дослідження цієї теми набуває особливого значення в умовах стрімкої зміни споживацьких уподобань та зростаючої конкуренції, що вимагає від компаній не лише адаптації, але й інноваційних підходів до взаємодії зі своєю аудиторією.

Клієнтоорієнтований маркетинг — це стратегічний підхід, спрямований на задоволення потреб та очікувань клієнтів через глибоке розуміння їхніх індивідуальних характеристик, вподобань і поведінки. У центрі цього підходу лежить переконання, що успіх будь-якого бізнесу визначається здатністю ефективно комунікувати зі своєю аудиторією та створювати продукти та послуги, які відповідають реальним потребам клієнтів [2, с.1-2].

Основні аспекти клієнтоорієнтованого маркетингу включають в себе:

1. Розуміння клієнтів. Клієнтоорієнтований маркетинг передбачає систематичний аналіз та збір даних про клієнтів для створення повноцінного портрету цільової аудиторії. Це дозволяє бізнесу адаптувати свої стратегії до змін у попиті та уникати загальних рішень.

2. Персоналізація пропозицій. Клієнтоорієнтований маркетинг передбачає розробку продуктів та послуг, які відповідають індивідуальним потребам клієнтів. Це може включати персоналізовану рекламу, індивідуальне ціноутворення та інші аспекти, які зроблять пропозиції більш привабливими для конкретного клієнта.

3. Взаємодія та залучення. Зосередження на клієнтах передбачає активну взаємодію з ними, вивчення їхніх вражень та зворотного зв'язку. Важливо не лише продавати продукти, але й будувати відносини, що базуються на взаєморозумінні та довірі.

4. Адаптація до змін. У світі, що стрімко змінюється, клієнтоорієнтований маркетинг передбачає готовність бізнесу адаптуватися до нових тенденцій, технологій та змін у поведінці споживачів. Гнучкість та інноваційність є ключовими складовими цього підходу. Клієнтоорієнтований маркетинг визнає клієнта як стратегічний ресурс та важливого партнера у досягненні успіху компанії, а не лише об'єктом збуту продукції чи послуг. У сучасному бізнес-середовищі, де зміна єдиного стандарту, адаптація до потреб клієнтів стає необхідністю [3, с. 408].

5. Клієнтоорієнтований маркетинг, хоча і визнаний як ключовий елемент успішної стратегії, стикається з низкою проблем, які вимагають глибокого аналізу та пошуку оптимальних рішень. Ці виклики, важливі для розуміння та вирішення, визначають динаміку відносин між компаніями та їхніми клієнтами. До найактуальніших питань, які вимагають уваги та розв'язання, слід віднести наступні:

– Технологічні виклики. Застосування новітніх технологій, таких як штучний інтелект та аналітика даних, може викликати труднощі у впровадженні та взаємодії з клієнтами.

– Соціокультурні зміни. Зміни в споживацьких звичках та цінностях клієнтів вимагають постійного апдейту стратегій клієнтоорієнтованого маркетингу.

– Проблеми з конфіденційністю даних. Збільшення використання особистої інформації для персоналізованого маркетингу створює етичні та юридичні проблеми, пов'язані з конфіденційністю та безпекою даних.

– Відсутність індивідуального підходу. У багатьох випадках, компанії не можуть адекватно реагувати на індивідуальні потреби клієнтів через обмежені ресурси чи неповний розуміння їх очікувань.

– Виклики залучення клієнтів. Зростання конкуренції та перенасиченість ринку ставлять під сумнів ефективність стратегій залучення та утримання клієнтів.

– Недостатня взаємодія з клієнтами. Деякі компанії можуть стикатися з труднощами у встановленні ефективного зв'язку та взаємодії з клієнтами через невірні обрані канали або стратегії.

Дослідження цих проблем може сприяти розробці більш ефективних та адаптованих стратегій клієнтоорієнтованого маркетингу для підприємств.

У прагненні до ефективного клієнтоорієнтованого маркетингу важливо не лише розкрити перспективи та можливості, але й усвідомити існуючі труднощі. Ці виклики, поєднані з постійною зміною умов ринку, формують проблематику, яка потребує уважного аналізу та стратегічних рішень. Вирішення цих завдань не лише забезпечить сталість бізнесу, але й сприятиме зміцненню взаємодії між підприємствами та їхніми клієнтами в умовах невпинних змін та розвитку [1, с. 1667 - 1671].

Отже, для вирішення вразливих зон, слід приділити увагу наступним аспектам:

1. Покращення аналітики та збір даних. Вдосконалення процесу аналізу та збору даних про клієнтів для отримання глибшого розуміння їхніх потреб та вподобань. Застосування передових інструментів аналітики дозволить ефективніше визначати стратегії.

2. Ефективне використання технологій. Залучення новітніх технологій, таких як штучний інтелект та машинне навчання, для автоматизації процесів взаємодії з клієнтами та персоналізації пропозицій.

3. Збільшення захисту та конфіденційності даних. Вдосконалення систем захисту даних та приділення особливої уваги конфіденційності, щоб забезпечити клієнтам впевненість у безпеці їхньої особистої інформації.

4. Адаптація до ринкових змін. Постійне вивчення ринкових тенденцій і швидка адаптація стратегій до нових умов, зокрема за допомогою гнучких бізнес-моделей та інновацій.

5. Взаємодія та залучення клієнтів. Розвиток систем взаємодії та залучення клієнтів, включаючи активний зворотний зв'язок та залучення через соціальні мережі та інші онлайн-канали.

6. Розвиток ефективних комунікаційних стратегій. Спрямовання на побудову ефективних комунікаційних стратегій, які не лише пропагують продукти, але й встановлюють довгострокові відносини з клієнтами.

7. Навчання та розвиток команди. Забезпечення навчання та розвитку команд, що працюють у сфері клієнтоорієнтованого маркетингу, для забезпечення високого рівня кваліфікації та компетентності.

8. Систематичне оновлення стратегій. Регулярне оновлення стратегій на основі відгуків клієнтів, даних ринку та нових можливостей. Забезпечення комплексного підходу та постійне підтримання гнучкості допоможе компаніям успішно подолати виклики та підтримувати ефективність клієнтоорієнтованих стратегій маркетингу.

Підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити, що клієнтоорієнтований підхід у маркетингу є ключовим фактором успішності в умовах сучасного бізнес-середовища. Сутність цього підходу полягає в глибокому розумінні потреб та очікувань клієнтів, персоналізованій взаємодії та постійній адаптації до змін на ринку.

Отже, клієнтоорієнтований маркетинг — це не лише стратегія, але і культурна філософія, яка визначає спосіб мислення та взаємодії компанії з оточуючим її світом. Впровадження цього підходу може стати вирішальним фактором у забезпеченні стабільності та розвитку бізнесу в умовах постійних змін та конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Viktoriia Khurdei, Tetiana Pushkar, Hanna Kuzmenko, Anastasiia Bessarab and Angelina Tregub Use of Social Media Platforms as a Key Element of Brand Marketing Strategies. *Economic Affairs*, Vol. 68, No. 03, pp. 1665 - 1673, September 2023. DOI 10.46852/0424-2513.3.2023.

2. Рябоконт Н. П. До питання формування клієнтоорієнтованості як ключової компетенції компанії. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. С 1-2

3. Сливоцький А. Дж. Мистецтво творення попиту: як передбачати прагнення покупців перекл. з англ. / А. Дж. Сливоцький – Львів: Видавництво: Українського католицького університету 2012. С. 408

Соломенчук, К. В.

магістр з економіки

Науковий керівник:

Несененко П. П., д. е. н., доцент,

доцент кафедри загальної

економічної теорії та економічної

політики

Одеський національний

економічний університет,

м. Одеса, Україна

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ЙОГО РОЛЬ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД УКРАЇНИ

Сучасні тенденції та досвід розвитку світової та вітчизняної економіки наочно свідчать, що без ділових та ініціативних людей та розвитку і стимулювання різних форм підприємництва суспільний прогрес неможливий.

У загальному розумінні, проаналізувавши наукові погляди на сутність підприємницької діяльності та роль підприємця в контексті еволюції історії, можна зробити логічний висновок, що підприємець – це активний суб'єкт пошуку та реалізації нових можливостей у створенні та освоєнні інноваційних ідей, розробці нових технологій та продуктів, здійсненні інновацій та оволодіння перспективними факторами розвитку економіки.

Звісно, підприємництво можна означити і як певний тип господарської поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, пов'язаних з організацією розробок виробництва та реалізації благ, метою яких є отримання прибутку і соціального ефекту.

Слід зазначити, що підприємництво – особливий вид діяльності, який має наступні ознаки:

- діяльність «за свій рахунок», або самостійна діяльність. Основа, на якій тримається діяльність підприємництва, це власність підприємця;
- творча та ініціативна діяльність. Основою здійснення підприємницької діяльності є власна ініціатива, інноваційний та творчо-пошуковий підходи;
- систематична діяльність. Діяльність підприємства має бути на постійній основі пов'язаною з відтворювальним процесом та обов'язково офіційно зареєстрованою згідно до законодавства країни;
- діяльність, яка здійснюється під власну економічну (майнову) відповідальність та на власний ризик;
- одержання прибутку або власного доходу є метою підприємницької діяльності.

Вперше поняття «підприємництво» було введено у науковий обіг Р. Кантільйоном. Для нього економіка була свого роду круговим процесом, що передбачає взаємодію між продуктами, доходами та витратами, так щоб витрати однієї людини сформували доходи іншої. Джерелом багатства, на його думку, є саме земля та праця, що визначає дійсну вартість благ економіки. Саме ним, на засадах класичного напрямку, була зроблена спроба систематизації економічної теорії того часу. Книгою його життя стало «Есе про природу торгівлі в цілому», яке побачило світ після його трагічної загибелі в 1755 році. Цей твір побудував своєрідний «місток» від донаукового етапу розвитку економічної думки до наукового. Пізніше, вже на науковому етапі, коли суспільство розглядалося як живий організм, а не з точки зору його окремих частин, ця книга стала для багатьох економістів тим джерелом із якого вони щедро черпали нові ідеї для своїх досліджень» [1; 2]. Виходячи з головного положення П. Буагільбера, Р. Кантільон, розглядав економіку як виробництво, спрямоване на задоволення потреб людей.

У подальшому його ідеї знайшли своє логічне продовження та розвиток в теоріях фізіократів, А. Смита, Дж. С. Мілля, А. Маршалла та інших видатних вчених-економістів. У свій час, оцінюючи вклад вченого у розвиток економічної науки В. С. Джевонс справедливо називав його фундатором західного класичного напрямку економічної думки [1].

Повертаючись до сьогодення, слід зазначити, що відповідно до Статті 42 Господарського кодексу України [3], підприємництво визначається як самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку».

У будь-якій своїй діяльності підприємець має усвідомлювати та вміти передбачати можливі ризики та збитки, які можуть виникнути замість прибутку, враховуючи навіть банкрутство. Неможливо запобігти повністю всім ризикам, тому що дуже складним є прогнозування будь-якого розвитку подій на товарних ринках або ж дії фірм-конкурентів, партнерів, споживачів.

Слід зазначити, що кожне підприємство розвивається у певному історичному та соціально-економічному середовищі. Для становлення та розвитку підприємницької діяльності необхідні певні передумови: економічні, юридичні, політичні, психологічні.

Головною економічною передумовою є різноманіття форм власності (на ринку підприємницької діяльності діють як приватні, так і державні, корпоративні, колективні власники), а саме рішення здійснювати діяльність, пошук партнерів, використання ресурсів приймаються виключно власниками на свій ризик. В нашій країні ці передумови виникли у зв'язку з поширенням проведення приватизації та демонополізації господарської діяльності. Ще однією умовою є існування інфраструктури ринку, тобто мається на увазі наявність банків, бірж, кредитної спілки тощо.

Створення сприятливого політичного клімату для здійснення підприємницької діяльності є політичною передумовою. Вона уособлює в собі

захист всіх форм власності з боку влади, ефективну податкову, митну, кредитну та іншу політику.

Підґрунтям до юридичної передумови є законодавство, нормативні акти нашої країни, які для всіх учасників ринку однакові («правила гри» однакові для будь-кого).

Створення позитивного ставлення членів суспільства до підприємництва є проявом психологічних передумов.

Всі перелічені умови підприємництва передбачені законами України, а саме: Конституцією України, Господарським кодексом України та ще багатьма іншими нормативно-правовими актами.

Важливою умовою успішного розвитку підприємницької діяльності є саме політика невтручання держави у безпосередню діяльність підприємця, а лише здійснення економічного регулювання за допомогою системи законодавства та фінансово-кредитного механізму. Слід зауважити, що на протязі життя кількох поколінь ставлення до підприємницької діяльності в Україні мало негативний характер, що, зрозуміло, суттєво вплинуло на його розвиток та становлення.

Свобода підприємництва передбачена законом та полягає в тому, що суб'єкти підприємницької діяльності мають право без обмежень приймати рішення і здійснювати самостійно будь-яку діяльність, яка не буде суперечити чинному законодавству країни.

Підприємцями (суб'єктами підприємницької діяльності) можуть бути:

- громадяни України або громадяни інших держав, які не обмежені законом у правоздатності або дієздатності;
- юридичні особи усіх форм власності, встановлених законами України.

Підприємницькою діяльністю не дозволяється займатися лише певним категоріям громадян, таким як, наприклад, військовослужбовцям та службовим особам виконавчих і правоохоронних органів влади.

Для здійснення підприємницької діяльності, яка має ліцензуватися, необхідно отримати відповідну ліцензію та дотримуватися певних правил і умов щодо здійснення цього виду діяльності (тобто ліцензійних умов), які встановлює Кабінет Міністрів України.

Суб'єкти підприємницької діяльності відіграють ключову роль у формуванні спроможних територіальних громад в нашій країні. Згідно законодавства, спроможні територіальні громади – це територіальні громади сіл (селищ, міст), які в результаті добровільного об'єднання здатні самостійно або через відповідні органи місцевого самоврядування забезпечити належний рівень надання послуг, зокрема у сфері освіти, культури, охорони здоров'я, соціального захисту, житлово-комунального господарства, з урахуванням кадрових ресурсів, фінансового забезпечення та розвитку інфраструктури відповідної адміністративно-територіальної одиниці [4].

Зокрема суб'єкти підприємницької діяльності здійснюють вплив на формування доходної частини бюджету спроможних територіальних громад, сприяють у вирішенні їх житлово-комунальних проблем, залученні іноземних інвестицій, використанні та модернізації приміщень територіальних громад,

розвитку креативної економіки територіальних громад та формуванні їх екологічної безпеки, збереженні історико-культурної спадщини, популяризації територіальної громади тощо [5].

Роль підприємництва у територіальних громадах наочно проілюстровано на рис. 1.

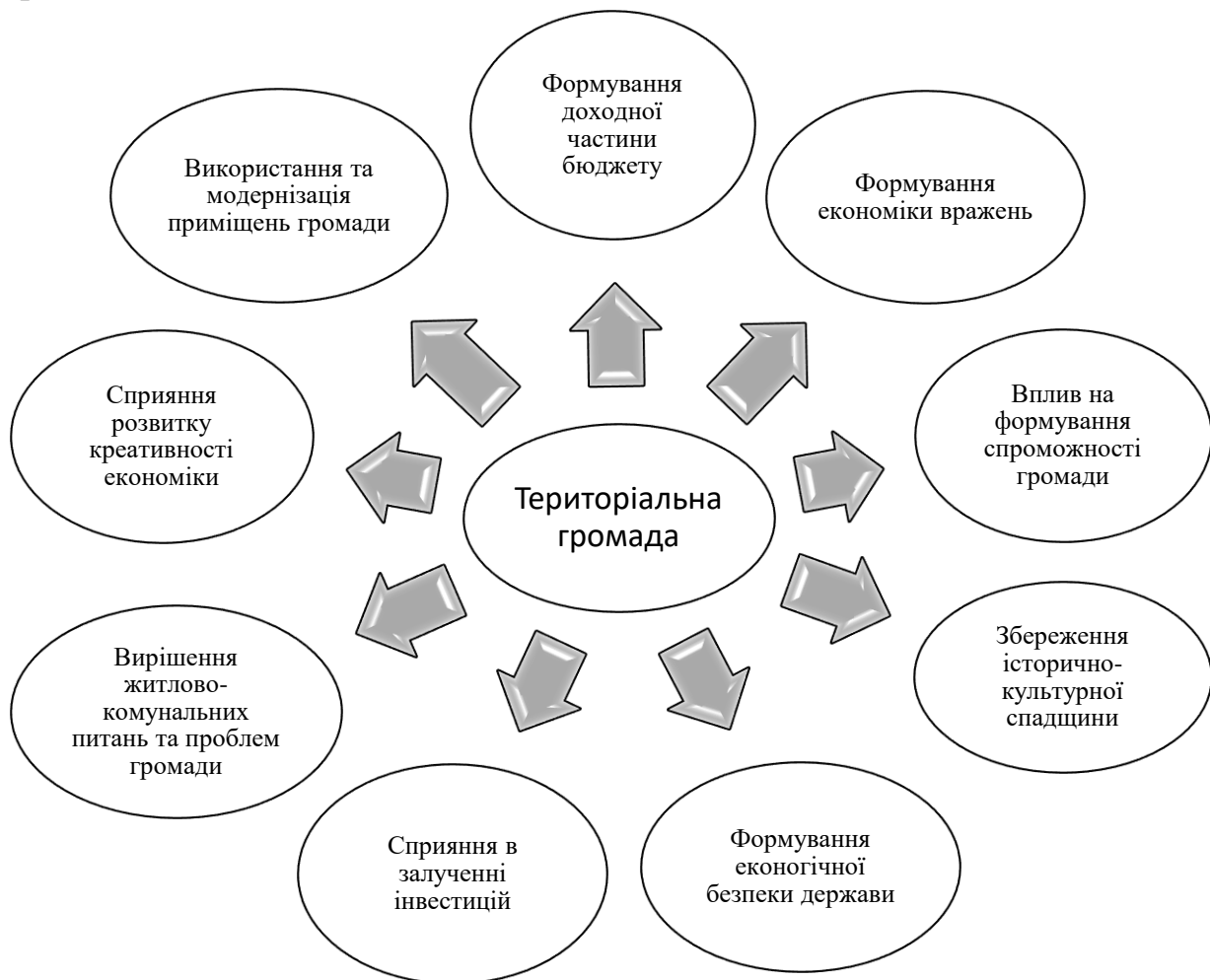


Рис.1. Роль суб'єктів підприємницької діяльності у розвитку об'єднаних територіальних громад

Список використаних джерел

1. Несененко П. П., Артеменко О. А. Історія економічних учень: навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, ФОП Гуляєва В. М., 2017. 448 с.
2. Несененко П. П. Роль та значення творчості Ричарда Кантільона для розвитку теорії аграрних відносин та економічної науки взагалі. *Економіка харчової промисловості*. 2014. № 2(22). С.10-13.
3. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 29.12.2023).
4. Методика формування спроможних територіальних громад. Затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 08.04.2015 р. № 214. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/214-2015-%D0%BF> (дата звернення: 27.12.2023)
5. Шибанін В. С., Кормишкін Ю. А. Роль підприємництва у формуванні територіальних громад. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2017. Вип. 4. С. 3-11.

Станєва К.С.

здобувач вищої освіти ступеня
бакалавр

ОПП «Міжнародні економічні
відносини»

спеціальності «Міжнародні
економічні відносини»

Синіговець О.М., к.е.н., доц.

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

Національний технічний
університет «ХПІ»

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСЬ ПІДПРИЄМСТВА: КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ

Проблема підвищення конкурентоспроможності продукції актуальна в контексті відкритості економіки нашої країни, оскільки фірми в ситуації нестабільності і відсутності досвіду управління ринком змушені конкурувати з великими іноземними корпораціями, що виходять на внутрішній ринок. Українським підприємствам доводиться освоювати ринкові методи роботи, впроваджувати сучасні механізми управління конкурентоспроможністю [1-14].

Конкурентоспроможність сільськогосподарського підприємства - це сукупність якісних і кількісних параметрів, що характеризують фактори виробництва, що складають підприємство (праця, земля, капітал і підприємницькі здібності), взаємодія яких може принести певну суму економічних вигод їх власнику.

Основними внутрішніми факторами конкурентоспроможності є [1, 3, 9]:

- передовий техніко-технологічний рівень виробництва;
- висока якість продукції при порівняно низьких витратах на всіх етапах виробничого циклу;
- застосування сучасних методів організації та управління, інформаційних технологій;
- кваліфікований персонал;
- активна інноваційна діяльність;
- наявність фінансових ресурсів;
- чітка організація продажів (власна мережа, ефективна реклама, широкий асортимент продукції, красива упаковка, надійне гарантійне обслуговування);
- наявність високої організаційної культури, сприятливої репутації, іміджу.

Сьогодні проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства стає все більш актуальною. Ситуація на ринку багато в чому залежить від стану і результатів конкуренції. У період розвитку ринкової економіки визначається необхідність формування виробничого потенціалу та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Підприємства надають великого значення аналізу своїх сильних і слабких сторін з метою оцінки своїх реальних

конкурентних можливостей і розробки заходів і засобів, за допомогою яких підприємство може підвищити свою конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх. Для його забезпечення нагально рекомендується проводити компаративний аналіз конкурентоспроможності. Особливо такого роду аналіз актуальний в умовах здійснення підприємством зовнішньо-економічної діяльності на ринках інших країн.

Підвищити конкурентоспроможність підприємства можна декількома способами [5, 11, 13]:

1. Постійне використання інновацій.
2. Пошук нових, більш досконалих форм вироблених товарів.
3. Виробництво продукції такої якості, яка б відповідала державним і світовим стандартам.
4. Розподіл товарів на ті сегменти ринку, де найвищі вимоги до якості та сервісу
5. Використання тільки якісної сировини і матеріалів.
6. Безперервне навчання та перепідготовка кадрів.
7. Підвищення матеріальної зацікавленості працівників і поліпшення умов праці.
8. Проведення маркетингових досліджень з метою задоволення потреб покупців.
9. Аналіз ваших конкурентів для виявлення ваших сильних і слабких сторін.
10. Підтримка контактів з науково-дослідними організаціями та інвестування в наукові розробки, спрямовані на підвищення якості продукції, що випускається.
11. Використання максимально ефективних рекламних заходів.
12. Реєстрація торгової марки підприємства та використання брендованої продукції.

Використовуючи ці шляхи, компанія зможе підвищити як свою конкурентоспроможність, так і зміцнити фінансову стабільність.

Проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції є одними з найбільш складних і актуальних. Необхідно, щоб вони знайшли своє рішення на регіональному рівні, адже саме тут відбувається безпосередня реалізація задуманого. У короткостроковій перспективі необхідно докласти зусиль як з боку виконавчої влади, так і з боку бізнесу, щоб сільське господарство могло оновлювати застарілі сільськогосподарські машини, використовувати досягнення науково-технічного прогресу та переймати досвід інших країн []. Поряд з підтримкою вітчизняних виробників конкурентоспроможної продукції необхідно удосконалити ринкову інфраструктуру на товарному і споживчому ринках, усунути негативний вплив на конкуренцію з боку монополістів і різного роду посередників. Необхідно спростити доступ сільгоспвиробників до споживчого ринку.

Як показала апробація компаративного підходу до виміру конкурентоспроможності промислових та аграрних підприємств, орієнтація в оцінці конкурентоспроможності підприємств на невелику кількість добре

відомих в економіці підприємств ознак (таких як виробничий та інноваційний потенціали), що характеризують найважливіші потенційні можливості підприємств, в умовах появи в економічній теорії методичних підходів до їх кількісної оцінки відкриває нові можливості для подолання серйозних методологічних та методичних труднощів, що виникають у "традиційних" напрямках, і дозволяє отримувати оцінки, які за своїм змістом максимально наближені до змісту категорії конкурентоспроможності як однієї з найбільш узагальнених граничних характеристик підприємств [7, 14].

Зіставлення отриманих оцінок рівня конкурентоспроможності підприємств з результатами аналізу виробничо-економічних показників їхньої господарської діяльності продемонструвало хороший рівень відповідності таких оцінок експертним оцінкам провідних фахівців у галузі сільського господарства та машинобудування щодо рівня конкурентоспроможності розглянутих підприємств.

Список використаних джерел

1. Печуров Г.К., Чернова Д.А. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства // Ринкова економіка: сьогодні та завтра: тези VIII Міжнародної конференції, 28 лютого - 1 березня 2019 р. С. 64-66
2. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva., Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
4. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
5. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.
6. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.
7. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // *Екон. вісник НТУУ «КПІ»* : зб. наук. пр. Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
8. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
9. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
10. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
11. Pererva P.G. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities / P.G. Pererva, T.O. Kobieliava, L.V. Shaulska // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. No 1(23). С.43-50.
12. Шаульська Л.В. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства / Л.В.Шаульська, П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2023.No 3 (181). С. 14-23
13. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
14. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.

Тарасюк Г.А.

здобувач вищої освіти освітньо-наукового ступеня PhD

спеціальності “Економіка”

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Андрієнко М.М.

Національний авіаційний

університет

РОЗВИТОК БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНОГО ВПЛИВУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЮ КАПІТАЛУ

Епоха становлення та розвитку цифрової економіки вимагає вивчення процесів адаптації інтелектуального капіталу до змін на рівні бізнес-процесів, інноваційного потенціалу, об'єктивних принципів розвитку суспільства. Інтелектуальний капітал передбачає вивчення його складових: людський капітал, організаційний капітал та клієнтський капітал, що розглядаються як три взаємоузгоджені та взаємозалежні компоненти. Ефективність використання інтелектуального капіталу на сучасному етапі передбачає значні якісні зміни у процесах управління, інноваційній діяльності та новітніх комунікаційних технологіях.

Конкурентоспроможність сучасного бізнесу значною мірою залежить від уміння управляти інноваційним капіталом із використання сучасних інформаційних технологій. Ефективність використання інтелектуального капіталу впливає на реалізацію стратегічних рішень, впровадження інноваційних рішень, збільшення вартості компанії та розвиток визначених видів економічної діяльності підприємства. Цифрова економіка, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях, передбачає виробництво та реалізацію виготовленої продукції за допомогою комп'ютерної мережі. Оскільки, цифрова економіка переплітається з традиційною економікою, то створені сучасні реалії господарювання передбачають зміни, сутність яких стосується винесення нематеріальних активів, таких як знання, інформація, корпоративна культура, компетентності, споживацькі переваги, тощо на перший щабель розгляду та комплексного їх вивчення.

Феномен інтелектуального капіталу підприємства має актуальне значення та підсилюється його практична роль саме у момент його використання з метою послідовного розвитку економічних систем. Саме завдяки ефективному використанню наявних близько 80 % нематеріальних активів у структурі ресурсів підприємства в кінці ХХ століття змогли забезпечити їх інноваційний розвиток та стати передовими на міжнародному рівні. Концепції інтелектуального капіталу у сучасному світі приділяється значна увага, що можемо спостерігати із чисельних трансформацій самого визначення сутності поняття «інтелектуальний потенціал». Сучасне визначення інтелектуального капіталу підприємства передбачає поєднання його із розвитком інформаційних технологій. Досить зрозумілим є визначення інноваційного капіталу, що

формується із інформації, що надходить від обчислювальних систем, об'єктів інноваційної власності та економічних компетенцій. [5] Існуюча модель інтелектуального капіталу поєднує у собі три взаємоузгоджених та взаємозалежних складових: людський капітал, організаційний капітал та клієнтський капітал.

До складу інтелектуального капіталу входять: людський капітал: здібності, талант, освіта, кваліфікація, відносини в колективі, нові працівники, мотивація до розумової праці, саморозвиток, забезпечення комфортних умов праці, узгоджений графік роботи; структурний капітал: сучасні технології при реалізації бізнес-процесів, інформаційно-комунікаційні технології, використання нововведень у товарній політиці, врахування можливих ризиків щодо інформаційного забезпечення діяльності компанії; реляційний капітал: імідж підприємств, бізнесової діяльності, гармонізація інтересів між виробниками і споживачами, адаптація до змін зовнішнього середовища, врахування побажань споживачів тощо [5]

Розвиток інтелектуального капіталу в умовах цифрової економіки не можливий без інформаційного капіталу, тому є позитивний результат між процесами функціонування інтелектуального капіталу та рентабельністю активів підприємства. Цінність інтелектуального капіталу впливає на вартість підприємства та є його багатством, яке має все більшу ціну для економічно розвинутих країн.

Інтелектуальний капітал має велике значення для сучасного та майбутнього розвитку економіки та ведення різноманітних видів бізнесу. Доцільно підкреслити, що інтелектуальний капітал доцільно розглядати як фінансовий інтелект, який через навички, уміння, таланти та інше може бути реалізований та визначається відповідною цінністю. Ефективність управлінського менеджменту бізнесовою діяльністю залежить від стратегічних напрямів розвитку підприємства щодо використання всіх можливих напрямів розвитку людського капіталу за рахунок: мотивації самоосвіти, стажування, обмін досвідом, впровадження нових інформаційних технологій, підвищення кваліфікації тощо.

Список використаних джерел

1. Андрієнко М.М., Матюша М.М. Сутнісна характеристика складових інтелектуального потенціалу підприємства. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/53351>
2. Ареф'єва О.В., Полоус О.В. Соціально-економічні умови інтелектуалізації управління холістичним розвитком підприємства / Економіка та менеджмент. 2019. №2. С. 29-36. URL: <https://bit.ly/3ZgMdId>
3. Васюткіна Н., Самітов Р., Колісник М. Формування системи розвитку персоналу підприємств на інноваційних засадах в умовах цифровізації економіки. Сталій розвиток економіки. Випуск 1 (46). 2023. С. 31-37. URL: <https://www.economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/616>
4. Коваленко Н.В., Савенко О.А., Гірняк К.М., Громова О. О. Інформаційний менеджмент на інноваційно орієнтованому підприємстві в контексті вдосконалення адаптивних програм управління персоналом / Формування ринкових відносин в Україні. 2023. №1(260). С. 38-44. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/handle/123456789/8009>

5. Яворська О. Г. Інтелектуальний капітал в епоху становлення та розвитку цифрової економіки // Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2020. Серія Економіка. Випуск 1(13). URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1195945.pdf>

Татарин І.Р.

здобувач вищої освіти ступеня

бакалавра

ОПП 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

**Науковий керівник: ст. викладач
Еш С.М.**

Національний університет харчових технологій, м. Київ

СТАН І РОЗВИТОК РИНКІВ КАПІТАЛУ УКРАЇНИ

Ринок капіталу у вітчизняній науковій економічній літературі почав досліджуватися у середині 90-х років ХХ ст. Ринок розглядався як частина фінансового ринку, де формуються попит і пропозиція на середньостроковий і довгостроковий позиковий капітал. Економічна роль ринку капіталу визначалась його спроможністю об'єднати різні за розміром кошти, щоб у майбутньому трансформувати їх у капіталовкладення.

З інституційної точки зору ринок капіталу був представлений кредитно-фінансовими установами, біржами та іншими установами фінансового ринку, через які відбувався рух позикового капіталу. Переважно ринок розподілявся на ринок цінних паперів, термін обертання яких перевищував 1 рік (фондовий ринок) і грошовий ринок – з терміном обігу до 1 року.

Основними учасниками ринку капіталу були *первинні інвестори* – це власники вільних фінансових ресурсів, які акумулювалися у банках, а потім перетворювалися у позиковий капітал; *посередники*, якими були кредитно-фінансові організації: кредитні спілки, ломбарди, інвестиційні фонди, асоціації, фінансові компанії тощо, які також накопичували кошти на депозитні рахунки, а потім передавали їх позичальникам за плату у формі відсотків. Позичальниками були фізичні та юридичні особи, держава, які відчували нестачу у фінансових ресурсах, зверталися до посередників і готові були платити за тимчасове право користування коштами. Основними законодавчими актами, які регулювали діяльність учасників ринку капіталу були Закони України «Про цінні папери та фондовий ринок» і «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг».

Основною складовою ринку капіталу був фондовий ринок, на якому знаходилися в обігу менш ліквідні фінансові інструменти, але з високим рівнем дохідності і з високим рівнем ризику, оскільки термін погашення був 2-5 років,

важко було передбачити вплив макроекономічних факторів, які могли вплинути на дохідність: політична ситуація в країні, інфляція, рівень ВВП та інші.

З 1 липня 2021 року відбулися зміни у законодавчій базі, був прийнятий Закон України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» [1], згідно з яким ринки капіталу об'єднали три сегменти: фондовий, грошовий і ринок деривативних фінансових інструментів. Основна відмінність між ними – це базові активи або фінансові інструменти, які характеризуються великою різноманітністю.

Інструментами грошового ринку, як складової ринків капіталу є казначейські зобов'язання, ощадні сертифікати банків, векселі, депозитні сертифікати банків, а також цінні папери, що відповідають таким характеристикам:

- 1) мають вартість, що може бути визначена у будь-який момент часу;
- 2) не є деривативними фінансовими інструментами;
- 3) мають період до погашення в момент емісії (видачі) 397 днів або менше [1].

Всі учасники грошового ринку є фізичними і юридичними особами – це емітенти інструментів грошового ринку (держава, територіальні громади з населенням більше 300 тис. осіб, міжнародні фінансові організації, юридичні особи); особи, які надають забезпечення; інвестори у фінансові інструменти, які вкладають кошти з метою отримання доходу або збереження вартості вкладених активів; професійні учасники ринків капіталу і організованих товарних ринків.

Фондовий ринок, як сегмент ринків капіталу, у Законі [1] порівнюють з ринком цінних паперів. На нашу думку це не зовсім правильно, оскільки ринок цінних паперів містить грошовий ринок, з терміном обігу фінансових інструментів (ФІ) до 1 року і фондовий – з терміном обігу ФІ більше 1 року – все це свідчить про те, що ринки капіталу потребують подальшого дослідження. Цінні папери, які є основними базовими активами фондового сегменту ринків капіталу, у Законі поділяють на емісійні, які мають 16 назв і неемісійні. Емісійні цінні папери, що знаходяться у цивільному обороті, розподілені на групи: *пайові* – дають право їх власникам отримати дивіденди; *боргові* – посвідчують відносини позики; *іпотечні* – це іпотечні облігації і заставні, випуск яких забезпечено іпотечним покриттям; *товаророзпорядчі* – надають їх держателю право розпоряджатися майном; *деривативні* – наділені правом щодо базового активу і платіж за яким залежить від значення базового показника. Деривативні цінні папери у вітчизняному законодавстві характеризуються вперше, їх всього 5 видів: опціонні сертифікати, фондові варанти, кредитні ноти, депозитарні розписки і державні деривативи.

Учасниками фондового ринку є ті ж самі учасники, що і у грошового сегмента ринків капіталу, але можуть бути також адміністратори і об'єднання професійних учасників ринків капіталу. Всіх учасників фондового ринку поділяють на кваліфікованих і некваліфікованих інвесторів. Кваліфіковані інвестори (професійні клієнти) – це інвестори у фінансові інструменти, які володіють вміннями, досвідом та знаннями в галузі ринків капіталу, достатніми для прийняття ними самостійних інвестиційних рішень та оцінки ризиків щодо

вчинення правочинів з фінансовими інструментами. Основна роль належить кваліфікованим інвесторам, якими є Національний банк України; міжнародні фінансові організації; іноземні держави та їх центральні банки; Кабінет Міністрів України; банки; страхові компанії; іноземні фінансові установи; юридичні особи, у яких власні кошти становлять не менше 2 млн грн (для порівняння: на грошовому ринку – не менше 500 тис. грн), річний чистий дохід від реалізації товарів, робіт і послуг за останній фінансовий рік становить не менше 40 млн грн та інші показники, які повинні відповідати критеріям, встановленим НКЦПФР.

Ринок деривативних фінансових інструментів, як сегмент сучасних ринків капіталу представлений деривативними цінними паперами (опціонні сертифікати, фондові варанти, кредитні ноти, депозитарні розписки та державні деривативи) і деривативними контрактами, які поділяють на деривативні контракти грошового ринку, фондового, товарного і інші деривативні контракти. Всі вони розрізняються базовим активом: у фондового ринку – це емісійні цінні папери; у грошового – валюта України та іноземна, банківські метали, валютні індекси, процентні ставки; у товарного – продукція, яка випускається у великих об'ємах і завжди користується попитом; базовим активом інших деривативних контрактів є показники статистичної інформації, фізичні, біологічні, хімічні показники стану навколишнього природного середовища та інші.

Сучасні ринки капіталу впливають на розвиток усіх суб'єктів національної економіки. Попри те, що фондовий ринок та реальний сектор економіки є відносно автономними системами, між ними існують певні взаємозв'язки. Особливо сильний вплив фондового ринку на реальний сектор спостерігається у кризових ситуаціях. Тому необхідно постійно проводити аналіз стану як фондового ринку, так і грошового, товарного, деривативних фінансових інструментів, що є необхідним для підвищення ефективності ринків капіталу і допоможе визначити стратегії їх розвитку на перспективу.

Список використаних джерел

1. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки: Закон України 3480-IV, редакція від 29.07.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15#> (дата звернення 27.12.2023 р.)

Тельний Д.А., Цапенко В.Р.
здобувачі фахової передвищої освіти
ОПП «Облік і оподаткування»
спеціальності 071 «Облік і
оподаткування»
Науковий керівник: завідувачка
відділення (економічного), викладач
вищої категорії
Минич Ю.В.
Лозівська філія Харківського
автомобільно-дорожнього фахового
коледжу

НАДМІРНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ДОХОДІВ: СОЦІАЛЬНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ

Диференціація доходу стосується розподілу доходу всередині населення. Це природне явище в кожному суспільстві, оскільки люди мають різні навички, освіту, досвід та інші фактори, які впливають на їхні доходи. Проте надмірна диференціація доходів, коли різниця між доходами найбагатших і найбідніших верств населення стає надто великою, може мати негативні соціально-економічні наслідки.

Соціальні наслідки надмірної диференціації доходів:

Надмірна диференціація доходів може призвести до таких соціальних проблем, як:

Зростання нерівності та соціальної несправедливості. Коли одні люди мають дуже високі доходи, а інші – дуже низькі, це може створити відчуття несправедливості та соціальної напруги. Це може призвести до зростання соціальної напруженості, протестів та інших соціальних проблем.

Зростання бідності та соціальних проблем. Люди з низькими доходами мають обмежені можливості для задоволення своїх основних потреб, таких як харчування, житло, освіта та медицина. Це може призводити до зростання бідності, злочинності, захворюваності та інших соціальних проблем.

Зниження соціальної мобільності. Якщо розрив між доходами найбагатших і найбідніших груп стає занадто великим, людям з нижчих класів суспільства може стати важко просуватися по соціальних сходах. Це може призвести до почуття соціальної ізоляції та маргіналізації.

Економічні наслідки надмірної диференціації доходів:

Надмірна диференціація доходів може призвести до таких економічних проблем, як:

Зниження економічного зростання. Коли в суспільстві існує висока нерівність, це може призвести до зниження економічного зростання. Це пояснюється тим, що люди з низькими доходами мають менший попит на товари та послуги, що може негативно вплинути на виробництво та інвестиції.

Зниження продуктивності праці. Коли люди відчують, що їхню роботу не цінують, це може призвести до зниження продуктивності. Це пояснюється тим, що люди з низькими доходами можуть бути менш мотивованими до роботи та навчання.

Зростання соціальних витрат. Надмірна диференціація доходів може призвести до зростання соціальних витрат, таких як витрати на соціальне забезпечення, освіту та охорону здоров'я. Це пояснюється тим, що люди з низькими доходами мають вищий ризик захворіти, стати безробітними та потребувати соціальної допомоги.

Шляхи вирішення проблеми надмірної диференціації доходів:

Існує ряд заходів, які можна вжити для вирішення проблеми надмірної диференціації доходів. До них належать:

Збільшення мінімальної заробітної плати.

Підвищення мінімальної зарплати сприятиме збільшенню доходів найбільш вразливих верств населення.

Запровадження більш прогресивної податкової системи.

Більш прогресивна система оподаткування означає, що люди з вищими доходами платять більший відсоток податків. Це допоможе зменшити нерівність у розподілі доходів.

Розвиток соціальної сфери.

Розвиток соціального сектору, включаючи освіту, охорону здоров'я та соціальне забезпечення, допоможе малозабезпеченим людям підвищити свою продуктивність і знизити ризик бідності.

Крім того, важливо просвітити населення з метою підвищення розуміння проблем надмірної диференціації доходів та її наслідків. Це сприятиме посиленню громадської підтримки заходів щодо вирішення цієї проблеми.

Надмірна диференціація доходів є складною проблемою, яку неможливо вирішити лише економічними чи соціальними заходами. Важливо знайти комплексний підхід, який включає економічні, соціальні та політичні заходи.

Враховуючи вище сказані аспекти, надмірна диференціація доходів є комплексною проблемою, яка потребує комплексного підходу та скоординованих дій. Його вирішення сприятиме більш справедливому та стабільному суспільству, що важливо для забезпечення довгострокового економічного та соціального розвитку.

Список використаних джерел

1. Audit as an integral part of business security ensuring organizational and legal aspect. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/86fcf6dbbbcd5c4a514-cf6c4022d74e9.pdf>
2. <https://swsu.ru/sbornik-stately/evropeyskiy-soyuz-sovremennye-vyzovy.php>
3. <chromeextension://oemmndcbldboiebfnladdacbfmadadm/http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5693/1/21Boyarkina.pdf>

Ткачук Є. М.

здобувач вищої освіти ступеня

магістра

ОПП «ІТ маркетинг»

спеціальності «Маркетинг»

Науковий керівник: Разумова Г. В.,

д.е.н., доц., професор кафедри

маркетингу та бізнес-

адміністрування

Приазовський державний технічний

університет

БІЗНЕС-АНАЛІТИКА ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

При сучасних умовах праці, під час війни, кожне підприємство повинно збирати, аналізувати та інтерпретувати дані, щоб зрозуміти поточний стан бізнесу і виявити можливості для його покращення. Бізнес завжди повинен приймати обґрунтовані рішення, а коли ідуть бойові дії – двічі обдумані.

Малий та середній бізнес завжди конкурує, в першу чергу, з великим бізнесом, які, як правило, є лідерами ринку. Лідери ринку мають більше ресурсів, але малий та середній бізнес швидше приймають стратегічні рішення.

Категорія «A Business Intelligence System» вперше ввів у 1958 році дослідник фірми ІВМ Ганс Пітер Лун у однойменній статті [1]. У сучасному світі бізнес аналіз – це вже окрема професійна дисципліна, яка визначає потреби та дає рішення проблем бізнесу. На рис. 1 представлено прямий зв'язок між стратегією розвитку підприємства та бізнес-аналітикою.

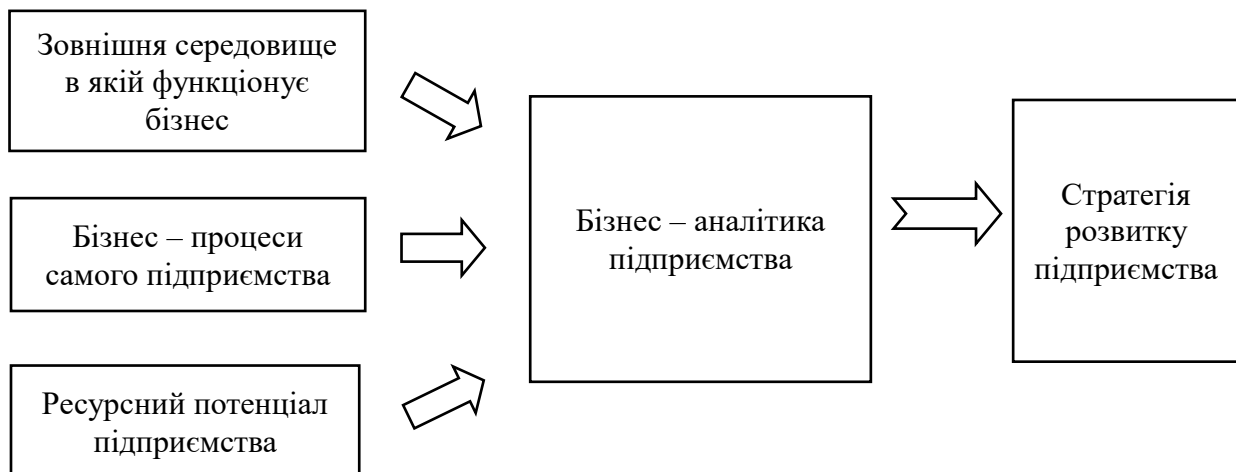


Рис. 1 – Зв'язок між стратегією розвитку підприємства та бізнес-аналітикою

Джерело: [2]

При побудові ефективної системи бізнес-аналітики треба враховувати економічні, технічні, управлінський та організаційні принципи. Треба

організувати збір правдивих та достовірних даних, бо це основа бізнес-аналізу. На великих та середніх підприємствах за це відповідають цілі підрозділи, а на маленьких – відповідають окремі працівники, які, як правило, роблять це паралельно з основним функціоналом або взагалі аутсорсингу.

У світі бізнесу вже розроблений алгоритм бізнес-аналітики. Перший і мабуть головний етап – це збір даних. Необхідно зібрати достовірні дані, бо хибна інформація дасть відповідно хибні висновки та невірну стратегію розвитку. Оскільки усі данні беруться з різних джерел, вкрай важливо їх консолідувати для подальшого аналізу.

На наступному етапі при обробці даних використовується інструментарій діагностичної, описової, рекомендаційної та прогнозної аналітики. Коли підприємство використовує інструменти бізнес-аналітики на основі правдивих даних, йому вдається підняти показники рентабельності та якісні показники бізнес-процесів. Керівництво отримує інформацію про функціонування підприємства взагалі та окремо по кожному підрозділу, отримується інформація про можливості підприємства та потенційні ризики. Маючи можливість оцінити усі ці показники менеджер у великих корпораціях, або сам власник малого бізнесу приймає рішення та формує стратегію подальшого розвитку.

Таким чином, можна дійти висновку, що аналітика бізнес-процесів допомагає підприємству зміцнити свою конкурентоспроможність та збільшити свій прибуток. В наш час, коли іде війна і зовнішнє середовище може змінитися за дуже короткий час, світ вимагає від менеджерів постійного збору даних та аналізу бізнес-процесів. Крім того, на постійній основі необхідно слідкувати за ресурсними показниками. Тільки за таких умов можливо вчасно змінити постачальника, не зупиняючи виробництво, закрити питання щодо кадрових питань, вирішити проблему електроенергією, або взагалі змінити місце розташування виробництва.

Список використаних джерел

1. Business intelligence. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Business_intelligence#cite_note-3.
2. Міценко Н., Воронко О., Боднарюк В., Кабаці Б. Бізнес-аналітика як стратегічний ресурс розвитку та реалізації потенціалу підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2022. № 6. Том 2. С. 129-135. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-24](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-24)
3. Гірінова Л. В., Сибірякова І. Г. Інформаційні системи та технології. Ч.1: Технічне та програмне забезпечення інформаційних технологій та систем : навч. посібник. Харків : Monograf, 2016. 121 с.
4. Разумова Г. В., Оскома О. В. Удосконалення механізму управління фінансово-економічною безпекою підприємства. Theoretical Foundations in Economics and Management: collective monograph / Toporkova O., Lytovchenk O., etc. International Science Group. Boston : Primedia eLaunch, 2022. P. 265-273. <https://doi.org/10.46299/ISG.2022.MONO.ECON.2.4.12>

*Турило А.М.,
д.е.н., професор,
професор кафедри фінансів,
суб'єктів господарювання та
інноваційного розвитку,
Криворізький національний
університет*

МЕТОДОЛОГІЯ – ВАЖЛИВИЙ ЗАСІБ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА, ЕКОНОМІКИ І НАУКИ

Будь-яке суспільство постійно знаходиться в своєму розвитку. Однак якість такого розвитку може бути різною.

На рівень розвитку суспільства, у тому числі і такі важливі його сфери, як економіка і наука, впливає безліч різних чинників і обставин.

Розвиток суспільства відбувається у відповідності до сукупності певних об'єктивних законів і закономірностей, базується на загальних принципах суспільного і наукового характеру.

Тому досліджуючи і плануючи процеси суспільного, економічного й наукового розвитку не обійтись без методології.

Виникнення методології стало об'єктивною необхідністю, бо вона дозволила суттєво покращити підходи до наукових досліджень, і тим самим ґрунтовність їх в сферах економіки й суспільства в цілому.

Разом з тим, в існуючих на сьогодні трактуваннях терміну «методологія наукових досліджень», на наш погляд, недостатньо повно відображена його сутність.

В одних випадках методологія наукових досліджень розкривається з наголосом на методах, в інших на методах і принципах, методах і організації тощо.

Далі, одні автори визначають методологію як сукупність методів, інші як науку.

На засадах цього, проаналізувавши існуючий матеріал відносно терміну «методологія наукових досліджень» вважаємо за можливе представити авторське тлумачення даного терміну.

Методологія наукових досліджень – це вчення стосовно організації і інтелектуального забезпечення наукового дослідження на базі відповідних йому різних наукових методів і інструментів.

Вважаємо, що методологія, як і наука, діалектично розвивається, а це означає що процес удосконалення в будь яких явищах, процесах і об'єктах є об'єктивно затребуваним. На цьому і базувались наші пропозиції відносно сутності терміну «методологія наукових досліджень».

*Турило А.А.,
д.е.н., професор кафедри економіки,
організації та управління
підприємствами
Єлізаров І.Г.,
асистент кафедри
менеджменту і адміністрування
Криворізький національний
університет*

РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Персонал підприємства в його ієрархії, декомпозиції і структурі, від топ-менеджерів до простих робітників, виключно визначає якість всіх матеріальних і нематеріальних його елементів, утворює і розвиває загальну, сегментну та деталізовану якість підприємства. Здійснює ці функції персонал підприємства через людський капітал, інтелектуальний капітал та соціальний капітал підприємства.

Топ-менеджмент підприємства відповідає за зміст і напрями формування матеріальної та нематеріальної якості в окремих структурах і в цілому по підприємству.

Деталізація процесу формування і контролю якості підприємства у всіх сферах господарювання і елементах підприємства залежить від його існуючого фінансово-економічного стану і поставлених перед ним стратегічно-тактичних цілей.

Вищий менеджмент підприємства в певній мірі (на базі визначених критеріїв) передає функції, щодо управління окремими аспектами якості підприємства менеджерам на нижчих щаблях керівництва діяльністю підприємства.

Критерії щодо допуску управління формуванням якості підприємства в окремих його елементах і сферах визначаються певним положенням по підприємству «Про системну якість підприємства». Таке положення розробляється відповідною групою фахівців і експертів в даній галузі з обов'язковим використанням:

провідного світового підприємницького досвіду;

існуючих світових напрацювань в галузі якості і стандартів;

наукових світових та вітчизняних досліджень, пов'язаних з формуванням, управлінням та оцінюванням якості підприємства при його створенні (в матеріальній і нематеріальній сферах), при реалізації загального потенціалу якості підприємства та забезпеченні його конкурентного зростання;

комплексного аналізу специфіки та стану якості підприємства, що досліджується.

Практичну реалізацію сформованого загального рівня якості підприємства здійснюють всі працівники підприємства, в результаті чого якість підприємства в процесі всієї господарської діяльності трансформується спочатку в якість

продукції (робіт, послуг), що реалізується на ринку, а потім в головній меті діяльності підприємства в якості прибутку підприємства.

Список використаних джерел

1. Базилюк А., Хоменко В. (2021) Інвестування в людський капітал як складник корпоративної соціальної відповідальності. *Причорноморські економічні студії*, Вип. 66, 30-34
2. Гільорме Т., Кислиця К. (2016) Оцінювання людського капіталу як складової стратегії соціальної відповідальності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*, Вип. 10, 296-301
3. Охріменко О., Іванова Т. (2015) *Соціальна відповідальність*. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 180 с.
4. Турило А.М., Турило А.А. (2022) *Цінність людини і людський капітал – фундаментальні чинники фінансово-економічного розвитку суб'єктів господарювання*. Кривий Ріг: Видавець Роман Козлов. 140

Тютюнник Ю.М.,

к.е.н., доц.

Тютюнник С.В.,

к.е.н., доц.

Полтавський державний аграрний університет

ТЕСТУВАННЯ АКТИВІВ НА ПРЕДМЕТ ЗМЕНШЕННЯ КОРИСНОСТІ

В умовах військової агресії РФ проти України швидке погіршення економічного середовища та збільшення невизначеності макроекономічних та ділових перспектив призвели до суттєвого зростання ймовірності настання подій, які можуть спричинити зменшення корисності, що, відповідно, вимагає проведення тесту на предмет зменшення корисності, у тому числі для активів, які необхідно щорічно перевіряти на предмет зменшення корисності [1].

Питання зменшення корисності або знецінення активів регулює МСБО 36 «Зменшення корисності активів». Відповідно до п. 9 МСБО 36, в кінці кожного звітного періоду суб'єктові господарювання слід оцінювати, чи є якась ознака того, що корисність активу може зменшитися. Якщо хоча б одна з таких ознак існує, суб'єктові господарювання слід оцінити суму очікуваного відшкодування такого активу, тобто зробити тестування активів на предмет знецінення [2].

Ознаки того, що корисність активу може зменшитися, поділяються на зовнішні та внутрішні. МСБО 36 (п. 12) виділяє такі мінімальні показники зовнішніх та внутрішніх джерел інформації [2]:

1. Зовнішні джерела інформації:

- є видимі ознаки того, що вартість активу зменшилася протягом періоду значно більше, ніж можна було очікувати, внаслідок плину часу або звичайного використання;

- протягом періоду відбулися зміни зі значним негативним впливом на суб'єкт господарювання або вони відбудуться найближчим часом у

технологічному, ринковому, економічному або правовому оточенні, в якому діє суб'єкт господарювання, чи на ринку, для якого призначений актив;

- ринкові ставки відсотка або інші ринкові ставки доходу від інвестицій збільшилися протягом періоду, і це збільшення, ймовірно, вплине на ставку дисконту, застосовану при обчисленні вартості активу при використанні, і суттєво зменшить суму очікуваного відшкодування активу;

- балансова вартість чистих активів суб'єкта господарювання, що звітує, є більшою, ніж його ринкова капіталізація.

2. Внутрішні джерела інформації:

- є свідчення застарілості або фізичного пошкодження активу;

- протягом періоду відбулися суттєві зміни, які негативно вплинуть на суб'єкт господарювання, або очікується, що вони відбудуться у близькому майбутньому та змінять інтенсивність або спосіб нинішнього чи запланованого використання активу;

- наявні свідчення з даних внутрішньої звітності, які вказують, що економічна ефективність активу є або буде гіршою, ніж очікувана.

Відповідно до п. 10 МСБО 36, незалежно від наявності ознак знецінення, щорічно необхідно робити тестування активів на предмет знецінення для таких категорій необоротних активів:

- нематеріальних активів з невизначеним терміном використання;

- нематеріальних активів, які ще непридатні до використання;

- гудвілу.

Якщо можливо визначити окремий актив, проводиться тестування для окремого активу, якщо актив не можливо окремо визначити, проводиться тестування на рівні одиниці, що генерує грошові потоки, або групи таких одиниць (наприклад, якщо гудвіл виникає на рівні сегменту).

Для всіх інших необоротних активів тестування проводиться за наявності ознак знецінення.

Базовими поняттями, що стосуються тестування активів на предмет зменшення корисності, є:

- актив не може відобразитися у балансі за вартістю вищою, ніж сума його очікуваного відшкодування (recoverable amount);

- якщо сума очікуваного відшкодування менша ніж балансова вартість активу (carrying amount), в обліку необхідно відобразити знецінення активу на відповідну суму;

- балансова вартість (carrying amount) – це сума, за якою актив визнають після вирахування будь-якої суми накопиченої амортизації та накопичених збитків від зменшення його корисності;

- сума очікуваного відшкодування (recoverable amount) – це сума грошових потоків, яку може згенерувати актив. Це більша з двох оцінок активу (або одиниці, що генерує грошові кошти): справедливої вартості за мінусом витрат на вибуття (fair value less costs of disposal); його вартості при використанні (value in use);

- до оцінки майбутніх грошових потоків не включаються надходження або вибуття грошових коштів від фінансової діяльності.

Якщо є будь-яка ознака того, що корисність активу може зменшитися, суму очікуваного відшкодування слід попередньо оцінювати для окремого активу.

Суму очікуваного відшкодування окремого активу неможливо визначити, якщо актив не генерує надходження грошових коштів, які здебільшого не залежать від надходжень грошових коштів від інших активів.

Якщо неможливо попередньо оцінити суму очікуваного відшкодування окремого активу, суб'єкт господарювання має визначати суму очікуваного відшкодування одиниці, що генерує грошові кошти (cash-generating unit – CGU) і до якої належить актив (одиниця активу, яка генерує грошові кошти).

Наприклад, машина А є частиною CGU виробничої компанії. Компанія більше не планує використовувати машину А у виробничому процесі. Сума очікуваного відшкодування CGU (до якого входить машина А) перевищує балансову вартість. У такому випадку, машина А не буде включатися у CGU та буде тестуватися на предмет знецінення як окремий актив. Сума очікуваного відшкодування такого активу буде дорівнювати 0.

Одиниця, що генерує грошові кошти – найменша група активів, яку можна ідентифікувати і яка генерує надходження грошових коштів, що здебільшого не залежать від надходжень грошових коштів від інших активів або груп активів. Ідентифікація одиниці активу, що генерує грошові кошти, передбачає судження.

Визначаючи, чи не залежать надходження грошових коштів від активу (чи групи активів) від надходжень грошових коштів від інших активів (чи груп активів), суб'єкт господарювання бере до уваги різні чинники, зокрема те, як управлінський персонал керує операціями (наприклад, за асортиментом продукції, видами господарської діяльності, окремими місцями розташування, районами чи регіональними зонами або в інший спосіб) або як управлінський персонал ухвалює рішення про подальше використання активів чи їх продаж.

Розглянемо приклади, коли активи можна об'єднувати в одиниці, що генерують грошові потоки (CGU), а коли ні.

У першому прикладі візьмемо компанію, яка володіє мережею супермаркетів. Кожен окремий супермаркет зазвичай генерує грошові кошти незалежно від інших супермаркетів та оцінка їхньої діяльності менеджментом зазвичай робиться на індивідуальній основі. У такому випадку, скоріше за все, кожен супермаркет буде представляти окрему одиницю, що генерує грошові кошти (незважаючи на те, що певні функції можуть бути централізовані для всієї компанії – наприклад, фінанси чи маркетинг).

Якщо у компанії є гудвіл, який моніториться на регіональному рівні шляхом об'єднання супермаркетів за регіональною ознакою, то гудвіл буде тестуватися на вищому рівні (кілька одиниць, що генерують грошові кошти, будуть об'єднані в одну групу для цілей тестування гудвілу на предмет знецінення).

На противагу попередньому прикладу, розглянемо ситуацію, коли є компанія, однакова продукція якої виробляється на різних заводах. При цьому можливі такі варіанти:

- однакова продукція виробляється на заводах, які мають різне територіальне розташування;

- заводи завантажені не на повну потужність;
- менеджмент може приймати рішення стосовно алокації виробництва на один або інший завод та здійснити поставку однакового покупцю не залежно від того, на якому заводі була вироблена продукція;
- грошові потоки кожного заводу залежать від алокації обсягів виробництва.

Таким чином, заводи не є окремими одиницями, що генерують грошові потоки (як у випадку з супермаркетами), так як вони не генерують ці потоки незалежно один від одного.

Отже, МСБО 36 визначає процедури, які суб'єкт господарювання застосовує для забезпечення обліку своїх активів за сумою, яка не є більшою ніж сума їх очікуваного відшкодування.

Список використаних джерел

1. Алєєв Д. Зменшення корисності та визначення справедливої вартості. URL: <https://kpmg.com/ua/uk/home/insights/2020/04/covid-19-assets-1a.html> (дата звернення: 03.01.2024).

2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 36 «Зменшення корисності активів». URL: https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%9C%D0%A1%D0%91%D0%9E%2036_ukr_2020.pdf (дата звернення: 03.01.2024).

Федоренко О.В.

здобувач вищої освіти ступеня

бакалавр

ОПП «Міжнародні економічні відносини»

спеціальності «Міжнародні економічні відносини»

Черепанова В.О., к.е.н., проф.

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

Національний технічний університет «ХПІ»

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Здійснення комерційних операцій в міжнародному бізнесі має суттєві відмінності від проведення аналогічних операцій в національному бізнесі. Велику роль для ефективної діяльності підприємства на зовнішньому ринку набувають положення, про які вітчизняним підприємствам не приходиться навіть брати до уваги [1, 5, 9]. Тому стає в достатній мірі очевидним актуальність та необхідність детального дослідження особливостей форм і методів ведення і управління бізнесом на міжнародному рівні.

Протягом останніх десятиліть саме стрімкий розвиток глобальних виробничих мереж, головним чином у вигляді транснаціональних корпорацій, зумовив швидкі темпи зростання обсягів міжнародної торгівлі товарами. Цьому сприяли лібералізація міжнародної торгівлі, активізація процесів міжнародної

економічної інтеграції, уніфікація та стандартизація технічних, санітарних, екологічних та інших норм та стандартів, удосконалення засобів транспортування вантажів, стрімкий розвиток інформаційних та телекомунікаційних мереж тощо [1, 3, 7]. Багато видів міжнародного бізнесу фокусуються на глобальних ресурсах і можливостях, їхня діяльність дедалі менше «прив'язується» до конкретної країни та здійснюється в контексті глобалізаційних процесів. Міжнародний бізнес може розглядатися як самостійна соціально-економічна система, що включає суб'єктів міжнародної економічної діяльності; міжнародні ділові та трудові відносини; міжнародне підприємницьке середовище; зв'язки із споживачами, органами влади, бізнесом; накопичені знання, інноваційний потенціал; інституційні структури.

Як елемент світового господарства міжнародний бізнес виконує низку специфічних функцій [4, 9, 11]:

- створення та розвиток глобальних ланцюгів виробництва доданої вартості та глобальних інноваційних мереж;
- формування міжнародних структур та забезпечення міжнародних потоків продуктів, послуг, інформації, капіталу, робочої сили;
- розробка глобальних інновацій;
- поширення знань та технологій;
- інтегрування наукового потенціалу країн та консолідація світових наукових ресурсів.

У той же час, незважаючи на збільшення ступеня глобалізації, ефективність та результативність міжнародного бізнесу все одно значною мірою залежить від національних умов. З переходом до економіки знань ця залежність дедалі менше стосується природних ресурсів і дедалі більше – інтелектуальних ресурсів, знань, інституційних умов НДДКР та інноваційної діяльності. Сучасний міжнародний бізнес демонструє високий рівень організації, складні різноманітні та гнучкі системи управління, що дозволяють ефективно здійснювати господарську діяльність на глобальному рівні. Найважливішою передумовою та умовою для цього є постійні зовнішні та внутрішні комунікації, які здійснюються переважно за рахунок інтранетів та інтернету. Враховуючи той факт, що в сучасних умовах значимість соціального капіталу багаторазово зростає, слід брати до уваги, що довкола міжнародного бізнесу формується особливе комунікаційне середовище в рамках глобалізованого економічного простору.

Таким чином, знання в сучасному міжнародному бізнесі розглядаються як джерело конкурентних переваг, пов'язаних з продуктом, технологією, 47 бізнес-процесами та маркетингом. При цьому володіння знаннями, здатність їх генерувати або абсорбувати та організовувати – це також найважливіші конкурентні переваги. Розглядаючи знання як фактор сталої глобальної конкурентної переваги, доцільно зосередити увагу на подоланні бар'єрів та обмежень діяльності; підвищення мобільності, розгортання інноваційної діяльності; формуванні ключових компетенцій; ефективному стратегічному та оперативному управлінні. Формування конкурентних переваг передбачає отримання знань, їх накопичення та перетворення, у зв'язку з чим виникає

потреба та в управлінні знаннями. Управління знаннями доцільно розглядати як новий напрямок міжнародного менеджменту. Це обумовлено переважанням інноваційного типу конкуренції на світових ринках та активізацією діяльності корпорацій у сфері знань, зокрема розвитком співпраці з наукою, збільшенням обсягу міжнародного трансферу знань, а також зміною стратегій та моделей інноваційної діяльності. У своїй діяльності компанії стикаються з численними проблемами, які потребують спеціалізованого керування знаннями. Наприклад, це стосується розробки інновацій, отримання необхідних знань, досягнення продуктивності використання знань, підвищення ефективності інтелектуальної праці та НДДКР. Управління знаннями є особливо важливим, якщо йдеться про розробку великих та значущих інновацій, які потребують великих витрат, складної роботи над «проривним» досягненням.

Становлення глобальної економіки знань створює контекст і істотно впливає розвиток міжнародного бізнесу, зокрема еволюцію ТНК, зумовлюючи поява нових тенденцій. Це стосується перерозподілу капіталу, що випереджає розвиток технологічного бізнесу, зокрема інтернет-компаній, підвищення інноваційної активності, виникнення нових форм міжнародного бізнесу в інтернет-економіці тощо. Враховуючи нові особливості розвитку, посилюється роль ТНК у формуванні глобальних інноваційних мереж. Особливостями інноваційної активності сучасних ТНК виступають: пошук знань та спеціалістів по всьому світу; активну співпрацю з університетами та професійними спільнотами у різних країнах; вертикальна інтеграція з малими та середніми інноваційними компаніями, поглинання інноваційних стартапів; об'єднання мультинаціональної та глобальної комерціалізації інновацій. При цьому більшість ТНК цілеспрямовано виробляють міжнародні корпоративні інноваційні системи. Міжнародні взаємодії у сфері знань стають самостійним видом бізнес-комунікацій та включаються до системи міжнародних економічних відносин. У контексті активізації інноваційної діяльності в міжнародному бізнесі протягом останніх десятиліть спостерігалися зміни і в його управлінні. Зокрема, відбувається перехід до мотиваційного управління, неієрархічних структур, гнучких моделей організації інноваційних процесів.

Список використаних джерел

1. Макаруч, К. (1). Міжнародний бізнес в умовах глобалізації: теоретичний аспект. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (1086), 28-31.
2. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент. К. : КНЕУ, 2004. 541 с.
3. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
4. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
5. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
6. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.

7. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
8. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva., Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
9. Витвицька О.Д., Кобелева Т.О., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57.
10. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.
11. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // *Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр.* Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
12. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.
13. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11)*. 2017. P. 43-50.
14. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia. 2017. Part 2. № 4 (12)*. P. 106-111.

Фербей Г. М.

*здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра*

*ОПП “Облік і оподаткування”
спеціальності “Облік і
оподаткування”*

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Рилєєв С. В.

*Чернівецький торговельно-
економічний інститут*

*Державного торговельно-
економічного університету*

ПРОБЛЕМИ ТА ОКРЕМІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ТОВАРНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Повномасштабне вторгнення військ РФ в Україну створило та продовжує створювати значні перешкоди для розвитку товарного бізнесу, в першу чергу через економічну нестабільність, високі рівні ризиків та невизначеності. У такий важкий час відбувається зниження рівня життя та платоспроможності українців. Населення в першу чергу витрачає кошти саме на товари першої необхідності, а вже потім на інші товари, роботи та послуги.

Багато українців втратили своє житло та роботу, стали внутрішньо переміщеними особами, виїхали за кордон легальним та нелегальним шляхами. Частина населення є мобілізованою. За таких умов, природно, кількість платоспроможних як фізичних, так і юридичних осіб в Україні, стала значно нижчою, ніж була до війни [1]. Зовнішня міграція населення, зокрема виїзд

висококласних спеціалістів, негативно вплинула на всі сфери життя українського суспільства.

Крім того, війна супроводжується руйнуванням транспортної, енергетичної, складської та інших інфраструктур, логістичних центрів тощо.

В умовах воєнного стану відбувається деяке обмеження пересування громадян, іноземців та осіб без громадянства, а також руху транспортних засобів в Україні. Створюються контрольні-пропускні пункти, блокпости, посилюється контроль на них, а також запроваджуються інші обмеження відповідно до чинного законодавства України. Це призводить до певних ускладнень в системі організації та безпосереднього постачання товарів клієнтам.

Негативний вплив на стан та розвиток товарного бізнесу здійснює блокування в'їзду вантажних транспортних засобів на кордоні України з Польщею, Угорщиною. Не забуваємо й про обмеження надходження та постачання товарів морським транспортом внаслідок блокування вітчизняних портів, а також мінування рф акваторії Чорного моря.

Повномасштабні військові дії на території України змінили та продовжують змінювати політичну та соціальну ситуацію в країні. Все це призводить до змін у правовому середовищі й міжнародних відносинах, що може привести як до покращення, так і ускладнення умов ведення бізнесу.

Враховуючи зазначені вище перешкоди, наразі розвиток товарного бізнесу в Україні є нелегким завданням, яке вимагає з одного боку стратегічного планування, а з іншого гнучкості та швидкої адаптації суб'єктів макро-, мезо-, мікроекономічного рівнів до змін, що відбуваються в вітчизняному та міжнародному просторі.

Розвиток товарного бізнесу має комбіновану важливість, охоплюючи економічні, соціальні та культурні сфери суспільства. Він впливає на підвищення життєвого рівня, досягнення інновацій і стимулює зростання економіки. Ось декілька порад, як не лише «залишитися на плаву», але й розвивати свій товарний бізнес, навіть у сучасних умовах господарювання:

1. Диверсифікація продуктів. Передбачає розширення як існуючого товарного асортименту, так і виробництво (постачання) нових видів продукції (товарів, робіт, послуг).

2. Онлайн-продажі. Воєнний стан призводить до зменшення кількості клієнтів безпосередньо у традиційних магазинах, отже важливо залучати нових клієнтів через онлайн-канали (створення власного сайту, онлайн-дошки оголошень, використання можливостей соціальних мереж тощо). При цьому не забуваємо про організацію та функціонування ефективного кіберзахисту.

3. Гнучкість щодо цін. Передбачає розробку та впровадження, а також подальше корегування, стратегії гнучких цін, що дозволить привернути нових та зберегти існуючих клієнтів. Значне погіршення платоспроможності юридичних та фізичних осіб призвело до скорочення купівельного попиту, отже запровадження знижок та проведення акцій можуть стимулювати продажі.

4. Реклама. Варто інвестувати у креативну та ефективну рекламу. Наразі популярною є реклама в Інтернеті, а саме у соціальних мережах й Google [2].

Важливо знайти способи, як привернути увагу людей і розповісти про свій бізнес. Реклама може бути засобом підтримки і розширення клієнтської бази.

5. Співпраця з іншим бізнесом. Необхідно звернути увагу на можливість спільних проектів або співпраці з іншими підприємствами-виробниками, посередниками та магазинами. Взаємодія з іншим бізнесом може створити вигоди, включно спільне залучення нових клієнтів.

6. Соціальна відповідальність. Слід показати свою підтримку та зацікавленість у благодійних акціях й соціальних програмах. Окремим аспектом у прозорості бізнесу, у т.ч. товарного, підвищення інвестиційної привабливості, формування позитивного бренду та ділової репутації, виступає складання та оприлюднення Звіту з корпоративної соціальної відповідальності.

7. Стимулювання кадрів. Використання всього спектру стимулювання персоналу дозволить знизити відтік як висококласних спеціалістів, так і робітників, а це надходження податків та зборів до бюджетів різних рівнів, а отже фінансування розвитку оборонно-промислового комплексу та військових потреб. Важливо також розвивати свою команду.

8. Підвищення якості товарів. Якщо клієнт купить якісний товар, він йому сподобається, то надалі клієнт захоче знову придбати товар саме у того продавця, якістю якого він був задоволений.

9. Забезпечення зростання та підтримка ділової репутації підприємства. Як вже функціонуючі, так й новостворені підприємства щодня стикаються з низкою проблем, однією з яких є формування, а також зростання ризику втрати ділової репутації.

У цьому аспекті важливо приділяти значну увагу потребам клієнтів. Потрібно надавати продукти, які перевищують очікування клієнтів. Це допоможе побудувати лояльність клієнтів й вони з задоволенням повертатимуться та будуть рекомендувати цей продукт іншим [3].

10. Планування діяльності. Вимоги сьогодення актуалізують увагу до процесів оперативного та тактичного планування, оскільки умови повномасштабної військової агресії з боку РФ значно підвищують рівень ризиків та невизначеності, отже довгострокове планування може не досягти очікуваних результатів.

Також в умовах війни для розвитку бізнесу оптимально займати вузьку нішу. Чудовою бізнес моделлю є: один клієнт – один продукт – один бренд [3]. Вихід на ринки інших країн також є перевіреним способом розширення товарного бізнесу.

Розвиток товарного бізнесу в умовах воєнних дій є викликом, але він можливий, зокрема шляхом запровадження в діяльність суб'єктів господарювання запропонованих заходів, які звичайно, можуть бути доповнені та деталізовані.

Уміння пристосовуватися до змін у політичному та економічному середовищі є ключовим аспектом успішного розвитку товарного бізнесу під час війни. Необхідно зберігати гнучкість і швидкість реагування на зміни й адаптувати місію, бізнес-стратегію та функціональні стратегії до нових умов, зосереджуючись на потребах й вимогах ринку.

Список використаних джерел

1. Юліана Гензель. Розвиток під час війни: 5 головних проблем українського бізнесу // Незалежний журналістський бізнес-портал «Mind» (дата розміщення: 03.08.2023). URL : <https://mind.ua/openmind/20260808-rozvitok-pid-chas-vijni-5-golovnih-problem-ukrayinskogo-biznesu> (дата звернення: 10.01.2024).
2. Дмитро Мирошниченко. Бізнес під час війни: 5 кроків до початку власної справи в Україні в 2024 році. Офіц. веб-сайт Агентства інтернет-маркетингу «Textum_» (дата розміщення: 17.10.2023). URL : <https://textum.com.ua/blog/biznes-pid-chas-vijny-5-kroktiv-do-pochatku-vlasnoyi-spravy-v-ukrayini-v-2024-roczii/> (дата звернення: 11.01.2024).
3. Вікторія Коломієць. Ваші конкуренти вже роблять це. 10 термінових порад для бізнесу від топ-підприємця // Офіц. веб-сайт Медії «ШоТам» (дата розміщення: 27.11.2022). URL : <https://shotam.info/ne-vyzhyvaty-a-zrostaty-10-porad-dlia-ukrainskoho-biznesu-iakyu-prahne-rozvyvatysia-pid-chas-viyny/> (дата звернення: 11.01.2024).

Фіалкін Д.В.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП “Менеджмент та
адміністрування”*

спеціальності “Менеджмент”

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Барибіна Я.О.

*Полтавський університет економіки
та торгівлі*

ВАНІ СВІТ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СТАРТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ У ГАЛУЗІ ПИВОВАРІННЯ

Криза викликана військовими діями на території України, визначила нові вимоги до становлення й розвитку діяльності підприємств. Необхідність забезпечення стабільного функціонування суб’єктів господарювання, стимулює розвиток стратегічного управління, оскільки його центральною ланкою є обґрунтування управлінських рішень, що базуються на зіставленні власного ресурсного потенціалу з можливостями та загрозами зовнішнього середовища.

Сучасні дослідження стратегування українських учених дедалі частіше концентруються навколо проблеми врахування у стратегуванні факторів невизначеності та ризику. Так, А. В. Вороніна та О. В. Копил аналізують особливості та технології прийняття стратегічних рішень в умовах динамічного бізнес-середовища та кризи.

Е. О. Юрій та І. Б. Луцик вивчають стратегічну діяльність суб’єкта господарювання в умовах невизначеності зовнішнього середовища, систематизують основні підходи до формування стратегії розвитку підприємства [6]. І. М. Крейдич, О. С. Наконечна, І. В. Наконечний досліджують стратегії мінімізації ризику підприємств під час управління їх інвестиційними ресурсами.

У наших попередніх дослідженнях було вивчено особливості галузі пивоваріння. Початок повномасштабної війни не тільки перевернув життя

кожного з нас, а й змусив переоцінити наявні цінності. Українці більше згуртовуються, демонструють незламність на всіх фронтах. Не стоїть остеронь і галузь пивоваріння. Доводиться інколи дивуватися тому, наскільки креативні проекти виникають у пивоварів, мета яких – зібрати кошти на підтримку армії. Попри все, на полицях супермаркетів з'являються нові сорти пива, засновники і керівники пивоварень намагаються зберегти робочі місця, знаходять можливості для вдосконалення виробництва, для розвитку, – вони впевнено рухаються вперед, підтримуючи українську економіку

На початку війни компанії зіштовхнулися із кількома викликами: сировинна криза, зруйновані логістичні ланцюжки, дефіцит палива, криза постачальників, а також повна заборона продажу алкогольних напоїв, під дію якої потрапило й пиво.

Через здорожчання та складності з логістикою виробники почали продавати пиво переважно в скляній тарі та в ПЕТ-кегах, оскільки робота з оборотною тарою (металеві кеги) дуже ускладнилась та стала низькорентабельною. Наприкінці 2022 року, як і всюди, в нас була гостра нестача електроенергії. Пивоварня потребує багато електрики для повноцінної роботи, тож більшу частину часу все працювало на генераторі, що позначилося на собівартості. Наприклад, одна варка пива – це близько 8 годин. Генератор «споживає» до 20 літрів дизпалива на годину, тож знаючи вартість пального, можна підрахувати, наскільки це дорого. Зараз трішки легше, ми працюємо на повну потужність і намагаємося підтримувати якість та стабільність. Також суттєво здорожчала сировина.

Найбільші виробники пива та соків у 2022 році значно скоротили продажі. Натомість «другий» та «третій» ешелони – вирости, про це свідчить дослідження Асоціації ритейлерів України та NielsenIQ.

У топ-5 найбільших виробників пива в Україні у 2022 році упали продажі (у грошах) на 24%. Про це йдеться в дослідженні, яке провели Асоціація ритейлерів України та дослідницька компанія NielsenIQ.

Найбільше скоротилися продажі у АВ Inbev – на 70%. Заводи цього виробника в Україні, через безпеку, не працювали з початку війни до середини осені. Найвідоміші бренди компанії «Чернігівське», «Рогань», Corona.

Крім АВ Inbev до переліку найбільших пивних компаній в Україні входить входить Carlsberg Україна, «Оболонь» та «Перша приватна броварня».

Частково долі лідерів перейшли до менших гравців. Так, тернопільська пивоварня «Опілля» наростила продажі на 81%, а «Уманьпиво» на 171%. (В попередній версії публікації було вказано, згідно дослідження, що продажі «Уманьпиво» виростили на 343%. Проте, виробник стверджує, що у 2022 році його збут збільшився на 171%).

Дослідження «Основні тренди ритейлу в умовах військових дій» провели Асоціація ритейлерів та компанія NielsenIQ. Дослідники мали на меті показати, як змінилася галузь роздрібною торгівлі в Україні та якою стала поведінка покупців.

“Згідно з повідомленням генерального директора ПрАТ «Укрпиво» Коренькової Г.М. експертна оцінка обсягу виробництва пива по Україні (крім

пива безалкогольного з умістом спирту до 0,5 об. %) за 9 місяців 2023 року склав – 104,1 млн. дал, та становить 111,3,8 % до аналогічного періоду 2022 року. У той же час зазначений показник становить лише – 77,3 % до обсягів виробництва 9-ми місяців 2021 року.

Вищезазначені проблеми та тенденції можна описати як «виживання» галузі пивоваріння у *VUCA світі*.

VUCA – це акронім англійських слів «volatility» (мінливість), «uncertainty» (невизначеність), «complexity» (складність) і «ambiguity» (неоднозначність).

Світ *VUCA* – це світ, в якому завдання прогнозування важко реалізувати [2; 3; 4].

Бізнес-середовище в контексті *VUCA*-світу характеризується такими ознаками. *Volatility* (мінливість, нестабільність, нестійкість, волатильність) – ситуація змінюється швидко і непередбачувано, хаотично, на основі даних змін не можна передбачати майбутню ситуацію або планувати дії.

Жорстоке збільшення чотирьох вимірів змін: тип, швидкість, обсяг і масштаб.

Uncertainty (невизначеність) – те «місце», де основні руйнівні зміни трапляються. І минуле в даному місці не є провісником майбутнього, адже визначення того, що гряде, є вкрай скрутним.

Complexity (складність) – те «місце», де безліч складних для розуміння фактів, причин і чинників формують проблеми. Складність «без чіткого зв'язку між причиною і наслідком зачіпає всі організації» [1].

Ambiguity (неоднозначність, неясність, двозначність, невизначеність) – те «місце», де складно відповісти на питання «хто, що, коли і чому» [2; 3; 5; 6].

Перехід від світу VUCA у світ BANI, або систематизації подій, які ми переживаємо, і реакцій на них – один із трендів нашого часу. На початку 1990-х американськими військовими було озвучено концепцію *VUCA*-світу. Вона вчила, як діяти в нестійких, невизначених, складних і неоднозначних ситуаціях, що з'явилися після закінчення холодної війни.

Поступово концепція *VUCA* перетекла у світ бізнесу. Чинники світу *SPOD* (*steady* – стійкість; *predictable* – передбачуваність; *ordinary* – простота, *definite* – визначеність), що панував до цього, втратили свою актуальність. Бути лідером тепер означало вміти пристосовуватися до змін турбулентного часу й управляти ними.

Однак військові дії російської федерації проти України докорінно змінили середовище діяльності соціально-економічних систем, тож акронім *VUCA* вже не неспроможний описати складність тих подій, які відбувається нині.

Тож на зміну *VUCA*-світу прийшов світ *BANI* – ще більш швидкий, складний і непрогнозований:

Brittle (крихкість) замість *Volatility* (нестабільності);

Anxious (тривожність) замість *Uncertainty* (невизначеності);

Nonlinear (нелінійність) замість *Complexity* (складності).

Для ефективною взаємодії з *VUCA*-середовищем була розроблена відповідна концепція – *VUCA Prime*. Її автор Боб Йохансен говорить про те, що

лідерів цього світу відрізняють Vision (бачення), Understanding (розуміння), Clarity (ясність) і Agility (швидкість).

Отже, варто зробити висновки, що лідерами пивоваріння будуть компанії, топ менеджери яких розумітимуть особовості BANI світу та креуватимуться у свої управлінських рішеннях саме цією концепцією.

Список використаних джерел

1. Шевченко Л. С. Стратегія організації в умовах обмежень, невизначеності та непередбачуваності. Економічна теорія та право. 2020. №3 (42). С. 8–27. DOI: 10.31359/2411-5584-2020-42-3-8.

2. Нові виклики: прощай, світ VUCA, ласкаво просимо у світ BANI <https://mind.ua/openmind/20235173-novi-vikliki-proshchaj-svit-vuca-laskavo-prosimo-u-svit-bani>

3. <http://ukrpivo.com/obsyag-virobnitstva-piva-za-9-misyatsiv-2023-roku/>

4. Легомінова С. В. Концептуальні засади стратегічного управління конкурентними перевагами підприємств // Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 18. С. 250–255.

Фірчук М. С.

здобувач вищої освіти ступеня бакалавра

ОПП “Облік і оподаткування” спеціальності “Облік і оподаткування”

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Рилєєв С. В.

Чернівецький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету

ПРОЦЕСНІ КОМАНДИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ КОМПАНІЙ

Повномасштабне вторгнення військ РФ призвело до падіння обсягів ВВП, збільшення зовнішньої міграції населення та внутрішньо переміщених осіб, захвату частини територій, руйнування та закриття підприємств, підвищення ризикованості та невизначеності ведення бізнесу тощо. Звичайно все це вплинуло на перебіг бізнес-процесів та удосконалення управління компаніями.

Основна мета управління бізнес-процесами (BPM, Business Process Management) – підвищення ефективності системи управління підприємством, яка досягається за рахунок скорочення витрат взаємодії між функціональними підрозділами, завдяки правильній організації процесів [1].

Організація управління виключно за командами процесу є протилежною крайністю функціональної організації управління, перетворюючи функціональні підрозділи на команди бізнес-процесів.

Можливість та існування низького рівня синергії, внутрішньої боротьби за ресурси клієнтів, відмінностей культури та процесів усередині групи компаній – все це природні характеристики розвитку великих компаній. Одне з рішень – створити єдину культуру покращення, основою якої є робота процесних команд (ПК).

ПК складається з власника процесу та підтримуючих його «гравців», які описують, аналізують й вдосконалюють бізнес-процес. Найбільш поширені в ПК ролі:

1. Менеджер процесу.
2. Процесний аналітик.
3. Проектувальник процесу.
4. Архітектор процесу.
5. Бізнес-аналітик.
6. Експерт в предметній області.
7. Представник керівництва.
8. В якості радників у ПК часто включають бізнес-архітектора та / або процесного архітектора [2].

ПК може називатися група наведених вище фахівців, чиї зусилля можуть бути об'єднані як на тимчасовій, так і постійній основі.

Продуктом діяльності є продукції, товари, роботи та послуги, вироблені ПК, як для внутрішнього так і зовнішнього споживання.

Команди процесів можна умовно розділити на дві групи, сформовані за об'єктами споживання виробленого ними товару, тобто. на продукти внутрішнього та зовнішнього споживання.

До основних принципів створення та функціонування ПК виходячи з управління бізнес-процесами можна віднести наступні:

1. Принципи пов'язання діяльності ПК.
2. Принципи технологічних вимог щодо діяльності ПК.
3. Принцип відтворюваності процесів, які забезпечують команди.
4. Принципи документування діяльності ПК.
5. Принципи управління діяльністю ПК.
6. Принцип відповідальності та контролю за діяльністю ПК.
7. Принцип оптимізації кількості та складу ПК.
8. Принцип ефективності та оцінки результатів діяльності ПК тощо.

Існують інструменти, які дозволяють управляти взаємодіями між командами процесів для підприємства. Зазначений інструментарій реалізується через програмне забезпечення для управління бізнес-процесами.

Завдяки можливостям хмарних сховищ, штучного інтелекту та аналітики великих даних BPMS перетворюється на інтелектуальне програмне забезпечення для керування бізнес-процесами (BPMS, Business Process Management System або Business Process Management Software), яке розширює автоматизацію процесів, прискорює розробку робочих циклів і покращує їх оркестрацію [3].

Окремим аспектом формування та функціонування ПК виступає підвищення культури, що передбачає:

1. Залучення учасників ПК до вирішення найбільш нагальних проблем.
2. Формування навичок домовлятися та приймати спільні рішення.
3. Формування навички вдосконалення технології діяльності.
4. Підвищення кадрового потенціалу компанії та розвиток кадрового резерву для менеджерів процесів.

Можна виділити такі етапи впровадження ПК в управління бізнес-процесами компаній:

1. Підготовчий етап.
2. Етап початку роботи ПК.
3. Етап звітування, контролю та оцінки ефективності функціонування ПК.

Звичайно, що кожен етап може бути деталізований з врахуванням потреб управління бізнес-процесами, розміру та видів економічної діяльності, застосування програмного забезпечення, виробничо-технологічних особливостей тощо.

Повноцінно та безповоротно в культуру компаній ПК інтегруються та покажуть свою ефективність через рік-півтора, але вже зараз для більшості керівників процеси стали способом вирішення проблем та стабілізації роботи.

Реалізація зазначених підходів дасть можливість як керівництву компанії в цілому, так й ПК зокрема, швидко ідентифікувати ключові організаційні проблеми, розробити систему заходів щодо запобігання їх виникнення усунення в умовах запровадження воєнного стану.

Список використаних джерел

1. Business Process Management, BPM // Офіц. веб-сайт ТОВ «Айті Інтерпрайсес». URL : <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/business-process-management-bpm> (дата звернення: 07.01.2024).
2. Процесна команда // Офіц. веб-сайт ТОВ «Бюро проектного менеджменту». URL : <https://pmb.com.ua/uk/slovar-terminov/protsessnaya-komanda/> (дата звернення: 07.01.2024).
3. Про програмне забезпечення для керування бізнес-процесами // Офіц. сайт Microsoft Corporation українською мовою <https://powerautomate.microsoft.com/uk-ua/bpms-business-process-management-software/> (дата звернення: 07.01.2024).

Ходзицька В. В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бухгалтерського
обліку та консалтингу,
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені
Вадима Гетьмана»*

СКЛАДАННЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ-КРОК ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ФАХОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ

Актуальність теми. Згідно з дослідженнями Інституту культури миру на сьогодні в світі налічується 32 конфлікти, серед яких лише один розгортається

на території Європейського континенту-збройна агресія проти України, яка триває понад 10 років. Тому кроки щодо відновлення України будуть потребувати вдосконалених компетентностей.

Мета. Описати важливість складання нефінансової звітності для прийняття стратегічних управлінських рішень, ключовим маркером яких є розробка та реалізація стратегії.

Результати дослідження. Для досягнення успіху, в післявоєнний період, організації повинні використовувати підходи ефективного стратегічного обліку на доповнення до вже існуючої системи управлінського обліку. Необхідність у більшій підзвітності та законності змінюється протягом останніх десятиліть, що передбачає вдосконаленого розкриття інформації про дії, що здійснюються організаціями. А отже поява цих нових моделей управління призвела до розкриття елементів нефінансової інформації. Крім того, після повномасштабного вторгнення суб'єкти господарювання почали бути більш відповідальними в середовищі, в якому вони діють. У зв'язку з цим нефінансова інформація в останні роки розглядається як альтернатива та пропонується у традиційних фінансових звітах, щоб задовольнити запити різних зацікавлених сторін з питань, що стосуються законності та підзвітності. Корпоративне управління та соціальна відповідальність інформації є однією з найбільш затребуваних аспектів, особливо після початку воєнних дій [1].

Незважаючи на це, баланс між фінансовою та нефінансовою прозорістю може бути корисним, забезпечуючи інформаційний потік, що представляє суспільний інтерес та дозволяє зацікавленим сторонам взаємодіяти з господарюючими суб'єктами та брати участь у прийнятті нефінансових рішень. Крім того, більша інформаційна прозорість допомагає підтримувати постійний зв'язок між підприємствами та її зацікавленими сторонами, допомагаючи організації інформувати про свої дії.

Підзвітність, як засіб створення цінності та покращення залучення зацікавлених сторін, повинна бути впроваджена через нефінансову прозорість, розкриття разом із фінансовою інформацією як на державних так і на приватних підприємствах. У зв'язку з цим більшість літератури про розкриття інформації в основному зосереджується на аналізі нефінансової інформації, що міститься у щорічному звіті недержавних підприємств; порівняльні дослідження щодо прийняття різних звітів у державному секторі; аналіз впровадження нових інтегрованих моделей розкриття інформації; та звітність про стійкість або розкриття інтелектуального капіталу в університетському секторі [2]. Також важливими є дослідження, котрі аналізують мотивацію залучення зацікавлених сторін через соціальні мережі щодо приватного та державного сектору. Однак аспектам нефінансової та фінансової інформації приділяється недостатньо уваги, особливо в університетському секторі.

Більшість досліджень констатують, що для задоволення очікуваних різних соціальних та правових питань, університети повинні поєднувати та підтримувати міцні та довготривалі стосунки з їх стейкхолдерами та прагнути їх залучити.

Протягом довоєнного періоду розповсюдження фінансової інформації було однією з головних тем наукової літератури. Відповідно до сталої нормативної бази у недержавних підприємствах фінансова інформація досягла норми та загального визнання, тоді як докладаються зусилля дедалі більше сприяти поширенню нефінансової інформації в державному секторі економіки.

Створення ланцюжка цінностей для зацікавлених сторін стало важливим питанням менеджменту господарюючих суб'єктів та посилило важливість розкриття нефінансової інформації. Крім того, більша прозорість нематеріальних активів стала на часі більшої підзвітності у відповідності з новими моделями управління. Паралельно, завдяки вимогам більшої прозорості та підзвітності, а також безперервності конкуренції у досконалості, університети змушені сприяти більшій видимості своїх результатів, обов'язково включаючи більшу кількість нефінансових показників. Крім того, «управління легітимністю в значній мірі спирається на спілкування». Тому університети зацікавлені в стратегіях, які можуть підвищити рівень взаємодії між суб'єктами господарювання та державним управлінням, використовувати діджитал-технології для забезпечення зрозумілості зацікавлених сторін та менеджменту діяльності, який вони здійснюють. Таким чином, університети як основні інститути суспільства повинні підтримувати міцність і тривалість відносини зі стейкхолдерами[3].

Неоднорідність практики звітності суб'єктів господарювання констатуються шляхом надання невичерпного списку показників, що використовуються для звітів, які містять або частину нефінансової інформації, або повний її пакет, які розкривають протягом звітного періоду: річний звіт, річну консолідовану та окрему фінансову звітність, періодичну проміжну фінансову звітність, повний пакет річної фінансової звітності, інтегрований звіт, інтегрований річний звіт, звіт зацікавлених сторін, звіт про корпоративну відповідальність, звіт про корпоративне управління, звіт про стійкість, звіт з питань соціальної, етичної та стійкої діяльності, соціальний та екологічний звіт, комітет з соціальних та етичних питань звіт, звіт про управління ризиками та капіталом. Така неоднорідність пояснюється відсутністю комплексного узгодження, що змушує фірми застосовувати та коригувати свої спеціальні практики розкриття інформації. [4].

Соціальна звітність, яка є однією з різновидів нефінансової звітності, відіграє особливу роль для країн та їх бізнес-структур (для створення їх привабливого іміджу, надійної репутації, залучення нових інвесторів, зміцнення довіри ділових партнерів та суспільства в цілому). Все більше вітчизняних компаній, враховуючи міжнародний досвід, готові надавати та звітувати за нефінансовими показниками.

В умовах повномасштабного вторгнення та кризових явищ суспільства господарюючі суб'єкти готові забезпечити умови для дотримання соціальної відповідальності, стабілізації економічного розвитку на різних рівнях управління.

Але, поряд з тим виникає проблема, яку потрібно вирішити після коригування умов складання та розкриття інформації про нефінансову звітність.

Менеджмент підприємств повинен встановити внутрішній і зовнішній контроль над якістю та надійністю нефінансового звітування. Перш за все, такий контроль повинен бути організований самим менеджментом суб'єкта господарювання на рівні власної системи внутрішнього аудиту, діяльності служби внутрішніх контролерів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, нефінансова звітність повинні розкривати діючу бізнес-модель, ризики, пов'язані з проблемами, згаданими у звітах управління та заходи з управління ризиками, політики та їх наслідки для такої діяльності, включаючи результати процесу аудитування. Головні процедури внутрішнього контролю доречні для зосередження на дотриманні міжкорпоративних нормативних актів щодо складання нефінансової звітності, на механізмах формування та обробки, а також зберігання нефінансових даних, ризиках менеджменту та оцінці ефективності заходів, вжитих для забезпечення умов коректного та правдивого складання нефінансової інформації.

Список використаних джерел

1. Paper by Claire Jeffery with the support of Jade Tenwick and Ginevra Biccio. Editor: Filip Gregor, Head of Responsible Companies at Frank Bold Comparing the implementation of the EU Non-Financial Reporting Directive in the UK, Germany, France and Italy// URL <http://www.purposeofcorporation.org/comparing-the-eu-non-financial-reporting-directive.pdf>
2. Olena Petryk, Oleksii Kurylo, Oleksandra Karmaza, Vitalii Makhinchuk and Olga Martyniuk (2018). Non-financial reporting of companies and the necessity of its confirmation by auditors in Ukraine. Problems and Perspectives in Management, 16(2), 385-395. // URL https://businessperspectives.org/journals/problems-and-perspectives-in-management/issue-282/non-financial-reporting-of-companies-and-the-necessity-of-its-confirmation-by-auditors-in-ukraine;file:///E:/%D0%97%D0%B0%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%BA%D0%B8/PPM_2018_02_Petryk.pdf
3. Laura Saraite-Sariene, Juana Alonso-Cañadas, Federico Galán-Valdivieso and Carmen Caba-Pérez Non-Financial Information versus Financial as a Key to the Stakeholder Engagement: A Higher Education Perspective *Sustainability* 2020, 12(1), 331// URL <https://doi.org/10.3390/su12010331>; <file:///E:/%D0%97%D0%B0%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%BA%D0%B8/sustainability-12-00331.pdf>
4. Hervé Stolowy & Luc Paugam (2018) The expansion of non-financial reporting: an exploratory study, *Accounting and Business Research*, 48:5, 525-548 // URL <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470141>; <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00014788.2018.1470141>

Хорішко Андрій Михайлович
здобувач вищої освіти ступеня
доктора філософії
ОПП “Економіка”
спеціальності 051 “Економіка”
Науковий керівник - д.е.н.,
професор, Томілін О.О.
Полтавський державний аграрний
університет

ЦІНОУТВОРЕННЯ – ОДИН ІЗ ІНСТРУМЕНТІВ РОЗВИТКУ ОБСЛУГОВУЮЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Досвід розвинених країн свідчить про те, що основними перевагами об'єднання дрібних сільгоспвиробників у кооперативи є: посилення впливу виробника на рівень закупівельних цін на сировину та ціну реалізації сільськогосподарської продукції переробним підприємствам. За роки української державності ціни виробників у національній економіці зросли майже в десять разів, порівняно з цінами виробників сільськогосподарської продукції. В юридичній літературі визначено ціну як правову категорію та як правову форму вираження вартості продукції реалізованої суб'єктами господарювання, яка знаходить своє закріплення в законодавчих актах державних правотворчих органів і локальних актах. Цілісність агропромислового виробництва обумовлене зростанням технологічної взаємодії галузей національної економіки, системної взаємодії міжгалузевих економічних зв'язків. Саме через запровадження механізму справедливого розподілу доходу та механізму вільного ціноутворення на продукцію аграрної сфери можливо нормативне забезпечення рівня рентабельності виробництва агропромислового виробництва. Проблемою розвитку обслуговуючої кооперації в аграрній сфері є відсутність визначення статусу сільськогосподарського кооперативу та податкового механізму регулювання на законодавчому рівні. Потребує подальшого дослідження питання обслуговуючої кооперації в системі аграрного виробництва. Нині Україна стоїть на позиції зростання ролі сільськогосподарської обслуговуючої кооперації у ході громадської еволюції від явища нетривкого, локального і випадкового до необхідного, універсального і загального. Перехід на ринкові відносини сприяє широкому розвитку сільськогосподарської обслуговуючої кооперації в агропромисловому виробництві. Специфіка сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів полягає в забезпеченні економічних інтересів своїх членів, орієнтації на їх потреби, а не лише на одержання прибутку. Кооперування дає змогу прискорити формування на селі сільськогосподарської обслуговуючої кооперації.

При кооперативних формах обслуговування невідкладним є створення сучасних інфраструктур:

– мережа власних підприємств по переробці та збуту продукції;

– систему безперебійного постачання сільськогосподарським підприємствам засобів захисту рослин від шкідників та хвороб, стимуляторів росту, мінеральних та органічних добрив;

– надання послуг в сфері обслуговуючої кооперації.

Переваги обслуговуючої кооперації, в порівнянні з іншими об'єднаннями є те, що в першому випадку є можливість переходити від простих форм кооперування до все складніших. Це процес взаємодії і співробітництва серед різних організаційно-правових структур, які направлені на покращення використання їх виробничого потенціалу. Обслуговуючий кооператив виступає організаційною ланкою між товаровиробниками матеріальних засобів та постачальниками матеріальних засобів.

До основних завдань які сьогодні стоять перед агропромисловим виробництвом можна назвати наступні:

– створення системи ціноутворення через організацію прогнозного агропромислового ринку;

– створення умов для здорової конкуренції;

– впровадження нових технологій при виробництві продукції;

– створення умов для зацікавленості, як іноземних так і вітчизняних інвесторів;

– залучення різноманітних форм кредитування малого і середнього бізнесу.

Розвиток сільськогосподарської обслуговуючої кооперації у сільській місцевості потребує приведення кооперативного законодавства та практичної державної підтримки у відповідності з рекомендаціями міжнародних інституцій та з набутою світовою практикою. Розвиток сільськогосподарської обслуговуючої кооперації, вимагають нових підходів до розгляду основних принципів економічної теорії, глибинних протиріч функціонування виробничих систем у нових умовах господарювання.

Отже, ефективне функціонування сільськогосподарської обслуговуючої кооперації можливе при умові вирішення гострих організаційно-економічних проблем дрібних сільськогосподарських товаровиробників. Одним із основних інструментів формування та розвитку сільськогосподарської обслуговуючої кооперації в аграрній сфері є ціноутворення. За роки української державності ціни виробників у національній економіці зросли майже в десять разів, порівняно з цінами виробників сільськогосподарської продукції. Одним із важливих елементів регулювання міжгалузевих економічних відносин у системі ціноутворення є створення відповідного механізму регулювання ринкової рівноваги, який буде передбачати ефективне формування ціни при визначеному прибутку та плановій собівартості. Держава недостатньо приділяє уваги процесу ціноутворення, за винятком цін на сільськогосподарську продукцію, які регулювалися і на них встановлювалися так звані орієнтовні ціни, що стало стимулюючим фактором їх зростання.

Процес регулювання цін це не одноразовий захід, а комплексна програма з забезпечення виявлення та активізації всіх ціноутворюючих факторів. Ціна формується на застосуванні норми прибутку, на основі якої слід визначати економічно обґрунтовану масу прибутку. Виконання програми

здійснюватиметься шляхом запровадження державної підтримки сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, що сприятиме розвитку аграрного виробництва і сільських територій, розширенню сфери зайнятості сільського населення та підвищенню його добробуту. Кількісно ціна виробника виступає як сума витрат виробництва (собівартості) продукції та розумного прибутку. Ціна виробника визначається підприємством при виході на ринок, в т.ч. обґрунтовується доцільність такого виходу. Крім того, ціна є зручним інструментом конкурентного позиціонування дозволяючи споживачам орієнтуватись у різноманітті ринкових пропозицій як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Формування механізму ціноутворення в агропромисловому виробництві повинно ґрунтуватися на визначенні такої ціни, яка б сприяла дотриманню еквівалентності обміну та забезпечувала сільськогосподарським виробникам рівень доходів, достатній для здійснення відтворення [1, с. 80]. Розв'язання проблем розвитку організаційно-економічного механізму в системі обслуговуючої кооперації неможливе без реалізації комплексу відповідних заходів, до яких відносять розробку і впровадження дієвого механізму функціонування в організаційно-економічній діяльності кооперативних підприємств. Обслуговуюча кооперація об'єднує товаровиробників у їх ринковій діяльності на основі добровільного залучення до процесів вертикальної інтеграції. Обслуговуюча кооперація – це один з проявів вертикальної інтеграції при міжгалузевій взаємодії та основа функціонування організаційно-правових виробничих структур горизонтального і вертикального типів.

Основними ознаками, які характеризують вертикально інтегроване об'єднання агропромислового виробництва є об'єднання сільськогосподарського виробничого кооперативу, промислове підприємство та обслуговуючу кооперацію. Така вертикальна інтеграція забезпечить найбільш оптимальне проходження товарного продукту, безпосередньо від виробництва до доставки вже готової продукції споживачеві.

Становлення та розвиток обслуговуючої кооперації може проводитися за наступними напрямками: організація кооперативів за умовою спільного використання техніки; створення заготівельно-збутових кооперативів; створення кооперативів з постачання матеріально-технічних засобів, засобів захисту рослин від шкідників і хвороб, мінеральних та органічних добрив, регуляторів росту [2, с. 80].

Забезпечення еквівалентності економічних відносин має ґрунтуватися на вільному ціноутворенні в поєднанні з державним регулюванням і посиленням антимонопольного контролю за цінами на матеріально-технічні ресурси, енергетичні носії та послуги для товаровиробників.

Основними цілями структурно-організаційного інструменту регулювання є:

- митно-тарифні;
- соціально-психологічні;
- ринково-ціноутворюючі;
- фінансово-кредитні;

– інноваційно-інвестиційні.

На наш погляд, до основних механізмів коригування аграрної політики можна віднести: реалізацію комплексних цільових програм; вільне ціноутворення; конкуренцію; нагромадження та перелив капіталу із галузі в галузь.

Система ціноутворення виступає важливим інструментом економічного регулювання міжгалузевих економічних відносин в аграрному секторі, адже вірно визначена ціна дасть можливість сільгоспвиробнику бути конкурентоспроможним на ринку і мати свою постійну фінансову стабільність.

Список використаних джерел

1.Томілін О. О. Особливості регулювання міжгалузевих відносин в системі ціноутворення. *Вісник Донецького університету економіки та права*. Донецьк, 2012. Вип. 2. С. 53–57. URL:

<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1560> (дата звернення – 02.01.2024).

2.Томілін О., Галыч О., Калініченко О. Economic aspects of development of interbranch relations in the agrarian sector: monograph. Opole: University of Opole, Poland, 2016. 171 p. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1568> (дата звернення – 02.01.2024).

Хретієвська Єлизавета
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавр
ОПП «Облік і оподаткування»
спеціальності «облік і
оподаткування»
Науковий керівник:
Адамовська В.С.
к.е.н., доцент
Криворізький національний
університет

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах стрімкої технологічної еволюції та постійних змін у глобальному економічному середовищі, управління бізнесом стає викликом, який вимагає від керівників не лише традиційних навичок, але й гнучкості, швидкості реакції та інноваційності. Сучасні умови вимагають від підприємств оперативного адаптування до змін, стратегічного вирішення проблем та вдосконалення корпоративного управління.

Цифрова трансформація та стратегічне управління:

Роль штучного інтелекту (ШІ) в стратегічному управлінні: ШІ відкриває нові можливості для стратегічного управління, забезпечуючи велику кількість даних для прийняття рішень. Алгоритми машинного навчання можуть аналізувати складність даних та виявляти тенденції. Наприклад, використання ШІ в економічному прогнозуванні дозволяє бізнесу адаптуватися до змін у ринковому середовищі.

Інтернет речей (IoT) та оптимізація бізнес-процесів: IoT дозволяє підприємствам збирати великі обсяги даних в реальному часі. Виробництво, логістика та обслуговування можуть бути оптимізовані через моніторинг та аналіз цих даних. Наприклад, взаємодія з обладнанням через IoT може забезпечити попередження про потенційні поломки та зниження витрат на обслуговування.

Етичні аспекти використання штучного інтелекту: При використанні ШІ важливо розглядати етичні аспекти. Питання конфіденційності даних, безпеки та потенційного впливу на робочі місця вимагають серйозної уваги. Компанії повинні встановлювати прозорі стандарти та етичні правила для використання ШІ, щоб уникнути негативного впливу на споживачів та співробітників.

Гнучкість та агільність в управлінні:

Принципи гнучкого управління: Гнучке управління базується на принципах адаптації та відкритості. Важливо створити атмосферу, в якій співробітники можуть вносити пропозиції та пристосовуватися до змін. Структури, які сприяють внутрішній комунікації, можуть значно полегшити впровадження гнучкого підходу.

Агільні методології в управлінні проектами: Методології, такі як Scrum та Kanban, роблять управління проектами більш ефективним. Scrum розподіляє роботу на короткі ітерації (спринти), сприяючи швидкій адаптації до нових вимог. Канбан, з іншого боку, дозволяє відстежувати хід робіт та мінімізує час настанова.

Сталість та соціальна відповідальність:

Енергоефективність та зменшення викидів: При виробництві важливо звертати увагу на використання енергії та ефективність ресурсів. Введення відновлювальних джерел енергії та оптимізація виробничих процесів може призвести до значного зменшення викидів та підвищення ефективності.

Соціально відповідальне ведення бізнесу: Компанії повинні брати на увагу соціальні та етичні аспекти ведення бізнесу. Створення програм для підтримки громад та захисту прав співробітників, особливо в умовах глобальних криз, допомагає підприємствам стати соціально відповідальними.

Лідерство та розвиток персоналу:

Сучасні вимоги до лідерів: Лідери повинні мати навички спілкування, вміння мотивувати та адаптуватися до змін. Розуміння психології команди та здатність створювати стимулююче середовище стає критичним.

Розвиток персоналу та командна ефективність: Розвиток навичок та постійна підтримка персоналу стають основою успіху. Команди, які відкриті для комунікації та мають чітку структуру, ефективно працюють разом. Застосування методів для виявлення та вирішення конфліктів сприяє формуванню сплоченої команди.

Цифрові технології відкривають неабиякі можливості для стратегічного управління, в той час як гнучкі методології дозволяють підприємствам ефективно адаптуватися до змін. Сталість та соціальна відповідальність стають не тільки моральним вимогам, але й стратегічними рушійними силами для бізнесу, покликаними забезпечити довгострокову стійкість та лояльність

клієнтів. Лідерство та розвиток персоналу залишаються визначальними факторами успіху, оскільки сучасні лідери повинні бути не лише ефективними стратегами, але й емпатичними та стимулюючими командами.

Управління бізнесом в умовах сьогодення вимагає постійної готовності до інновацій, аналізу та взаємодії зі змінами в економіці та суспільстві. Ті, хто здатний ефективно відповідати на ці виклики, будуть мати можливість не лише пережити, але й процвітати в сучасному бізнес-середовищі.

Список використаних джерел

1. Матвійчук І. В. Бізнес-культура в Україні: традиції та інновації, 2015. 216 с.
2. Білоноженко Л. Г. Ефективне управління персоналом в українських компаніях, 2014. 110с.
3. Канеман Д. Thinking, Fast and Slow 2011.

*Цвілий С.М., к.е.н., доцент,
Національний університет
«Запорізька політехніка»*

ОЦІНКА РІВНЯ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДКОМПЛЕКСІВ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Брак бюджетно-стимулюючих інструментів для підвищення інвестиційної привабливості індустрії туризму і галузей її обслуговування пов'язаний із відсутністю належної гармонізації інтересів учасників процесу, які спроможні створити передумови для розвитку територій та для певних категорій населення, які визначено соціально-економічною політикою. Чітка цільова спрямованість бюджетно-стимулюючих інструментів індустрії туризму дозволяє виокремити їх місце в системі бюджетного механізму як функцію (підфункцію бюджетного регулювання), що дає змогу відмежувати їх від завдань бюджетної політики, оскільки вони наділені ознаками постійності в часі, призначеними для вирішення проблем інвестиційної привабливості сформованих туристичних комплексів [1]. Підтвердження зазначених аргументів є у генезисі бюджетного стимулювання та його поступовому становленні як елемента економічної системи держави.

Оцінка і прогноз рівня розвитку інвестиційного потенціалу індустрії туризму через бюджетні інструменти стимулювання (реальні інвестиційні надходження для вкладення коштів в об'єкти вітчизняних туристичних підкомплексів) забезпечує рентабельність, окупність та конкурентоспроможність туристичного бізнесу за мінімізації інвестиційного ризику, наявності преференцій податкового характеру при відповідній інвестиційній інфраструктурі регіонів. Перераховані фактори набувають особливого сенсу для інвесторів, які оцінюють туристичні підкомплекси та галузі їх обслуговування. Їх цікавить як туристичний продукт, так і якість супутніх послуг, що надаються цілою низкою суміжних галузей.

Оцінка рівня розвитку інвестиційного потенціалу індустрії туризму [2–4], з огляду на велику кількість факторів, що забезпечені бюджетними інструментами стимулювання, потребує методичного підходу, який базується на комплексній соціально-економічній системі та поєднує методику оцінки ознак територіальної і галузевої приналежності за рейтинговим й інтегральним розрахунком регіонів.

Система синтетичних індикаторів розвитку інвестиційного потенціалу індустрії туризму за рівнем цільового використання бюджетних інструментів стимулювання включає наступні індикатори оцінки інвестиційної привабливості індустрії туризму, кожен з яких розкрито за змістом та наповненням індикатора.

Індикатори рівня бюджетного стимулювання економічного розвитку: індекс обсягу промислової продукції; індекс обсягу продукції сільського господарства; середній рівень заробітної плати; середній рівень вартості необоротних активів; індекс продуктивності праці; обсяг капітальних вкладень на душу населення; кількість суб'єктів приватної форми власності; житловий фонд на 1 особу; рівень зносу основних засобів; навантаження на одне вільне робоче місце; кількість інноваційно-активних підприємств; частка збиткових підприємств.

Індикатори рівня бюджетного стимулювання інвестиційної привабливості туристичних підкомплексів: кількість спортивно-оздоровчих закладів; кількість санаторно-курортних закладів; кількість готелів; обслужені туристи в готелях; площа національних природних парків; площа ботанічних садів; площа державних заповідних територій; кількість музеїв; кількість історико-архітектурних пам'яток; кількість історико-архітектурних пам'яток державного значення; кількість закладів клубного типу; кількість об'єктів ресторанного господарства; торгівельна площа; кількість дитячих оздоровчих таборів; кількість суб'єктів господарювання, які займаються туристично-екскурсійною діяльністю; кількість вітчизняних туристів; кількість іноземних туристів.

Індикатори рівня бюджетного стимулювання розвитку інвестиційної інфраструктури: кількість будівельних підприємств; індекс обсягу виконання будівельних робіт; введення в дію житла; інвестиції в основний капітал; виробництво енергетичних ресурсів на одну особу; прямі іноземні інвестиції; кількість будов і об'єктів незавершеного будівництва; обсяги підрядних робіт; щільність автошляхів; щільність залізниць.

Індикатори рівня бюджетного стимулювання екологічної та криміногенної безпеки: викиди шкідливих речовин від стаціонарних джерел забруднення; скидання забруднених вод; утворення відходів I-III класу небезпеки; частка маловідходних підприємств; кількість зареєстрованих злочинів на 100 тис. осіб; кількість економічних злочинів на 100 тис. осіб.

Індикатори рівня бюджетного стимулювання демографічного розвитку: чисельність населення; вивільнення працівників; потреба у працівниках; кількість народжених на 1000 населення; кількість померлих на 1000 населення; питома вага зайнятих; середньорічна кількість найманих працівників; кількість зареєстрованих громадян незайнятих трудовою діяльністю; кількість лікарів на 10 тис. осіб населення; забезпеченість населення лікарняними ліжками; кількість

потерпілих на виробництві на 1000 працюючих; рівень зареєстрованого безробіття.

Індикатори рівня бюджетного стимулювання розвитку ринкових відносин: обсяг експорту на одну особу; обсяг імпорту на одну особу; оптовий товарооборот на одну особу; роздрібний товарооборот на одну особу; обсяг реалізованих послуг на одну особу; вантажообіг автомобільного транспорту; кількість малих підприємств на 10 тис. населення; кількість малих підприємств готельного та ресторанного бізнесу; кількість банківських установ; кількість страхових компаній; кількість товарних бірж.

Рейтингове ранжування регіонів за рівнем їхньої привабливості для інвестора базується на інтегральному коефіцієнті (індексі), що обчислюється на основі використання груп синтетичних та аналітичних індикаторів. Для індикаторів-стимуляторів бал зростає зі збільшенням кількісної величини індикатора; індикаторів-дестимуляторів вищий бал присвоюється коефіцієнтам з нижчим кількісним обсягом величини. Розрахунок інтегральних індексів дозволяє оцінити інвестиційні переваги туристичних підкомплексів за сферою господарського і обслуговуючого забезпечення діяльності шляхом обчислення коефіцієнта варіації та поділу індикаторів на стимулятори і дестимулятори, розрахунку часткових індексів, які входять до зведеного інтегрального індексу, як середньгеометричної величини групових інтегральних індексів [5]. Логічним є оцінка розвитку інвестиційного потенціалу індустрії туризму, як інтегральної величини з позиції розвитку продуктивних сил, інвестиційного клімату, інвестиційної інфраструктури, можливості залучення інвестиційних ресурсів та інших факторів, які істотно впливають на формування дохідності інвестицій і зменшення інвестиційних ризиків. Інтегральний індикатор розраховується на підставі трьох груп агрегованих (синтетичних) індикаторів з урахуванням пропорційності їх рівня: рентабельність діяльності – 65%; перспективи розвитку – 20%; інвестиційні ризики – 15%.

Розвиток інвестиційного потенціалу індустрії туризму України базується на функціональній залежності «капітал-прибуток», передбачає використання цілого комплексу розрахунків шляхом визначення поточного і прогнозованого попиту на туристичну продукцію за сферою господарського й обслуговуючого забезпечення туристичних підкомплексів (розрахунок обсягу інвестування в кожен галузь, граничного рівня прибутковості, індикаторів ефективності). При цьому, до основних напрямів підвищення рівня розвитку інвестиційного потенціалу індустрії туризму в державі за участю приватних інвесторів слід віднести туристично-рекреаційну сферу певної території регіону; 20% якої має бути придатною для ефективного розвитку екологічного і сільського туризму, 5% – для розбудови гірських маршрутів і високогірного елітного туризму; 15% – активно використовуватися для оздоровчого і санаторно-курортного туризму; на території має знаходитися понад 1/4 історико-культурної спадщини країни.

Взагалі, оцінка рівня розвитку інвестиційного потенціалу індустрії туризму за цілеспрямованого застосування інструментів бюджетного стимулювання є вектором до відтворення міжрегіонального туристичного продукту з певним формуванням туристичних маршрутів. При створенні інноваційних

туристичних продуктів, туристичні підкомплекси мають об'єднуватись у нові туристичні маршрути із впровадженням єдиної корпоративної гостинності та об'єднувати туристичні ресурси для гармонізації інтересів приватного, державного сектора економіки. Також важливою функцією туристичних підкомплексів має стати збереження їх історико-культурної спадщини, що повинно відобразитися в структурі їх бюджету та спеціальних регулюючих положеннях, які стимулюють залучення приватних інвестицій до збереження, відновлення, відтворення і цільового використання пам'яток історії й культури. Перспективними мають стати дослідження інноваційних стимулів у відновленні індустрії туризму.

Список використаних джерел

1. Цвілій С.М. Аналіз і оцінка інструментів стимулювання розвитку інвестиційного потенціалу туристичної індустрії. *Сталий розвиток економіки. Наукове видання*. Хмельницький : Університет економіки та підприємництва. № 1 (46). 2023. С. 149–154.
2. Champ B., Freeman S., Haslag, J. *Modeling Monetary Economies*. New York : Cambridge University Press. 2016. URL: <https://www.cambridge.org/9781316508671>.
3. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework. United Nations Statistics Division. 2008. URL: <https://www.unstats.un.org/unsd/publication/Series/F>.
4. Trusova N.V., Tsviliy S.M., Gurova D.D., Demko V.S., Samsonova V.V. Budget Instruments for Stimulating the Development of the Investment Potential of the Tourism Industry in Ukraine. *Economic Affairs*. 2023. Vol. 68. № 01s. P. 253–269.
5. Umanets T. V. Assessment of investment attractiveness of the region using integral indices. *Economics and forecasting*. 2006. №4. P. 133–145.

Цвілій Ю.О.

*аспірантка кафедри менеджменту,
Львівський національний
університет*

імені Івана Франка

Науковий керівник: д.е.н., проф.

Юринець З.В.

*Львівський національний
університет*

імені Івана Франка

ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БІЗНЕСОМ В УКРАЇНІ

Політична нестабільність в Україні є одним із найбільших чинників, що стримують розвиток стратегічного потенціалу у бізнес-середовищі. Війна в країні та постійна загроза російської агресії створюють значні ризики для бізнесу.

Україна повинна виявляти більше зацікавлення у використанні стратегічного потенціалу для розвитку бізнесу. Це стосується передусім ухвалення інноваційних рішень. Українські підприємства активно працювали

над створенням інноваційних продуктів і послуг, що включало формування власних дослідницьких та розробницьких підрозділів, співпрацю зі стартапами та використання передових технологій. І в часі війни бізнес намагається впроваджують нові технології та інноваційні підходи для розвитку продуктів і послуг, щоб залишатися конкурентоспроможними на ринку.

З метою стимулювання стратегічного партнерства бізнес продовжує підтримувати співпрацю з іншими компаніями, стартапами, академічними установами та громадськими організаціями для обміну знаннями, ресурсами та досвідом з метою реалізації спільних проєктів.

Все більше бізнес усвідомлює важливість розвитку свого персоналу, що передбачає інвестування у навчання та підвищення кваліфікації працівників, впровадження програм мотивації та створення комфортних умов для працівників [1]. Нова реальність потребує активної праці над пошуком нових підходів до управління людським капіталом, вдосконалення бізнес-процесів та оптимізації управлінських рішень.

Підприємства зобов'язані в сучасних умовах активно впроваджувати цифрові технології для оптимізації процесів управління, маркетингу, виробництва та взаємодії з клієнтами [2, с. 58]. Багато бізнесів українського ринку поступово переходять до використання нових цифрових технологій та електронного бізнесу для полегшення бізнес-процесів і залучення клієнтів.

Недостатньо уваги приділяється впровадженню стратегій сталого розвитку, що включає використання екологічно чистих технологій, зменшення впливу на довкілля та соціальну відповідальність.

Ці практики допомагають компаніям в Україні залучати та розвивати свій стратегічний потенціал, що сприяє конкурентоспроможності, стійкості та інноваціям у бізнесі.

Війна в Україні створила низку проблем для бізнесу, який намагається формувати і використовувати свій стратегічний потенціал. До цих проблем належать:

- Нестабільність в українській економіці, зниження економічної активності, невизначеність і непередбачуваність. Водночас підприємства зіткнулися із зменшенням попиту, зменшенням інвестицій і збільшенням ризиків. Це ускладнило процес стратегічного планування та інвестування в довготермінові проєкти.

- Руйнування інфраструктури. Війна зруйнувала велику частку української інфраструктури, включаючи дороги, мости та енергосистеми. Це ускладнило ведення бізнесу, логістику та постачання, доставку продуктів і послуг клієнтам.

- Переміщення людей, що спричинило дефіцит фахівців для бізнесу, збереження кваліфікованих співробітників, створення умов для їхньої безпеки і пошук вирішення проблем для покращення обслуговування клієнтів.

- Фінансові обмеження, зменшення інвестицій і фінансування, ускладнення отримання кредитів для інвестування у розвиток бізнесу.

- Збільшення ризиків, зростання кількості кібератак та інших загроз інформаційній безпеці бізнесу.

- Підвищення вартості ресурсів, таких як енергія, сировина та інші матеріали. Це негативно позначається на витратах бізнесу.

Замість того, щоб намагатися розробляти стратегічні плани для розвитку бізнесу та ефективного використання стратегічного потенціалу, підприємства зосереджуються на короткострокових цілях і завданнях [3]. Це допомагає їм залишатися гнучкими й адаптуватися до мінливих умов.

Для подолання зазначених проблем лідери вітчизняних підприємств повинні розробляти та втілювати заходи з ризик-менеджменту, диверсифікації ризиків та активної взаємодії з урядовими інституціями, формувати і впроваджувати адаптивні стратегії та швидко реагувати на зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищі. Також важливо бути гнучкими і готовими до адаптації, оскільки ринок постійно змінюється.

Інвестувати в людський потенціал особливо важливо, оскільки співробітники таким чином відчують підтримку та свою цінність, вони з більшою ймовірністю будуть залишатися лояльними до бізнесу та працювати за різних умов. Це може допомогти бізнесу пережити важкі часи та вийти з них сильнішими.

Список використаних джерел:

1. Денисенко М.П., Юринець З.В. Формування команд фахівців та їх роль в економічному розвитку й стратегічному управлінні бізнесом. Журнал стратегічних економічних досліджень. 2022. № 1. С. 67–75

2. Круглякова В.В., Юринець З.В. Інноваційний потенціал суб'єктів господарювання харчової промисловості України: монографія. Львів: ГАЛИЧ-ПРЕС. 2019. 132 с.

3. Юринець З.В. Інноваційний потенціал і державна інноваційна політика в системі підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Інвестиції: практика та досвід. 2016. Вип 4. С. 35-37.

Цюпа В.О.

здобувач вищої освіти ступеня бакалавра

ОПП “Облік і оподаткування” спеціальності “Облік і оподаткування”

Науковий керівник: Овод Л.В.

к.е.н., доц.

Хмельницький національний університет

УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В умовах цифровізації економіки, але одночасного спаду темпів виробництва та реалізації продукції (робіт, послуг) в сучасних умовах, сповільнення темпів розвитку підприємств виникають питання, пов'язані з розробкою та впровадження нових технологій управління підприємством,

оптимальності й правильності управлінських рішень, у тому числі щодо дебіторської заборгованості. Зростання розміру дебіторської та кредиторської заборгованості суб'єктів господарювання є досить розповсюдженим явищем сьогодення і може нести суттєву небезпеку для їх платоспроможності.

Завдяки ефективному управлінню дебіторською заборгованістю підприємства в обліково-аналітичній системі можна впливати на його фінансові результати, ліквідність та платоспроможність, в цілому на фінансовий стан і, звісно, на ризики, що з ними пов'язані. Тому, основною метою процесу управління дебіторською заборгованістю в обліково-аналітичній системі є дієвий та суворий контроль за рухом усіх видів заборгованості та грошових коштів підприємства.

Проаналізуємо позитивний та негативний вплив на діяльність підприємства зростання дебіторської заборгованості [3; 4]. Позитивний вплив пов'язаний із: стимулюванням збільшення обсягів продажу продукції (робіт, послуг); встановленням стабільних і тривалих зв'язків із покупцями продукції (робіт, послуг); формуванням конкурентоспроможного асортименту продукції (робіт, послуг). Водночас, негативний вплив дебіторської заборгованості на діяльність підприємства спричиняє: вилучення коштів з обігу; виникнення витрат на управління дебіторською заборгованістю; виникнення ризику простроченої заборгованості та її неповернення; виникнення втрат від інфляції, зниження прибутку та ін.

Аналіз основних недоліків в управлінні дебіторською заборгованістю в обліково-аналітичній системі управління підприємств України показав, що основними з них є такі:

- відсутність достатньої інформації щодо видів дебіторської заборгованості та термінів її погашення;
- відсутній порядок та методика роботи підприємств з простроченою дебіторською заборгованістю за її видами;
- не проводиться моніторинг та оцінка фінансового стану та кредитної історії дебіторів;
- відсутність та недостатність даних про зростання витрат, які пов'язані із зростанням розміру дебіторської заборгованості;
- не здійснюється надання розстрочок платежів та оцінка ефективності їх надання [1].

Усунення наведених недоліків дозволить зменшити рівень дебіторської заборгованості, налагодити ритмічність платежів та збільшити ефективність управління фінансами суб'єктів господарювання.

В системі управління дебіторською заборгованістю підприємства основною й важливою складовою є економічний аналіз стану, тенденцій і динаміки її зміни за видами та порівняння з поточними зобов'язаннями. У цьому аспекті важливим показником є коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості. Зазначений коефіцієнт вказує на те, чи достатньо на підприємстві грошових коштів, які будуть отримані від дебіторів, для погашення найбільш термінових зобов'язань.

Оптимальним співвідношенням обох видів заборгованості є одиниця, що свідчить про нормальний стан розрахунків. В таких умовах діяльності підприємств кошти, які планується отримати від дебіторів, повністю зможуть покрити найбільш термінові зобов'язання суб'єктів господарювання. Водночас, стале перевищення того чи іншого виду заборгованості призводить до дисбалансу у розрахункових відносинах та у фінансовому стані. Зростання дебіторської заборгованості підприємства можна вважати позитивним явищем у тому разі, коли відбувається паралельне збільшення доходів від реалізації послуг. Тому доцільно також проводити порівняльний аналіз темпів зростання дебіторської заборгованості та доходів від реалізації.

Таким чином, управління дебіторською заборгованістю на підприємстві має бути процесом розробки, інформаційної підтримки та реалізації управлінських рішень щодо погодженості її розміру, складу та швидкості зміни в часі, яка забезпечує необхідний прибуток суб'єкту господарювання та оптимальний обсяг вільних грошових коштів. Основні складові системи управління дебіторською заборгованістю підприємства пов'язані з наступними заходами [3; 4]:

1. Облік заборгованості за її видами, датами виникнення та строками погашення;
2. Статичний аналіз інформації щодо дебіторської заборгованості підприємства, інтерпретація значень основних показників аналізу;
3. Динамічний (трендовий) аналіз та оцінка тенденцій розвитку ситуації з погашенням контрагентами дебіторської заборгованості.

Таким чином, на рівні формування політики управління дебіторською заборгованістю мають бути забезпечені такі заходи [2; 3; 4]:

- вдосконалення інформаційного забезпечення обліку та аналізу дебіторської заборгованості;
- визначення термінів прострочених залишків на рахунках дебіторів і порівняння цих термінів із показниками минулих років;
- формування рейтингу кредитоспроможності основних контрагентів;
- посилення контролю над погашенням дебіторської заборгованості;
- встановлення граничної суми кредиту виходячи з реального фінансового стану контрагентів підприємства;
- використання переважної практики попередньої оплати за товари, роботи, послуги;
- формування пропозицій відстрочки у виплаті грошових коштів для стимулювання попиту;
- запровадження системи надання знижок при достроковій оплаті заборгованості тощо.

Реалізація ефективної політики управління дебіторською заборгованістю підприємства в системі обліково-аналітичного забезпечення повинна призвести до зростання обсягів реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), зниження рівня ризику неотримання платежів, встановлення довготривалих господарських зв'язків суб'єктів господарювання з покупцями, максимізації прибутку, збереження або підвищення ліквідності та платоспроможності.

Список використаних джерел

1. Блакита Г. В., Бровко О. Т. Актуальні питання управління дебіторською заборгованістю. *Збірник наукових праць ВНАУ Серія: Економічні науки*. 2012. №3 (69). С. 23–29.
2. Добрунік Т. П. Обліково-інформаційне забезпечення управління дебіторською заборгованістю. *Підвищення науково-технічного рівня економіки та її ефективності*: матер. Міжн. наук.-практ. конф. Львів: ЛЕФ, 2017. С. 116–119.
3. Мулик Т. О. Аналітичне забезпечення дебіторської заборгованості в системі управління підприємства. *Агросвіт*. 2022. № 9–10. С. 69–78. URL: [http:// DOI:10.32702/2306-6792.2022.9-10.69](http://DOI:10.32702/2306-6792.2022.9-10.69).
4. Мулик Т. О., Томчук О. Ф., Федоришина Л. І. Аналітичне забезпечення заборгованості підприємства в умовах антикризового управління. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 1. С. 146–160. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmapnp_2019_1_14.

Чебанкова К.С.

*здобувач вищої освіти ступеня
бакалавр*

*ОПП “Міжнародні економічні
відносини»*

*спеціальності “ Міжнародні
економічні відносини*

Крамської Д.Ю., к.е.н., доц.

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

*Національний технічний
університет «ХПІ»*

УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ: ДОСЛІДЖЕННЯ КОМЕРЦІЙНИХ РИЗИКІВ

Як би не був організований і правильно розроблений проект, рано чи пізно виникнуть проблеми, які можуть повести проект не в тому напрямку. Виходячи з цього, керівник повинен заздалегідь передбачити ці проблеми, які, власне, і є ризиками.

Ризик проекту - це невизначена подія, яка певним чином впливає на цілі проекту. Наприклад, мета - закрити проект без перевищення бюджету, який був закладений в бюджет спочатку. Тоді будь-які події з непередбаченими витратами будуть вважатися ризиком. Або мета – створити якісний продукт швидше, ніж у конкурента. Тоді є ризик запізнитися із запуском проекту або втратити кращого постачальника і втратити в якості. Як тільки у проекту з'явилася мета, варто подумати про фактори, які можуть їй завадити. Ризик – це проблема, якої ще не існує, а проблема – це ризик, який матеріалізувався. Ризик можна описати наступними властивостями:

1. Причина або джерело ризику. Явище, що викликає настання ризику.
2. Ознаки ризику, вказівка на те, що подія ризику відбулася або відбудеться найближчим часом. Причина ризику може бути не помітною, наприклад, ви

заразилися вірусом. Але можна спостерігати деякі симптоми – зміна температури тіла.

3. Наслідки ризику. Проблема, яка може бути реалізована в проекті в результаті ризику, що виник.

4. Вплив ризику. Вплив реалізованого ризику на цілі проекту. Вплив зазвичай пов'язаний з такими ключовими показниками, як вартість, графік і технічні характеристики продукту, що розробляється.

Багато ризиків виникають частково і мають відповідний негативний або позитивний вплив на проект. Ризики можна розділити на два типи: передбачувані і непередбачувані. Передбачувані ризики - це ризики, які можуть бути виявлені та проаналізовані. По відношенню до таких ризиків можна планувати дії, спрямовані на їх запобігання і зниження впливу на проект. Непередбачувані ризики – це ризики, які неможливо ідентифікувати, а отже, не можна спланувати реагування. Непередбачувані ризики – це непередбачені події. Єдине, що можна зробити в цьому випадку - створити якийсь резерв бюджету проекту на випадок невідомих, але потенційно можливих змін. Як правило, керівник проекту зобов'язаний отримати схвалення свого керівництва на витрачання цього резерву. Резерви управління на випадок непередбачених обставин не включаються до основного бюджетного плану проекту, але включаються до бюджету проекту. Вони не виділяються на проект в якості бюджету, а тому не враховуються при розрахунку заробленої вартості.

Управління ризиками проходить в 4 етапи:

1. Ідентифікація. Визначте ризики, які можуть перешкодити досягненню цілей проекту.

2. Аналіз. Визначте, які з виявлених ризиків є найбільш небезпечними.

3. Планування: Плануйте найнебезпечніші ризики.

4. Моніторинг і контроль. Підтримуйте план проекту та список ризиків в актуальному стані.

Очевидно, що робота з усіма ризиками є дорогою та неефективною, тому метою аналізу ризиків є виявлення найважливіших з них. Аналіз ризиків можна розділити на дві фази: якісний аналіз і кількісний аналіз. Якісний аналіз включає: визначення ймовірності реалізації ризиків; визначення ступеня тяжкості наслідків ризиків, що матеріалізуються; визначення рангу ризику за матрицею «ймовірність – наслідки»; Визначення близькості виникнення ризику.

Для оцінки ризиків необхідна точна та адекватна інформація. Використання недостовірної інформації призводить до помилок в оцінці. Неправильна оцінка ризику – це теж ризик. Критеріями оцінки якості інформації, що використовується в аналізі, є: ступінь розуміння ризику; доступність і повнота інформації про ризики; надійність, цілісність та валідність джерел даних. Результати якісного аналізу використовуються в подальшому кількісному аналізі ризиків і плануванні реагування на ризики. Для кількісного аналізу ризику можуть бути використані такі методи: аналіз чутливості; аналіз дерева рішень; Моделювання та симуляція.

Аналіз чутливості допомагає визначити, які ризики мають найбільший потенційний вплив на проект. Аналіз з'ясовує, якою мірою невизначеність

кожного елемента проекту відображається в досліджуваній меті проекту, якщо інші невизначені елементи приймають базові значення.

Моніторинг та контроль ризиків – це процес виявлення, аналізу та планування реагування на нові ризики, відстеження раніше виявлених ризиків, а також перегляду та виконання операцій з реагування на ризики та оцінки ефективності цих операцій. У процесі моніторингу та контролю ризиків використовуються різні методології, такі як аналіз тенденцій та відхилень, які вимагають кількісних даних про ефективність, зібраних у ході проекту.

Моніторинг та контроль ризиків включає в себе наступні завдання: аналіз ризиків; аудит ризиків; Аналіз відхилень і тенденцій.

Огляди ризиків повинні проводитися регулярно, згідно з графіком. Управління ризиками проекту має бути на порядку денному всіх засідань проектної команди. Виявлення нових ризиків і перегляд відомих ризиків здійснюється за допомогою процесів, описаних раніше. Аудит ризиків передбачає вивчення та документування результатів оцінки ефективності заходів щодо реагування на ризики, пов'язані з виявленими ризиками, вивчення основних причин їх виникнення, а також оцінку ефективності процесу управління ризиками. Тенденції в ході виконання проекту перевіряються за допомогою даних про виконання. Аналіз отриманої вартості та інші методи аналізу відхилень і тенденцій проекту можуть бути використані для моніторингу прогресу всього проекту. На основі результатів цих аналізів можна спрогнозувати потенційні відхилення проекту на момент його завершення з точки зору вартості та графіка. Відхилення від базового рівня можуть вказувати на наслідки, викликані як загрозами, так і можливостями.

Список використаних джерел

15. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент. К. : КНЕУ, 2004. 541 с.
16. Макачук, К. (1). Міжнародний бізнес в умовах глобалізації: теоретичний аспект. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (1086), 28-31.
17. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
18. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
19. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.*
20. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.*
21. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
22. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
23. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
24. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva,. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.

25. Витвицька О.Д., Кобелева Т.О., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57.

26. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.

27. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // *Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр.* Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>

28. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.

Чепурна Д.О., Писаревський Е.О.

*здобувачі вищої освіти ступеня
магістра*

ОПП «Маркетинг»

спеціальності 075 «Маркетинг»

Науковий керівник: Хурдей В.Д.

к.е.н., доцент

*Університет митної справи та
фінансів (м. Дніпро)*

КАТЕГОРІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ

Категорійний менеджмент – це процес управління асортиментом товарів, як товарними категоріями, поєднання пов'язаних товарів у логічні групи на основі аналізу реальної потреби населення.

Найчастіше покупець у своїй свідомості «групує» товари інакше, ніж маркетолог, виробник чи постачальник. Покупець часто думає не брендами, а категоріями. Молоко, хліб, снеки – це вже не конкретні продукти, а товарна категорія.

Категорійний менеджмент сприяє максимальному задоволенню потреб споживачів у необхідних групах та категоріях товарів за рахунок ефективності співпраці ритейла з виробником (дистриб'ютором).

Категорійний менеджер контролює закупівлі у виробника (дистриб'ютора) та реалізацію торговою мережею (ритейлом) категорії та окремих товарів всередині категорії.

Головна функція категорійного менеджменту – управління асортиментом. Зона відповідальності категорійного менеджера – весь ланцюжок руху товару: від вибору асортиментної позиції до її продажу. Тобто, категорійний менеджер управляє товарною категорією, формуючи політику: закупівель, продажів, ціноутворення та просування. Та формуючи категорійну стратегію. Категорійна стратегія включає пошук можливостей створення додаткової цінності, оцінки ризиків, пошук шляхів реалізації та оцінки ефективності.

Процес категорійного менеджменту включає наступні 8 етапів [1]:

1. Визначення категорій і їх внутрішньої структури.
 2. Визначення ролі кожної категорії.
 3. Оцінка поточного стану категорії і можливостей в ній. Для оцінки можливостей підприємства роздрібної торгівлі доцільно зняти відповіді
 4. Розробка ключових показників для категорії.
 5. Розробка стратегій для категорії.
 6. Розробка тактичних рішень.
 7. Впровадження розроблених стратегій і тактик.
 8. Відстеження результатів і внесення змін в стратегії і тактики [3].
- У компанії повинні бути наступні мінімально необхідні технічні умови для організації управління категоріями (рис. 1).



Рис. 1 Технічні умови для організації управління категоріями

Джерело: розроблено авторами

Категорійний менеджмент вирішує такі завдання [2]:

- категоризація товарів на асортиментні групи;
- визначення ефективної цінової політики та позиціонування товару на ринку;
- аналіз попиту та пропозиції на ринку з формуванням оптимального асортименту продукції, що відповідає очікуванням споживачів;

- оптимізація складських запасів й товарних потоків на основі розробки асортиментного ядра, а також реалізації продукції підвищеного попиту за оптимальною ціною на ринку;
- оптимізація управління фінансами у кожній категорії товару;
- моніторинг необхідної маркетингової інформації;
- рекламна та промоційна програми просування продукції на ринку, імплементація за необхідності інструментів трейд-маркетингу й бренд-менеджменту;
- оптимізація всього ланцюга постачання товарів з урахуванням інтересів виробника й ритейлера.

Класифікація товарів є прямим відображенням ієрархії викладки, і навіть того, як покупець обирає категорію. Неправильна класифікація може призвести до неправильного продажу в неправильних категоріях. Це спотворить дані, які використовуються для побудови планогам.

Бачення категорійного менеджменту передбачає [3]:

- наявність єдиного центру прийняття рішень і відповідальності на всіх етапах руху товарів від складу постачальника до візочка покупця: наповнення асортиментної матриці, ціноутворення, стимулювання збуту і мерчандайзинг;
- клієнтоорієнтованість бізнесу: категорійний менеджер при прийнятті рішень завжди ставить себе на місце покупця. Чи буде покупцеві цікаво, вигідно і зручно від реалізації його рішень?

Отже, перехід на управління товарним портфелем підприємства за товарними категоріями дає змогу зменшити кількість неліквідних позицій, тобто оптимізувати товарні залишки, збільшити обсяг продажів і підвищити маржинальність.

Список використаних джерел

1. Хурдей В. Д. Удосконалення бізнес-процесу категорійного менеджменту підприємств торгівлі. *Економіка і організація управління*. 2021. Випуск №4 (44). С. 268-277
2. Biliavska, Yu., Mykytenko, N., Romat, Ye., & Biliavskyi, V. (2023). Category management: Industry vs trade. *Scientific Horizons*, 26(1), 129-150.
3. Romat, Y., Biliavska, Y. (2018). Algorithm of forming the category management in the DIY market segment. *Montenegrin Journal of Economics*, 14 (3), 99-112. doi: 14254/1800-5845/2018.14-3.9.

Чурилович Ю.М.
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавр
ОПП «Міжнародні економічні
відносини»
спеціальності «Міжнародні
економічні відносини»
Синіговець О.М., к.е.н., доц.
Перерва П.Г., д.е.н., проф.
Національний технічний
університет «ХПІ»

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ

Інформаційний бізнес - це виробництво, торгівля, посередництво в галузі інформаційних продуктів і послуг. У більшості випадків особливо це відноситься до початкового етапу впровадження ринкових відносин, під бізнесом розумілася ініціативна діяльність підприємців, спрямована на отримання тільки доходів, тобто . на збагачення. Цілком не розглядався підхід, в основі якого лежить твердження, що бізнес є системою, що охоплює діяльність не тільки суб'єктів, але і споживачів. Як суб'єктів можуть бути окремі підприємці, колектив підприємців, наймані працівники, державні підприємства та організації [1, 3].

Глобалізація світової економіки, зумовлена швидкими змінами у високотехнологічному секторі, посилила асиметрію економічного розвитку, посилила міжнародну конкуренцію та активізувала перерозподіл сфер політичного та економічного впливу на світових ринках. На глобальному рівні стикаються численні національні інтереси і пріоритети міжнародних транснаціональних корпорацій і представників провідних виробничих секторів світового господарства. Проявами процесів економічної глобалізації є зростання ролі інтелектуальних ресурсів, диверсифікація світових ринків, формування світового ринку інформаційних технологій. Глобальні можливості обміну інформаційними продуктами та послугами впливають на глобальний та регіональний попит, координують їх виробництво, стимулюють інвестиції в інформаційно-комунікаційну галузь, створюють нові потужності для співпраці у різних сферах – від традиційних, де впроваджуються нові технології, до інтелектуальних, високотехнологічних, які визначають потенціал економіки майбутнього. Міжнародна конкуренція, за прогнозами експертів, прогнозами експертів, буде змінюватиметься з урахуванням асиметрії зростання доходів у різних галузях світового господарства, у різних регіонах та країнах, особливо у високотехнологічному секторі: інформаційно-комунікаційному, енергозберігаючому, технологічному та ін. [2, 4, 8].

Міжнародний інформаційний бізнес включає виробництво і торгівлю продукцією і послугами в галузі промислової промисловості, приладобудування, телекомунікацій, електронної комерції та Інтернету,

інтелектуальної власності, інформаційної безпеки, засобів масової інформації, рекламних і рекламних послуг, гуманітарної сфери, державного і корпоративного управління, банківської справи і фінансів, страхування і таке ін. що дає підстави розглядати міжнародний інформаційний бізнес як Принципово нова глобальна економічна система, заснована на інтелектуальних ресурсах, високотехнологічному виробництві продукції і послуг, специфіці їх розподілу на світових ринках. Реалізовано тенденції розвитку міжнародного інформаційного бізнесу на регіональному та національному рівнях, визначено особливості економічного розвитку та проблеми включення окремих регіонів і країн у процеси глобальної інтеграції. Ієрархія інформаційних ринків складається з: світового ринку інформаційних продуктів і послуг, регіональних ринків (європейський, північноамериканський, латиноамериканський, азіатсько-тихоокеанський, панафриканський, близькосхідний, західно-азіатський), національних інформаційних ринків. Світовий ринок інформаційних продуктів і послуг характеризується значною асиметрією в розрізі регіонів і країн: за останніми даними Європейської обсерваторії інформаційних технологій, США займають 36% світового інформаційного ринку, Європа – 30% (на Східну Європу припадає менше 1%), Японія – 11%, інші країни – 23% [3; 4]. Світовий ринок інформаційних продуктів і послуг складається з таких секторів: медіа, телекомунікації, ІТ; інформаційна інтелектуальна власність, інформаційне приладобудування, комунікаційні технології [4]. У 2011 році, за даними Gartner, загальний оборот світового медіаринку становив \$465,724 млрд, реклами — \$471 млрд, соціальних мереж — \$10,3 млрд. і мали тенденцію до повернення не тільки до докризового стану, а й до подальшого зростання, зокрема, в сегменті соціальних мереж, зростання ринку в 2021 році склало 14,9 млрд, а в 2023 році, за прогнозами, зросте до 29,1 млрд доларів; У рекламному сегменті прогнозується зростання в 2021 році до 526,977 млрд доларів. За оцінками експертів, світовий медіаринок відновлюється після рецесії, хоча інтенсивність зростання сповільнюється через економічні коливання, стихійні лиха та політичні кризи [1-14].

Світовий ринок комунікаційних технологій та бізнес-аналітики пропонує такі продукти та послуги, як корпоративні, фінансові, кризові, політичні, державні, комерційні, промислові, Інтернет-PR, брендингові технології, інвестиційне позиціонування (IR), лобізм та GR, інтернет-консалтинг, бізнес- та фінансова аналітика, репутаційний та антикризовий менеджмент, кредитно-довідковий бізнес тощо [11]. На світовому ринку комунікаційних технологій частка США становить 28,4%, Європи - 33,1%, Японії - 13,7%, решти світу - 24%. Стратегія розвитку ринку комунікаційних технологій враховує сприятливу ринкову кон'юнктуру, тенденції діяльності провідних компаній, зокрема, Barson Marsteller, Weber Shandwick, Edelman PR World Wide, Hill & Knowlton, Grey Global Group, Ogilvy Public Relations Worldwide, Fleishman-Hillard, Financial Dynamics, The Brunswick Group, співпраця з якими забезпечує надприбутки на ринку інформаційно-комунікаційних технологій, створення нових форм і структур, здатний конкурувати на світових ринках. Попит на PR-послуги у

фінансовому секторі динамічно зростає. Провідну роль на світовому ринку фінансової аналітики відіграє корпорація Reuters, 93% якої припадає на постачання фінансової інформації та продаж інформаційних продуктів і послуг [12].

Багато постачальників послуг одночасно є постачальниками обчислювальної техніки та програмного забезпечення. Таким чином, конкурентні переваги у виробництві та наданні послуг можуть виникати внаслідок діяльності у сфері виробництва обчислювальної техніки та периферійного обладнання. Так, спочатку конкурентні переваги комп'ютерних фірм були пов'язані з виробленими обчислювальними машинами та обладнанням, але поступово ці переваги перемістилися в область розробки програмних продуктів та обслуговування. Це пов'язано, в першу чергу, з постійним зниженням цін на обчислювальну техніку, зростанням витрат інтелектуальної праці при розробці програмної продукції. З цієї причини кількість виробників «чистих» послуг, за рідкісними винятками, є обмеженою.

Список використаних джерел

1. Панченко Є.Г. Міжнародний менеджмент. К. : КНЕУ, 2004. 541 с.
2. Макаруч, К. (1). Міжнародний бізнес в умовах глобалізації: теоретичний аспект. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (1086), 28-31.
3. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
4. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
5. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.
6. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.
7. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
8. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
9. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
10. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva,. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
11. Витвицька О.Д., Кобелева Т.О., Перерва П.Г., Ковальчук С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства на засадах інтелектуальної власності // *Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр.* Харків : НТУ "ХПІ", 2022. № 1. С. 52-57.
12. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.
13. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Маркетингові підходи до моніторингу кон'юнктури товарного ринку промислового підприємства // *Екон. вісник НТУУ «КПІ» : зб. наук. пр.* Київ : НТУУ "КПІ", 2017. № 14. С. 468-477. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108749>
14. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: *Знання*, 2009. 1070 с.

Шаповал В.С.

здобувач вищої освіти ступеня

бакалавр

ОПП «Міжнародні економічні

відносини»

спеціальності «Міжнародні

економічні відносини»

Косенко О.П., д.е.н., проф.

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

Національний технічний

університет «ХПІ»

ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ З ВИКОРИСТАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Останнім часом Інтернет відіграє все більш важливу роль у нашому житті. Соціальні мережі в даний час активно розвиваються. І це не залишилося непоміченим фахівцями з реклами та маркетингу: великі бренди активно використовують цей канал комунікації.

Основними користувачами соціальних мереж є люди у віці до 35 років, з невеликим переважанням жіночої статі. Аналіз частоти та тривалості відвідувань соціальних мереж робить їх надзвичайно привабливими для рекламодавців.

Серед компаній, які використовують рекламу в соціальних мережах у своїй комунікаційній політиці, такі великі виробники молока та молочних продуктів, як Dairy Farmers of America (США), Fonterra (Нова Зеландія), National Dairy Development Board (Індія), Arla Foods (Данія, Швеція), China modern dairy (Китай), First milk (Великобританія) та інші.

Як і будь-який інший канал комунікації, соціальні мережі мають певну специфіку. До переваг соціальної мережі можна віднести:

– можливість точно таргетувати рекламне повідомлення за соціально-демографічними характеристиками (вік, стать) та за географією. У порівнянні з телебаченням, радіо і пресою, Інтернет в цілому і соціальні мережі зокрема, дозволяють більш точно підбирати аудиторію;

– тривалий час контакту з соціальною мережею;

– емоційна залученість;

– широкий спектр методів комунікації, включаючи можливість прихованої реклами та PR.

До основних недоліків соціальних мереж можна віднести:

– низька частка присутності аудиторії старшої вікової групи в мережах;

– сильна емоційна залученість і агресивне спілкування можуть бути сприйняті як вторгнення в особистий простір і мати негативний вплив на сприйняття повідомлення.

Розвиток маркетингових комунікацій в рамках соціальних мереж пов'язаний з двома напрямками:

- адаптація традиційних методів інтернет-реклами до використовуваного Інтернет-середовища;
- поява і розвиток нових методів, що враховують особливості соціальних мереж.

До адаптованих методів відносяться традиційні види: медійна реклама (банери і відеореклама), пряма поштова розсилка, контекстна реклама. Найцікавішими з точки зору маркетингу і можливостей, які надають ці інструменти, є спеціалізовані інструменти, які існують тільки в рамках соціальних мереж, такі як формування спільнот (груп) і розробка ігор (додатків). Звичайно, форуми і блоги в якійсь мірі аналогічні групам в соціальних мережах, але можливості у них різні [1].

У соціальних мережах є можливість створювати групи (клуби, спільноти). Це можуть бути групи конкретного товару або бренду.

Група – це канал комунікації, який є альтернативою корпоративному сайту компанії та/або бренду (бренду) і дозволяє взаємодіяти зі споживачем протягом тривалого часу. Але на відміну від сайту, група в соціальній мережі передбачає більш неформальне спілкування, так як учасник групи знаходиться «на своїй території». Виробник може не тільки безпосередньо спілкуватися зі споживачем, інформувати про акції, новинки і отримувати зворотний зв'язок про товари, що, безумовно, позитивно позначається на формуванні лояльного ставлення, але і група є інструментом для вивчення рівня задоволеності клієнтів, а отримана інформація може служити основою для подальших розробок. Ви також можете використовувати цей канал комунікації як інструмент стимулювання збуту. Рекламодавці, крім створення власної групи, також мають можливість ділитися інформацією в існуючій групі або додавати свою групу в «Друзі» в групу зі схожою тематикою.

Є два абсолютно різних варіанти роботи з іграми та додатками. Перший варіант пов'язаний з інтеграціями в існуючі популярні додатки.

Відзначимо такі особливості ігор:

- гравець грає в цю гру з друзями, що позитивно позначається на якості інформації, що сприймається користувачами, і не дає користувачам відмовитися від гри, так як в процесі бере участь референтна група;

- взаємодія з брендом відбувається у формі гри;

- у деяких випадках гравець змушений регулярно входити в гру (обмежений часовий проміжок), щоб заробити певні бали.

- Більше того, сучасні соціальні ігри можуть нагадати користувачеві про необхідність продовжувати грати. Отже, такого роду модель має вірусний характер і є механізмом формування соціальної групи.

Звичайно, можна інтегрувати різні форми реклами в соціальних мережах. Часто додатки розширюються і монетизуються, вводячи нових персонажів і сервіси за окрему плату. Часто агентства, які спеціалізуються на маркетингу в соціальних мережах, пропонують рекламодавцю створити групу або додатки як альтернатива. Але це різні методи, які об'єднує лише спільне робоче середовище – соціальна мережа. В іншому ж ці інструменти мають принципові відмінності, одним з яких є характеристики рекламованого об'єкта.

При оцінці будь-якого каналу комунікації постає питання про оцінку ефективності реклами. Таким чином, при традиційному підході до оцінки ефективності досягнутих результатів критерії ефективності (показники) вибираються в залежності від цілей і завдань рекламної кампанії. Незалежно від використовуваного засобу масової інформації, цілі рекламної кампанії можна розділити на дві великі групи: комерційні та комунікативні. В результаті розрізняють комунікативну та економічну ефективність.

Оцінка комунікативної ефективності пов'язана з визначенням рівня і характеру впливу реклами на споживача. Критерії оцінки комунікативної ефективності можуть бути як якісними (який образ товару (послуги) або компанії сформував споживач, наскільки точно передано рекламне повідомлення і таке ін.), так і кількісними (рівень пізнаваності бренду до і після рекламної кампанії, кількість споживачів, які побачили і запам'ятали рекламу і таке ін.).

Соціальні медіа є потужним інструментом комунікації, який використовується для побудови та розвитку взаємодії між компаніями та споживачами (реальними та потенційними). Головним недоліком цього каналу комунікації сьогодні є слабка представленість старшої вікової групи, яка може поступово змінюватися в міру дорослішання нинішнього покоління.

Список використаних джерел

1. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХП», 2019. 1002 с.
2. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХП". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva., Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
4. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
5. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 43-50.
6. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.
7. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
8. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
9. Pererva P.G. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities / P.G. Pererva, T.O. Kobieliava, L.V. Shaulska // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. No 1(23). С.43-50.
10. Шаульська Л.В. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства / Л.В.Шаульська, П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2023.No 3 (181). С. 14-23
11. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
12. Kosenko A.P., Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.

Шарай О.Ю.,

*магістрант освітньої програми
«Бізнес-адміністрування»
спеціальності «Менеджмент і
адміністрування»*

Науковий керівник:

Рибалко-Рак Л.А.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри
менеджменту,*

Опришко В.І.,

*здобувач наукового ступеня доктора
філософії*

зі спеціальності 073 «Менеджмент»

*Полтавський університет економіки
і торгівлі, м. Полтава, Україна*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ефективність системи управління підприємством, організацією розкривається через результативність виробничо-господарської діяльності, ступінь використання всіх ресурсів та потенціалу, що визначається співвідношенням результатів діяльності та витрачених на їх досягнення ресурсів. Переважна більшість науковців досліджують систему управління підприємством, організацією як сукупність керуючих підсистем (суб'єктів управління), керованих підсистем (об'єктів управління) та зв'язків між ними. Інший підхід дослідників визначає соціально-економічну систему управління як сукупність елементів (компонентів), які дозволяють організації досягати своїх цілей. Саме на цих підходах ґрунтується оцінка ефективності систем управління підприємствами та організаціями.

Дослідженням теоретико-методологічних аспектів оцінки ефективності управління підприємством, організацією займалася низка науковців, серед яких: К. Адамс, М. Альберт, П. Друкер, Р. Каплан, Д. Кліланд, М. Мескон, Е. Нілі, Д. Нортон, Ф. Хедоурі, С. Янг та багато інших. Вони визначили умови, необхідні для вдосконалення системи управління підприємством, організацією в цілому та її окремих складових, але лишили певні неузгодженості у способах оцінки ефективності системи управління, які потребують уточнення та подальшого розвитку. Найбільш поширеним підходом до сутності та оцінки ефективності системи управління є ефективність підприємства, організації у цілому. Однак, такий підхід через розрахунок показників, що характеризують загальну ефективність діяльності підприємства, організації не дає можливості розробити і обґрунтувати напрями удосконалення існуючої системи управління.

У наукових дослідженнях виділяють різноманітні методи оцінювання ефективності системи управління [1-2]. Існує багато способів оцінити ефективність системи управління, але варто згадати два з них. По-перше,

чимало методик спрямовані на оцінку конкретних компонентів системи управління підприємства, організації. Наприклад, оцінюють потенціал персоналу, ефективність управлінських структур, методів управління тощо. Існуючі розробки можуть розкрити окремі аспекти ефективності систем управління, проте вони не завжди дозволяють визначити комплексні характеристики ефективності.

По-друге, комплексні методи експертної оцінки зазвичай спрямовані на визначення ефективності системи управління в цілому, але не можуть виявити слабкі ланки, які необхідно розвивати та вдосконалювати для підвищення ефективності системи управління підприємства, організації в цілому. Тому для досягнення мети щодо підвищення ефективності системи управління, доцільно здійснювати науковий пошук методів, які забезпечать можливість оцінки як загальної ефективності, так і ефективності кожного елементу системи управління підприємства, організації.

Загальна ефективність системи управління складається з ефективності управління окремими функціональними підсистемами, такими як маркетинг, управління персоналом, фінансові ресурси, виробництво та логістика, і значною мірою залежить від того, наскільки ефективно здійснюється управління всіма аспектами її діяльності та підсистемами на рівні загального менеджменту системи. Ефективне управління визначається, насамперед, ефективною організацією керуючої підсистеми управління. Взаємозв'язок між цілями, ресурсами, персоналом і результатами виробництва в системі управління визначає здатність керуючої підсистеми забезпечити зворотний зв'язок із керованою підсистемою і співставляти результати виконання функцій керуючої підсистеми із встановленими цілями, а також позитивно впливати на керовану підсистему. Тому для оцінки ефективності системи управління необхідно розглянути компоненти системи, які керують її діяльністю і безпосередньо впливають на її ефективність, тобто керуючу підсистему управління.

Ефективність системи управління підприємством, організацією доцільно розглядати як результативність роботи системи і процесу управління, а також як результат спільної взаємодії керуючої й керованої підсистем.

Список використаних джерел

1. Маршук Л.М. Розробка організаційно-економічного механізму формування і використання ресурсно-фінансового потенціалу підприємства. Інтелект XXI. 2017. № 6. С. 66–69.
2. Черницька А.М. Розкриття і характеристика підходів до визначення системи управління підприємством. Ефективна економіка № 12, 2012. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1638>

Шейн Є.С.

аспірант

Кобелева Т.О., д.е.н., проф.

Перерва П.Г., д.е.н., проф.

*Національний технічний
університет «ХПІ»*

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМИ ІННОВАЦІЙНИМИ ЗМІНАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Підприємництво - це ініціативна господарська діяльність, що здійснюється за рахунок власних або позикових коштів з метою отримання прибутку і розвитку власної справи. Міжнародний бізнес передбачає проведення ділових операцій з декількома партнерами за межами країни. Сфера підприємницької діяльності господарюючих суб'єктів здійснюється на світовому ринку включає в себе ринок товарів, ринок послуг, фінансовий ринок, ринок праці.

Стратегії інноваційних змін найчастіше формулюється і розробляється вищим керівництвом, але її реалізація передбачає участь всіх рівнів управління. Організація повинна постійно збирати та аналізувати величезні обсяги інформації про галузь, конкуренцію та інші фактори, щоб ефективно конкурувати в реальному світі бізнесу. Формування стратегії інноваційних змін - одна з функцій менеджменту, що представляє собою процес вибору цілей міжнародної компанії і шляхів їх досягнення.

Промисловому підприємству необхідно постійно збирати та аналізувати величезну кількість інформації про сектори національної економіки, ринок, конкуренцію тощо. Тим часом стратегічний план інноваційних змін може надати йому визначеності, індивідуальності, що дозволить компанії залучити певні типи працівників і допомогти продати товари або послуги.

Процес реалізації стратегії інноваційних змін можна розділити на два етапи:

- процес стратегічного планування інноваційних змін, коли промисловому підприємству необхідно розробити набір стратегій інноваційних змін, починаючи від базової стратегії і закінчуючи функціональними стратегіями інноваційних змін та окремими проектами;
- процес стратегічного управління інноваційними змінами, коли промисловому підприємству необхідно реалізувати певну стратегію інноваційних змін з плином часу, переформулювати стратегію з урахуванням нових обставин.

Слід підкреслити, що стратегічне планування і стратегічне управління інноваційними змінами мають відмінності в цілях і методах реалізації. Планування є невід'ємною частиною стратегічного управління, яка включає в себе такі початкові етапи, як визначення місії компанії, виявлення можливих проблем, розробка стратегії інноваційних змін. Але планування не включає в себе реалізацію стратегії і подальшу оцінку результатів цієї реалізації.

Вибір стратегії інноваційних змін є проблематичним для підприємства, оскільки питання, пов'язані з майбутніми витратами та прибутком, повинні ґрунтуватися на прогнозуванні руху валютних курсів, а неправильне прогнозування в цій сфері може дорого коштувати компанії. Також на підприємстві виникнуть труднощі з переказом валюти та курсами валют. Підприємство не повинне забувати про наявність політичного ризику, пов'язаного з ймовірністю того, що його іноземні депозити будуть обмежені політикою уряду країни перебування.

Стратегії інноваційних змін повинні будуватися за ієрархічним принципом. При цьому рівні стратегій, складності та їх інтеграції різні залежно від типу та розміру промислового підприємства. Важливо пам'ятати, що процес розробки стратегії інноваційних змін для підприємства не закінчується якимись негайними діями. Зазвичай він закінчується встановленням загальних напрямків, просування яких забезпечить зростання і зміцнення позицій промислового підприємства. Таким чином, стратегії інноваційних змін відіграє величезну роль для підприємства, але це надзвичайно складне явище.

Сьогодні суб'єктам ринкової економіки доводиться здійснювати свою діяльність під впливом постійно мінливих зовнішніх умов, підлаштовуючись під різні особливості ринку, а також фактори світової економіки. У зв'язку з цим піднімається актуальність теми даного дослідження та пояснюється необхідність більш детального вивчення концепції та структури стратегічного потенціалу підприємства.

Практично всі комерційні та державні підприємства, так чи інакше, знаходяться в ситуації, коли вони схильні до впливу зовнішніх факторів, що створюють певні бар'єри на ринку збуту продукції або ресурсів. У зв'язку з цим проблеми менеджменту стають цілком очевидними. Але, якщо товар або товар знаходив свого кінцевого споживача, користувався попитом, то це дозволяло закрити очі на існуючі проблеми і просто відкласти їх вирішення. Але у світлі останніх подій та погіршення зовнішньоекономічної ситуації такий підхід до таких речей став просто неможливим, і це послужило своєрідним каталізатором та поштовхом для появи деяких змін. Сьогодні, коли часто стоїть питання не про те, щоб максимізувати прибуток і збільшити доходи, а просто «вижити» на ринку жорсткої конкуренції, зберегти свою конкурентоспроможність, необхідно знайти нове рішення. Таким виходом з кризової ситуації є використання методів стратегічного управління і, зокрема, реалізація стратегічного потенціалу.

Звертаючись до стратегічного стратегії інноваційними змінами, перш за все, необхідно розуміти, що тут чималу роль відіграють як суб'єктивні, так і об'єктивні чинники. Наприклад, головну роль відіграватиме готовність чи небажання адміністративного персоналу проводити внутрішні реформи, рівень його освіти та поєднання управлінських навичок, наявність економічних передумов та наявність ресурсної бази. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що чим краще зазначені показники, тим більше забезпеченість певними об'єктами, тим ефективніше буде здійснення стратегічного управління організацією, тим вище буде стратегічний потенціал компанії.

Стратегічна спроможність - це сукупність ключових, фундаментальних показників і критеріїв організації, які сприяють створенню і реалізації обґрунтованої стратегії розвитку підприємства, що створить конкурентні переваги на ринку. Це твердження ґрунтується на ресурсному підході, оскільки будь-який суб'єкт ринку так чи інакше базується на певній кількості продукції та необхідних матеріалів. В даному випадку мається на увазі сукупність людського капіталу, матеріальної бази організації, а також нематеріальних факторів, наприклад, досягнень науки і техніки, ноу-хау і таке ін. Зокрема, говорячи про людський фактор, він визначає і індивідуалізує конфігурацію стратегічного потенціалу самої організації на основі сукупності здібностей або навичок співробітників.

Виходячи з вищевикладеного, можна зробити висновок, що структура стратегічного потенціалу визначається наступними факторами: трудові можливості (мотиваційний і трудовий потенціал); фінансово-економічні можливості (комунікаційний, фінансовий та виробничий потенціал); інтелектуальні можливості (управлінський та інноваційний потенціал).

Список використаних джерел

15. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування системи економічної стійкості та комплаєнс захисту машинобудівного підприємства // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 1 (35). С. 98-106.
16. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
17. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.] ; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "ХПІ". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
18. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva, Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
19. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.
20. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobielieva T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
21. Pererva P.G. Entrepreneurial Risks: Essence, Classification and Management Opportunities / P.G. Pererva, T.O. Kobielieva, L.V. Shaulska // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2023. No 1(23). С.43-50.
22. Шаульська Л.В. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток підприємства / Л.В.Шаульська, П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева // *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2023.No 3 (181). С. 14-23
23. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
24. Compliance program of an industrial enterprise. Tutorial. (2019) / [P.G Pererva et al.] // Edited by prof. P.G.Pererva, prof. Gy.Kocziszky, prof. M.Somosi Veres. Kharkov-Miskolc: NTU "KhPI". 689 p.
25. Kosenko A.P., Kobielieva T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia. Part 2. № 3 (11)*. 2017. P. 43-50.
26. Kosenko A.P., Kobielieva T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106-111.

Шепелюк В.А.

к.е.н., доцент, доцент, кафедри

ООПУА

Криворізький національний

університет

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ: ПЕРЕВАГИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У сучасному бізнес-середовищі швидкі технологічні зміни визначають новий образ роботи бухгалтерського відділу. Бухгалтерія переживає суттєві зміни завдяки інноваційним технологіям.

Інноваційні технології допомагають автоматизувати процеси, забезпечують швидкий та точний обмін інформацією, підвищують рівень безпеки та забезпечують більш ефективне управління фінансами. Акцент робиться на практичних аспектах використання цих технологій у реальних умовах бізнесу та їх впливі на стратегічне прийняття рішень та конкурентоспроможність компаній.

Впровадження хмарових технологій, Big Data, штучного інтелекту, а також блокчейну в бухгалтерському обліку. сприяють автоматизації, підвищенню точності та ефективності роботи бухгалтерських підрозділів.

Використання хмарної технології забезпечує доступ до бухгалтерських даних з будь-якого пристрою та місця, спрощуючи спільну роботу та обмін інформацією між різними відділами. Використання електронного обліку в хмарі в міжнародній практиці стало невід'ємною частиною багатьох компаній та організацій. Електронний облік в хмарі дозволяє керівникам компанії мати доступ до бухгалтерської інформації з будь-якого місця у світі, де є Інтернет. Це особливо корисно для міжнародних акціонерних холдингів з розподіленими командами та офісами. Зручні інструменти для спільної роботи та синхронізації даних дозволяють розподіленим командам ефективно працювати разом, навіть якщо вони знаходяться в різних країнах. Хмарні системи часто мають інтегровані інструменти автоматизації, які спрощують рутинні бухгалтерські процеси, зменшуючи час та помилки. Використання хмарних рішень може зменшити витрати на обладнання та обслуговування, особливо для малих та середніх підприємств.

Хмарні платформи регулярно оновлюються та впроваджують нові функції, що дозволяє користувачам завжди мати доступ до останніх інновацій. Хоча перехід до електронного обліку в хмарі має свої вигоди, важливо також враховувати питання щодо конфіденційності даних, відповідності до законодавства та обрання надійних хмарних партнерів. Багато провайдерів хмарних послуг забезпечують високий рівень кібербезпеки, шифрування та регулярні резервні копії для забезпечення безпеки фінансових даних.

Використання розширеного аналізу даних (Big Data) в бухгалтерському обліку відкриває нові можливості для підприємств у відстеженні, аналізі та оптимізації фінансових процесів. Завдяки Big Data технологіям автоматизується

обробка великих обсягів фінансових даних, що дозволяє фахівцям прискорити процеси ведення та обробки даних обліку та складання звітності. Big Data дозволяє проводити більш точне прогнозування фінансових звітів, що є важливим для стратегічного планування та прийняття управлінських рішень. Аналіз Big Data дозволяє виявляти аномалії в фінансових транзакціях, що є ключовим моментом для вчасного виявлення шахрайства та помилок веденні обліку. Застосування Big Data дозволяє аналітикам підприємства визначати оптимальні податкові стратегії та мінімізувати податкові ризики, ефективного управління ліквідністю підприємства та аналізу кредитного ризику, що сприяє покращенню фінансової стійкості. Великі обсяги даних дозволяють забезпечити точність та відповідність фінансової звітності, що полегшує процес аудиту та дотримання вимог регуляторів. Загально, використання Big Data в бухгалтерському обліку розширює аналітичні можливості, сприяє прийняттю обґрунтованих рішень та оптимізації фінансових процесів.

Штучний інтелект вносить значний внесок у сферу бухгалтерського обліку, сприяючи автоматизації та оптимізації процесів. Штучний інтелект - це галузь інформатики, яка займається створенням програм та систем, які можуть виконувати завдання, що зазвичай вимагають інтелекту людини. Це включає в себе можливість вчитися з даних, розпізнавати шаблони, приймати рішення, мовлення та вирішення проблем. Штучний інтелект використовується для створення систем, які можуть автоматизувати задачі, вдосконалювати результати з досвідом та розвивати навички у вирішенні різноманітних завдань.

Використання ШІ для автоматичного введення та обробки великих обсягів фінансових даних, дозволяє ефективно вирішувати рутинні завдання обліковців, таких як класифікація витрат та внесення даних. Застосування алгоритмів машинного навчання дає можливість обліковцям аналізувати великі обсяги даних для прогнозування фінансових потоків, ризиків та оптимізації стратегій управління ресурсами підприємства. Можливості ШІ допомагають автоматизувати процеси бюджетування та прогнозування, роблячи їх більш точними та швидкими.

Блокчейн-технології в бухгалтерському обліку це нові інноваційні підходи, які допомагають бухгалтерам підвищити ефективність своєї роботи, зменшити помилки та забезпечити точність та прозорість фінансових операцій. Блокчейн забезпечує доступність та оновлення фінансової інформації в режимі реального часу для всіх учасників мережі. Записи в блокчейні можуть служити надійним джерелом для аудиту та внутрішнього контролю, оскільки вони є стійкими до змін та фальсифікацій. Блокчейн може використовуватися для емісії цифрових валют та токенів, що відкриває нові можливості для фінансових інновацій. Загально кажучи, використання блокчейну у фінансовому обліку може покращити ефективність операцій, забезпечити безпеку та прозорість, а також сприяти розвитку нових моделей бізнесу в фінансовій сфері.

Інноваційні технології в бухгалтерському обліку значно полегшають процеси ведення обліку на підприємствах, забезпечити точність даних та підвищити продуктивність праці.

Впровадження хмарових технологій, розширеного аналізу даних, штучного інтелекту та блокчейну в бухгалтерський облік призвело до значного підвищення автоматизації процесів. Це забезпечує не лише швидший облік, а й підвищує точність та надійність фінансової звітності, зменшує ризики фальсифікації та несанкціонованого доступу, забезпечуючи високий рівень безпеки даних.

Інноваційні технології дозволяють бухгалтерам зосередитися на стратегічному плануванні та прийнятті бізнес-рішень. Аналіз великих обсягів даних допомагає виявляти тенденції та прогнозувати результати, що є важливим для успішного управління. Інноваційні технології в бухгалтерському обліку відкривають нові можливості для бізнесу, забезпечуючи адаптацію до змін у швидкоплинному світі. Сприяють виникненню гнучких та динамічних стратегій фінансового управління.

Загалом, інноваційні технології трансформують парадигму бухгалтерського обліку, забезпечуючи підприємствам конкурентні переваги та готовність до майбутніх викликів. Однак важливо враховувати потребу у вдосконаленні навичок персоналу та розвитку відповідної інфраструктури для максимізації позитивного впливу цих технологій.

Шкварук Д.Г.

*викладач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки
Західноукраїнського національного
університету*

РОЗВИТОК ФІНАНСОВИХ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ КЕРІВНИКІВ У НЕСТАБІЛЬНИХ УМОВАХ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

В умовах сучасного динамічного бізнес-середовища та постійних змін у світовому економічному ландшафті, керівники стикаються з викликами, які вимагають високого рівня фінансового лідерства. Нестабільність у світовій економіці, політичні турбуленції, технологічні зрушення та глобальні кризи створюють непередбачувані умови для ведення бізнесу. В цьому контексті, розвиток фінансових лідерських якостей у керівників стає критичною складовою успіху підприємства. Спроможність керівників адаптуватися до нових реалій, аналізувати та управляти фінансовими ризиками, приймати ефективні рішення в умовах невизначеності, – це основні аспекти, які визначають їхню лідерську компетентність. Тому і досі, є актуальною тема розвитку фінансових лідерських якостей у керівників, зосереджуючись на тих викликах, які виникають в умовах нестабільності управління бізнесом.

Дослідженням питання професійного лідерства в різних сферах економічних відносин займались чимало науковців, зокрема З. Антонова, Б.

Буяк, С. Загурська Т. Новаченко, О. Слюсаренко, М. Бедринець, С. Федулова та ін., які створили необхідні теоретичні передумови для дослідження. Але попри значні досягнення науковців в даному напрямку, деякі проблеми залишаються недостатньо вивченими і далі вимагають уваги.

Проаналізувавши сучасну економічну літературу варто зауважити, що фінансові лідерські якості визначаються набором навичок, характеристик і властивостей, які дозволяють керівникам успішно вести фінансову стратегію підприємства та приймати ефективні фінансові рішення.

У процесі свого становлення фінансова еліта вбирала в себе ті якості, які вона вважає сьогодні необхідними для успішного лідерства у галузі фінансів. Ці характеристики включають стратегічне мислення, високий рівень фінансового аналізу, управлінську вправність, лідерську комунікацію, навички управління ризиками, інноваційний підхід, етичне управління та інші, які визначають їхню здатність ефективно керувати фінансовими відносинами [1].

Якщо повернутися в недалеке минуле, то важливою характеристикою видатних фінансистів ХІХ століття була етика, яка корінь свого формування тягнула з християнських цінностей. З огляду на те, що основними центрами фінансової активності того часу були переважно протестантські країни, такі як Америка, Німеччина, протестантська етика відігравала значущу роль у формуванні особистості фінансового лідера. Це включало аспекти такі, як аскетизм, жертвовність, відповідальне ставлення до справи, та усвідомлення фінансів як засобу розвитку різних аспектів суспільного життя, а не лише як засіб збагачення.

Як зазначав Прочан А. О., до основних особистісних рис лідерів належать чесність, працьовитість, рішучість, порядність, толерантність, урівноваженість, доброзичливість, відповідальність, розсудливість, самокритичність, креативність та харизматизм, сміливість, здатність до критичного та аналітичного мислення. Зазначені якості, в основному, можна розвивати, оскільки не кожна людина народжується лідером, проте кожен має можливість активно працювати над власним потенціалом [2]. Важливо враховувати, що індивідуальні риси особистості не лише формують індивіда у великому соціальному контексті, але також надають можливість стати прикладом для інших, надихати, переконувати та мотивувати людей до участі у різноманітних проектах, новаторських бізнес-ідеях та конкурентоспроможних стартапах. В цілому, розвиток цих якостей сприяє будівництву успішного та впливового лідерства.

Згідно з висловленням Жарика Є.А., головним завданням лідера є стимулювання ентузіазму під час виконання плану дій та поглиблення взаємовідносин через регулярні діалоги з підлеглими. Ці розмови спрямовані на обговорення змін в організації та розгляд можливостей для вирішення проблем або використання нових можливостей [3].

Враховуючи сьогоднішню нестабільну ситуацію в країні та глобальні зміни в розвитку суспільства серед основних аспектів фінансового лідерства можна виділити наступні:

1) стратегічне мислення – здатність розрізняти важливі фінансові аспекти та вирізняти ключові стратегічні напрямки для досягнення цілей компанії;

2) фінансовий аналіз та прогнозування – вміння використовувати аналітичні інструменти для оцінки фінансової ситуації, прогнозування та визначення оптимальних рішень;

3) управлінська вправність – здатність ефективно керувати фінансами підприємства, оптимізувати бюджет та раціоналізувати витрати;

4) лідерська комунікація – здатність чітко та ефективно комунікувати фінансові концепції та стратегії як з іншими керівниками, так і зі співробітниками;

5) управління ризиками – навички визначення, оцінки та управління різноманітними фінансовими ризиками, які можуть впливати на діяльність підприємства.

6) інноваційний підхід – готовність застосовувати новаторські підходи та технології для оптимізації фінансових процесів;

7) етичне управління – здатність приймати етичні рішення та забезпечувати дотримання фінансових стандартів і вимог.

Важливо зауважити, що для українських менеджерів дуже актуальним є питання розширення діяльності їхніх підприємств на міжнародному рівні. З цією метою важливо приділяти увагу світовим тенденціям у галузі лідерства, які об'єднують сучасні та прогресивні концепції. Це дозволяє підприємствам обирати інноваційний напрямок розвитку.

Наприклад, М. Меткалф, М. Морроу-Фокс та С. Кеннон розробили модель лідерських компетенцій, яка була представлена у збірнику «Leadership 2050». Для наглядності автори створили віртуальну особистість на ім'я Кейт, що є втіленням необхідних лідерських якостей для керівників у всьому світі. До цих якостей вони включили: особистісну цілісність; непохитну орієнтацію на цінності; багатогранність мислення; інтелектуальну гнучкість; нахил до рефлексії; здатність надихати підлеглих; вміння співпрацювати [4].

Розвиток фінансових лідерських якостей у керівників набуває важливості в умовах нестабільного управління бізнесом. Нестабільність в економіці, політиці та технологіях породжує непередбачувані ситуації та фінансові ризики, які вимагають від лідерів не лише високого рівня експертизи у фінансах, але й виняткових керівницьких здібностей.

У нестабільних умовах управління бізнесом розвиток фінансових лідерських якостей стає основним фактором для забезпечення стійкості та успішності підприємства. Лідер, що володіє стратегічним мисленням, високою фінансовою грамотністю та здатністю ефективно управляти ризиками, може ефективно реагувати на зміни в економічному середовищі та розробляти оптимальні стратегії для досягнення фінансових цілей підприємства.

Підвищення фінансової лідерської компетентності дозволяє керівникам використовувати аналітичні інструменти для прогнозування та управління фінансовими ризиками, а також розвивати стратегії фінансового успіху в умовах невизначеності. Лідери з етичним управлінням та інноваційним підходом

можуть створювати позитивне фінансове середовище та сприяти розвитку організації в умовах непередбачуваності.

Отже, розвиток фінансових лідерських якостей не лише забезпечує ефективне фінансове управління, але і робить керівника здатним адаптуватися до змін, приймати стратегічні рішення та забезпечувати фінансову стійкість підприємства в нестабільних умовах управління бізнесом.

Список використаних джерел

1. Бедринець М.Д. Лідерство у фінансах: практичний аспект. Фінанси, грошовий обіг та кредит. 2018. №8. С. 59-63.

2. Прочан А. О. Значущість лідерських якостей менеджера як запорука позитивних змін на підприємстві. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Випуск 32. 2022. С. 31-36.

3. Жарик Є.А. Трансформаційне лідерство як запорука успішного управління змінами. Молодий вчений. 2018. №6(58). С.200-203.

4. Лідерські компетенції для майбутнього: веб-сайт. URL:<https://www.management.com.ua/notes/top-leadership-skills-for-the-future.html> (дата звернення: 14.01.2024).

Щасливий Р.Е.

здобувач вищої освіти ступеня

магістра

ОПП «Фінанси і кредит»

спеціальності «Фінанси, банківська

справа та страхування»

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Тимошенко О.В.

Полтавський університет економіки

і торгівлі

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Продуктивна діяльність суб'єктів підприємництва нерозривно пов'язана з ефективним управлінням капіталу і, безпосередньо, з процесом оптимізації його структури.

Оптимізація структури капіталу є першочерговим завданням управління формуванням капіталу як на момент реєстрації, так і в процесі подальшої діяльності суб'єкта підприємництва. Головним індикатором оптимальної структури капіталу є співвідношення джерел власного та позикового капіталу, яке дозволяє забезпечувати зростання ринкової вартості суб'єкта підприємництва. Вибір оптимальної структури капіталу передбачає досягнення компромісу між рівнем ризику та дохідністю.

Незважаючи на достатньо значну кількість методів, що дозволяють визначити оптимальну структуру капіталу, на сьогодні немає такого універсального підходу, який би міг забезпечити єдиний ефективний алгоритм

розрахунку оптимального співвідношення між власним та позиковим капіталом. Розробка та впровадження універсальної оптимальної фінансової структури капіталу потребує врахування кількісних та якісних оцінок складу фінансових джерел. Оцінювання та ґрунтовний аналіз показників ефективності управління капіталом суб'єкта підприємництва повинні корелюватись з результатами попередньо проведеного експертного аналізу.

Процес оптимізації капіталу ґрунтується на використанні результативного механізму, що в свою чергу базується на системі певних елементів та функцій, які регулюють ефективність розробки та реалізації управлінських рішень. Зважаючи на сучасні реалії ринкової економіки, невизначеність та динамічність економічних процесів, політичну ситуацію в країні, вищезгаданий механізм дає змогу спроектувати результати, які визначаються випадковим характером процесів.

Формування оптимальної структури капіталу суб'єкта підприємництва визначає систему методів та підходів, що регулюють оптимальні значення обсягів і структури капіталу, визначають можливість диференціації залучених джерел фінансових ресурсів.

Методи кількісної оцінки структури капіталу поділяються найбільш розповсюдженими є наступні:

- аналіз показників фінансової звітності (характеризується недостатньо точною оцінкою);
- оцінка показників, що визначають фінансовий стан суб'єкта підприємництва (показники, що відображають рівень ризиковості діяльності);
- прогнозування та побудова сценаріїв на основі фінансового аналізу підприємства.

Оптимізація структури капіталу суб'єкта підприємництва можлива також із застосуванням фінансового важеля (левериджу). Суть даного методу полягає в тому, що використання позикових (залучених) коштів впливає на значення показника рентабельності власного капіталу суб'єкта підприємництва, з врахуванням співвідношення власного і позикового капіталу, розміру відсоткової ставки виникає ефект фінансового левериджу. Для підтримання достатнього рівня фінансової стійкості суб'єкта підприємництва варто здійснювати розрахунок та контроль фактичних показників від нормативних (оптимальних, рекомендованих), оперативно реагувати на їх зміну, проводити постійний моніторинг ефективності управління формуванням структури капіталу суб'єкта підприємництва та рівня його рентабельності.

Таким чином, оптимізація структури капіталу суб'єкта підприємництва є частиною стратегічного менеджменту, який визначає співвідношення між вартістю власних фінансових ресурсів, що забезпечують прибутковість їх використання, та вартістю позикового капіталу, що передбачає його повне повернення з врахуванням відсотку за користування кредитними ресурсами, за умови якого досягається максимальна ефективність фінансово-господарської діяльності. Зазначені складові залежать від ендогенних та екзогенних джерел формування капіталу (внутрішній/національний або зовнішній/ іноземний), форми власності (приватний або державний), рівня концентрації (моно- або

мультикапітал), права власності (власний або позиковий). Отже, оптимізацію структури капіталу доцільно здійснювати із врахуванням галузевих особливостей суб'єкта підприємництва, стадії його життєвого циклу, цілей та стратегічних напрямів діяльності, концентрації акціонерного капіталу, рівня рентабельності операційної діяльності, кон'юнктури фінансового та товарного ринків, політичної та економічної ситуації в країні та тенденцій розвитку світового господарства.

Юдіна А.Р., Боровльова А.О.

здобувачі вищої освіти ступеня

магістра

ОПП «Маркетинг»

спеціальності 075 «Маркетинг»

Науковий керівник: Хурдей В.Д.

к.е.н., доцент

Університет митної справи та

фінансів (м. Дніпро)

ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДІВ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ

Маркетингові інновації – це впровадження новаторських методів та стратегій у маркетингу, що суттєво відрізняються від попередніх підходів. Ці інновації передбачають значні зміни в таких аспектах, як просування товару, дизайн, упаковка та стратегії розміщення, сприяючи поліпшенню продукту або послуги та розширенню аудиторії споживачів.

Однак інновації в маркетингу – це не тільки впровадження нових технологій, а й про реалізацію нових ефективних ідей. Інновації в сучасному світі доволі важливі, оскільки допомагають компаніям покращити певний продукт або послугу. Зауважимо, що інновації можуть забезпечити підприємствам вихід на нові ринки, а також збільшення продажів та доходу [1].

Аналізуючи існуючі моделі інноваційного процесу, та місця в них маркетингу, можна назвати їх спільну характерну рису – попри орієнтації всіх моделей на ринкові потреби, вони всі базуються на концепції «економомаркетингу», яка націлює маркетингову діяльність підприємства на збільшення прибутку за рахунок складових маркетингового тиску (комплекс 4P), тобто практично у всіх наведених моделях інноваційного процесу маркетинг зводиться до пошуку вільної ринкової ніші або незадоволеної потреби. Крім того, в жодній моделі роль маркетингу в інноваційному процесі не конкретизована або віднесена до стадії комерціалізації інновації, на момент виведення на ринок дослідної партії продукції [4].

Нині, підприємствам доцільно звернути увагу на методи маркетингових інновацій, використання яких може допомогти вдосконалити маркетингову стратегію:

1. Ребрендинг – є одним із найпоширеніших методів маркетингових інновацій, що означає акт зміни логотипу бренду, упаковки, цільового ринку або місії на основі дослідження ринку. Перед впровадженням даного методу слід переконатися, що укерування активами бренду було оновлено [2].

2. Утримання клієнтів. Цей метод передбачає вибір маркетингологами запуску програм лояльності клієнтів, купонів, пропозицій, ексклюзивного вмісту чи продуктів, з метою підвищити лояльність до бренду та рекламу з вуст в уста для створення та підтримки відносин із клієнтами.

3. Створення плану стратегії контенту, який зосереджуватиметься на певному «навчанні» споживачів стосовно обізнаності про обрану галузь виробництва, її провідні продукти та послуги компанії, яка впроваджує даний метод.

4. Розробка тренінгів для клієнтів також може допомогти розповісти цільовій аудиторії про продукт або послуги компанії.

5. Експансія на нові ринки, особливо в різних регіонах, є ще одним важливим методом маркетингових інновацій. Нові та розширені партнерства можуть збільшити кількість потенційних клієнтів компанії, розширити охоплення продукту чи послуги та вплинути на маркетингологів аби ті, в свою чергу, представили нові ідеї щодо подальшого розширення та інновацій [1].

Інноваційний маркетинг також залежить від досвіду клієнтів, і взаємодія з клієнтами не є винятком. Інформацію про інноваційні продукти та послуги можна швидко поширювати в соціальних мережах та інших комунікаційних платформах, де компанії можуть взаємодіяти з відгуками клієнтів, збирати думки та аналізувати інші реакції. Цей тип взаємодії також може підвищити лояльність, покращити просування та заохотити спілкування з клієнтами.

При впровадженні інноваційного маркетингу слід розглянути нові та унікальні способи реклами продуктів і послуг. Проведення заходів, таких як збір коштів або громадські зустрічі, має на меті зміцнення відносин з потенційними клієнтами та зацікавлення їх новими можливостями обраної компанії [3].

В процесі вибору компанії, чий продукт або послуг хоче придбати покупець, він звертає увагу на вже існуючий приємний досвід. Використовуючи маркетингові дані, інноваційні маркетингологи можуть покращити персоналізований досвід завдяки впізнаваності імен, географічно специфічних продуктів і сегментованих стратегій. Ці методи персоналізації можуть підвищити почуття причетності та лояльності, що допоможе побудувати стабільні та задоволені відносини з клієнтами.

Ще одним серед методів маркетингових інновацій є співпраця з організаціями за межами компанії, яка може забезпечити підвищення прозорості і водночас надати «позитивну рекламу» - залежно від того, з ким ви співпрацюєте. Ефективне партнерське управління базується на соціальній відповідальності, громадських роботах та інших взаємовигідних видах діяльності. Підприємства, які використовують цей метод інноваційного маркетингу, повинні використовувати партнерські портали для зв'язку та спільної роботи. Пропонуємо звернути увагу і на внутрішню співпрацю.

Організація може вибрати участь у зовнішніх партнерствах, але не менш важливо віддавати пріоритет і внутрішньому співробітництву. Творчий робочий процес компанії має включати окремих людей або команди з кількох відділів, зокрема маркетингу, ІТ та продажів для забезпечення їх включення у інноваційні маркетингові зусилля підприємства [2].

Отже, інновації в маркетингу важливі, оскільки вони враховують, як бізнес і динаміка реклами постійно змінюються під час розробки гнучкої маркетингової стратегії. У той час, як звичайні методи мають свій час і місце, інноваційні маркетингові стратегії задовольняють індивідуальні потреби клієнтів.

Крім того, інновації в маркетингу важливі для визначення поточних і майбутніх цільових ринків, представлення унікальних продуктів і послуг і підвищення рівня задоволеності та впевненості клієнтів під час перегляду. Інноваційний маркетинг тримає в центрі уваги ринок, досвід і потреби клієнта від ідеї до реалізації.

Список використаних джерел

1. Савченко С. О., Аблязова Н. Р., Сукач О. М. Інноваційний маркетинг у системі управління підприємством. Підприємництво та інновації. 2021. № 17. С. 46–49
2. Курбацька Л.М., Кадирус І.Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств. Економіка та держава. 2020. № 4. С. 187–190.
3. Ребрина М. Покращення формування системи інноваційного маркетингу на підприємстві. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Підприємництво та логістика в умовах сучасних викликів» (26-28 травня 2022 р., м. Тернопіль, ЗУНУ). Тернопіль: 2022. С.77–78.
4. Павловська І. Г., Хурдей В.Д., Міщенко Д.А., Дронова Т.С., Плєскун І.В. Потенціал маркетингу в управлінні інноваційними процесами. *Економічні горизонти*. 2023. № 4 (26). DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(26\).2023.291787](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(26).2023.291787)

Ярина А. Ф.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП “Фінанси, банківська справа та
страхування”*

*спеціальності “Фінанси, банківська
справа та страхування”*

Томілін О.О. д.е.н, професор

*Полтавський державний аграрний
університет*

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА

Загострюються протиріччя, пов’язані з відсталістю в інноваційному розвитку більшості вітчизняних галузей, що негативно впливає на потенційні

можливості подальшого динамічного зростання в сфері економічної політики. Одним із важливих галузей національної економіки є аграрна, результати діяльності якої впливають на рівень життя населення країни. В агропромисловому виробництві відбулися зміни земельних і майнових відносин, виникли підприємства якісно нових організаційно-правових форм. З метою модернізації агропромислового виробництва, запровадження світових стандартів якості, виробники сільськогосподарської продукції повинні мати єдине законодавче поле. Виробництво – це процес взаємодії сфер виробництва, переробки, галузей ринкової інфраструктури, зберігання, гуртової та роздрібно торгівлі.

Основними причинами неефективності виробництва можуть бути дві – ігнорування факторів економічної ефективності та науково-технічного прогресу.

Агропромислове виробництво розвивається на основі суспільного і територіального поділу праці. Під агропромисловим виробництвом розуміємо систему ринкових взаємовідносин між трьома базовими сферами з метою організації процесу виробництва продукції, на основі поєднання державного і ринкового механізмів регулювання міжгалузевих економічних зв'язків у сфері аграрного виробництва.

Для ефективного функціонування агропромислового виробництва, збереження навколишнього середовища, підвищення якості й екологічної безпечності виробництва сільськогосподарської продукції та еквівалентного ціноутворення обов'язково необхідна державна підтримка. Зважаючи на велику кількість різноманітних форм державного регулювання для сільськогосподарських підприємств доцільно виділити три основні форми – непрямі, прямі та опосередковані.

Результати управлінських рішень включають: якість рішення, своєчасність, ступінь відповідності цілям, критеріям як індикаторам успішності, вимогам замовника, а також фінансова стійкість, точність, внутрішню узгодженість, можливість подальшого розвитку, ступінь удосконалення процедури прийняття управлінського рішення тощо.

Найважливішою невирішеною проблемою, яка стримує розвиток аграрного сектору економіки, є нееквівалентність обміну ресурсами на вході та на виході із системи агропромислового виробництва, а також не відпрацьованість взаємодії між взаємопов'язаними і взаємообумовленими структурними елементами агропродовольчої сфери та прийнятними управлінськими рішеннями.

Для досягнення цієї головної мети необхідно вирішення таких завдань: продовження політики модернізації виробництва і набуття технологічних переваг вітчизняними товаровиробниками порівняно з іноземними; залучення державних програм розвитку переважно тваринницьких галузей на основі ринкових інструментів підтримки; зменшення залежності аграрної економіки від імпорту товарів та виробничих ресурсів.

Особливої актуальності для підприємств агропромислового виробництва в нинішніх умовах трансформації сільського господарства України набирає не

просто стратегічне управління, як необхідність розвитку підприємства, а й управління як цілеспрямова на дія людей на суспільну систему загалом, яка формує цілісну цілеспрямовану систему стратегічного управління виробничих потужностей, щодо випуску якісної, безпечної та конкурентної спроможності продукції в умовах глобалізаційних викликів [1, с.31].

Критеріями ділової активності є рівень ефективності виробничо-фінансової діяльності, стійкість економічного зростання, розширення ринків збуту продукції, ступінь виконання планів за основними показниками, забезпечення заданих темпів їх зростання [2, с.31].

Отже, фінансова стійкість – це рівновага між власними та залученими засобами, відносною незалежністю та від випадковостей ринкової кон'юнктури. Фінансова стійкість – це такий стан фінансових ресурсів за рахунок їх розподілу та використання що забезпечує подальше зростання діяльності агропромислового підприємства, здатності забезпечувати відповідність і своєчасність змін виробничих, трудових та інформаційних ресурсів та використання нових можливостей з метою отримання прибутку.

На нашу думку, головним чинником підвищення ефективності та економічної стійкості агропромислового виробництва є збалансована та взаємозв'язана структурна перебудова усіх його галузей, максимальне впровадження у виробництво найважливіших досягнень науково-технічного прогресу, впровадження синергетичних ефектів у виробництві.

Таким чином, формування та розвиток ефективних еквівалентних макроекономічних пропорцій у сфері структурних ланок підприємств агропромислового виробництва може бути лише при умові підвищення ефективності виробництва та створює ефект стабілізації та стійкості.

Список використаних джерел

1. Томілін О.О., Вовк М.О. Формування стратегії управління виробничими потужностями агропродовольчого підприємства в умовах глобалізації. *Агросвіт*. 2020. № 10. С. 29–36. DOI: [10.32702/2306-6792.2020.10.29](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.10.29) URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/7989> (дата звернення – 02.01.2024)
2. Томілін О.О., Тютюнник Ю.М., Бражник Л.В., Дроботя Я.А. Фінансово-економічний словник – довідник / за наук. ред. проф. О.О. Томіліна / Полтава: ПДАУ. 2023. 108 с. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/handle/123456789/15028> (дата звернення – 02.01.2024).

СЕКЦІЯ 2. НАУКОВА ЕКСПАНСІЯ: ПОЧАТКИ МОЛОДІ У СВІТІ ОБЛІКУ, ОПОДАТКУВАННЯ, МАРКЕТИНГУ, ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ (НАПРЯМОК ДЛЯ СТУДЕНТСТВА ТА ШКОЛЯРІВ)

Болмат О.В.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП «Облік і оподаткування»
спеціальність 071 «Облік і
оподаткування»*

***Науковий керівник: Гордієнко М.І.
к.е.н., професор***

*Сумський національний аграрний
університет*

ОБЛІК ЗАПАСІВ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Як відомо, агропромисловий сектор більшості розвинених країн світу є однією із важливих ланок економічного розвитку держав, Україна не є виключенням, особливо коли держава знаходиться в стані війни. На сьогодні, одним із головних завдань є забезпечення виробництва конкурентоспроможної та якісної сільськогосподарської продукції, з метою наповнення українського бюджету валютною виручкою та забезпечення Збройних Сил України всім необхідним, для перемоги.

Сільськогосподарські підприємства, здійснюючи виробничо-господарську діяльність, використовують в процесі виробництва, тобто у формуванні кінцевого продукту, запаси які займають значне місце в оборотному капіталі та входять до вартості власного капіталу, вони з одного боку забезпечують постійність, безперервність та ритмічність діяльності підприємства, гарантують економічну безпеку, з іншого – від якісної інформації про їх наявність та рух, організацію їх обліку, контролю та аналізу залежить точність визначення фінансових результатів підприємства, його фінансовий стан, конкурентоспроможність на ринку та в цілому ефективність роботи підприємства.

Здійснюючи аналіз останніх досліджень та публікації з теми слід виокремити деякі проблеми: по-перше, є невирішеним питання щодо заходів удосконалення аналітичного обліку виробничих запасів на сільськогосподарських підприємствах, враховуючи специфіку їх діяльності та аналітичного забезпечення обліку; по-друге, на багатьох підприємствах не вирішено питання автоматизації обліку запасів, в тому числі аналітичного.

Головною метою даної наукової публікації є виявлення проблем обліку запасів, в тому числі виробничих запасів на сільськогосподарських підприємствах та надання пропозицій щодо шляхів їх вирішення, для

досягнення мети треба виконати ряд завдань: дослідити питання трактування категорії «запаси» в нашій країні та міжнародній практиці; розглянути нормативно-правову базу щодо обліку виробничих запасів; вивчити класифікацію, оцінку запасів при надходженні та використанні, сучасний стан синтетичного та аналітичного обліку; на підставі проведених досліджень запропонувати заходи щодо удосконалення обліку запасів.

Економічні перетворення, що здійснюються в Україні, не дивлячись на військовий стан, нерозривно пов'язані з пошуком принципово нових методів організації та управління виробництвом. Це вимагає адекватних змін у структурі господарського обліку і, відповідно, зумовлює необхідність удосконалення системи облікової інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень

На сучасному етапі йде тенденція прискорення оборотності запасів на підприємствах, а отже, і зниження розмірів запасів, але вони, як і раніше, займають головне місце у забезпеченні підприємства нормальними умовами роботи.

На рівні окремо взятого підприємства запаси відносяться до складу об'єктів, що вимагають великих капіталовкладень, і тому являють собою один із факторів, що визначають політику підприємства і впливають на рівень обслуговування в цілому. Однак багато підприємств не приділяють йому належної уваги і постійно недооцінюють свої майбутні потреби в наявних запасах. У результаті цього вони зазвичай зіштовхуються з тим, що їм приходится вкладати в запаси більший капітал, чим передбачалося. Таким чином, щоденна потреба в предметах праці на функціонуючому підприємстві дозволяє зарахувати їх до складу матеріальних оборотних коштів підприємства і розглядати як поточні активи.

Методологічні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про запаси і розкриття її у фінансовій звітності регламентуються Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [1], який в повній мірі відповідає Міжнародному стандарту бухгалтерського обліку (IAS) 2 «Запаси» [2]. Запаси визнаються активом, якщо існує вірогідність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з їх використанням, та їх вартість може бути достовірно визначена.

Головною передумовою успішного здійснення виробничого процесу, як основної ланки діяльності підприємств є наявність та раціональне використання виробничих запасів. У той же час, залишаються невирішеними питання вдосконалення документації оперативного та аналітичного обліку виробничих запасів, особливо нагальною постає проблема автоматизації їх обліку. Вирішення цих питань полягає в розробці основних напрямів і конкретних рекомендацій з удосконалення методики обліку запасів, в їх оцінці при вибутті, методики проведення аналізу ефективного використання запасів в цілому, в тому числі виробничих запасів, а також посиленні інформаційної та контрольної функцій обліку в управлінні виробництвом.

Поліпшенню ресурсопостачання сприяє впорядкування первинної документації, широке впровадження типових уніфікованих форм, підвищення

рівня автоматизації обліково-обчислювальних робіт, забезпечення суворого порядку приймання, зберігання й витрат сировини, матеріалів, комплектуючих виробів тощо. Необхідно також упроваджувати ефективні форми попереднього й поточного контролю дотримання норм запасів і витрат матеріальних ресурсів, приділяти більше уваги підвищенню вірогідності оперативного обліку руху напівфабрикатів, комплектуючих виробів, деталей і вузлів у виробництві. Дані бухгалтерського обліку повинні містити інформацію для знаходження резервів зниження собівартості продукції в частині раціонального використання матеріалів, зниження норм витрат, забезпечення належного зберігання.

Спираючись на вищевикладене, вважаємо, що процесу оптимізації обліку виробничих запасів, а також поліпшенню їх корисного використання має сприяти не тільки якісно складена документація, а й налагоджений виробничий процес. Тому для подальшої оптимізації обліку виробничих запасів пропонуємо розроблений економічний механізм (рисунок 1).



Рисунок 1 – Економічний механізм удосконалення обліку запасів

Запропонований механізм удосконалення обліку виробничих запасів може стати головною передумовою успішного здійснення виробничого процесу. Так, зазначимо, що спрощення оформлення операцій, пов'язаних з рухом виробничих запасів, дозволить стежити за ретельним і своєчасним проведенням

інвентаризації та удосконалити методологію бухгалтерського обліку, а також визначити оптимальну потребу у запасах та їх раціональному використанні.

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: наказ Міністерства фінансів України від 20 жовтня 1999 року №246 (у редакції наказу від 01.01.2023 року). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text>

2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (IAS) 2 «Запаси». URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IAS-02_ukr_2016.pdf

*Бурковська А. В.,
к.е.н., доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Бурковська А. І.,
д-р філософії, старший викладач
кафедри менеджменту та
маркетингу
Миколаївський національний
аграрний університет*

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Умови євроінтеграції спонукають до ретельного вивчення фінансових аспектів забезпечення продовольчої безпеки в Україні. Аналіз фінансового стану сільського господарства дозволяє оцінити його готовність до конкуренції на європейських ринках та забезпечення власної безпеки. Роль державного бюджету стає визначальною у контексті розробки та впровадження стратегій фінансової підтримки продовольчої безпеки.

Застосування фінансових інструментів для стимулювання інновацій та технологічного розвитку в аграрному секторі допомагає забезпечити сталість виробництва. Умови євроінтеграції визначають нові виклики та можливості для фінансового забезпечення продовольчої безпеки в Україні [1]. Один із ключових аспектів полягає в необхідності адаптації сільського господарства до стандартів та вимог європейських ринків, що вимагає значних фінансових ресурсів. Державний бюджет виступає важливим інструментом у формуванні політики продовольчої безпеки. Велика частина коштів має бути спрямована на розвиток сільського господарства, підтримку фермерів та агропідприємств, а також науково-дослідні роботи для впровадження сучасних технологій [2].

Іноземні інвестиції грають ключову роль у фінансовому забезпеченні. Привертання іноземних капіталів може сприяти модернізації сільського господарства, впровадженню інновацій, та забезпеченню необхідного рівня конкурентоспроможності. Фінансові інституції, зокрема банки, мають активну роль у наданні кредитів для розвитку аграрного сектору [3]. Налагодження фінансових механізмів для підтримки малих та середніх сільськогосподарських підприємств може стати ключовим фактором стимулювання розвитку.

Однак, разом з новими можливостями, євроінтеграція вносить фінансові ризики, такі як зміна умов торгівлі та конкуренції. Управління цими ризиками вимагає ретельного аналізу та розробки стратегій, спрямованих на збереження стабільності продовольчого ринку. Узгоджена діяльність держави, бізнесу та фінансових установ може стати основою для успішної реалізації продовольчої політики в умовах євроінтеграції, забезпечуючи сталість та безпеку у галузі продовольства [4]. Забезпечення продовольчої безпеки України в умовах євроінтеграції передбачає вирішення ряду фінансових завдань і задач. Однією з найважливіших є розподіл та ефективне використання державних фінансових ресурсів для підтримки сільського господарства. Це включає в себе фінансування аграрних програм, досліджень, розвитку інфраструктури та стимулювання інновацій [5]. Додатково, фінансові установи повинні активно сприяти доступу аграрних суб'єктів до кредитів, щоб забезпечити їхню стабільність та зростання. Це важливо для малих та середніх підприємств, які відіграють ключову роль у забезпеченні продовольчої безпеки на рівні країни. Залучення іноземних інвестицій є ще однією важливою задачею у фінансовому забезпеченні.

Фінансова стабільність також потребує розробки та впровадження програм та стратегій мінімізації ризиків, пов'язаних із зовнішніми торговельними відносинами та змінами у світових ринкових умовах. Це допомагає уникнути фінансових труднощів та забезпечує стабільність виробництва та постачання продуктів харчування на внутрішньому ринку [3]. Загалом, фінансове забезпечення продовольчої безпеки в умовах євроінтеграції вимагає системного та комплексного підходу, де фінансові ресурси витрачаються раціонально для підтримки усього продовольчого ланцюга – від сільськогосподарського виробництва до реалізації на ринках [4]. Розвиток системи страхування та гарантій для зменшення фінансового ризику для сільських господарств та підтримки стійкості продовольчого виробництва набуває особливої актуальності [5].

Отже, фінансові аспекти забезпечення продовольчої безпеки в Україні в умовах євроінтеграції є критично важливими для сталого розвитку сільського господарства та забезпечення національної безпеки. Євроінтеграційні процеси вимагають вдосконалення фінансових стратегій, державної підтримки та інвестицій у сільське господарство для відповіді на виклики європейських ринків. Роль державного бюджету, іноземних інвестицій, а також активна участь фінансових інститутів визначається як ключова у створенні ефективної фінансової інфраструктури для сільськогосподарського сектору. Важливість фінансової підтримки для інновацій, технологічного розвитку та сталого виробництва продовольства наголошується як необхідна умова для досягнення продовольчої безпеки в контексті євроінтеграції. Оптимізація фінансових стратегій та впровадження нових моделей фінансування є ключовими завданнями для забезпечення стабільного та конкурентоспроможного аграрного сектору України в умовах європейської інтеграції.

Список використаних джерел

1. Shebanina O., Burkovska A., Lunkina T., Burkovska A. Global aspects of food security in the world: economic dimensions. *Modern Economics*. 2023. №38. P. 178-185. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V38\(2023\)-27](https://doi.org/10.31521/modecon.V38(2023)-27).
2. Lunkina T., Burkovska A., Burkovska A., Gannichenko T. Corporate social responsibility in banking institutions: foreign experience. *Modern Economics*. 2022. №31. P. 77-81. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V31\(2022\)-11](https://doi.org/10.31521/modecon.V31(2022)-11)
3. Shebanina O., Burkovska A., Lunkina T., Burkovska, A. The aspects of food security formation in the context of epidemiological restrictions in the USA. *Ukrainian Black Sea Region Agrarian Science*. 2022. 26(1), 19-29. DOI: [https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26\(1\)-2](https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26(1)-2)
4. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Ensuring food security in the context of the sustainable development of agriculture. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2021. №3(44). P.337-345. DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2021.%2030>
5. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Socio-Psychological Determinants of Food Security in Ukraine: Causal Aspect. *Economic Studies*. 2022. Vol. 31. No 5. P. 145-162.

Вербинець Д. В.

здобувачка вищої освіти ступеня бакалавра

ОПП «Публічне управління та адміністрування»

спеціальності «Публічне управління та адміністрування»

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Голобородько Т. В.

Криворізький національний університет

ЛІДЕРСТВО І ВИЩА ДЕРЖАВНА СЛУЖБА

Державне управління відіграє важливу роль у будь-якій країні. Воно несе відповідальність за координацію усіх заходів у межах держави та надання основних послуг для людей у країні. Тому державне управління є життєво важливим для нормального функціонування уряду. Загальне сприйняття громадськістю ефективності уряду базується серед інших факторів на роботі сфери державного управління. Ефективне надання послуг у сфері державного управління залежить від роботи управлінців, яка у свою чергу залежить від багатьох чинників, серед них – стиль лідерства та мотивація [5].

Лідерство в системі державного управління останнім часом привертає все більшу увагу теоретиків і практиків, оскільки воно зазнає значних змін, спричинених реформуванням державного сектору, перспективами його розвитку та новим поглядом на врядування. Діяльність органів публічної влади з часом стає більш конкурентною: мінімізуються відмінності між державним та приватним секторами; норми та правила, які визначали характер суб'єктів управління, стають менш важливими, щоправда, крім тих, які визначають демократичне врядування. Державна служба все більше відповідає принципам

відкритості, менеджеризму, генералізму (широкого кругозору), все більша увага приділяється розвитку лідерства. Важливим питанням, яке потребує подальшої уваги, є можливість співіснування ефективного лідерства з традиційними формами управління, ієрархії та підзвітності. За визначенням Головного управління державної служби України, лідерство є сучасною концепцією управління, в тому числі управління змінами, де має значення не рівень посади, а ступінь впливовості окремої особи [3].

Державна посада формально дає керівникові необхідні передумови бути лідером колективу, але автоматично його таким не робить, хоча сам термін «лідер» (від англ. leader) в перекладі і означає «керівник», «провідник». Проте ці поняття не є тотожними. Різниця між ними полягає в тому, що «лідер» висувається завжди «знизу – догори», а керівник навпаки, «згори – вниз». З поняттям «лідер» тісно пов'язане поняття «лідерство», під яким у загальному розуміють складний механізм взаємодії тих, хто проявляє свою спроможність бути лідером, і тих, на кого цей прояв спрямовано. Розглядаючи лідерство, мають на увазі насамперед психологічні відносини, які виникають у групі, категорію ж «керівництво» аналізують з погляду організації діяльності групи та керування нею. Лідерство виникає стихійно, керівництво - усвідомлено, оскільки воно поставлене в певні рамки та норми, є стабільнішим та надійнішим [3].

У різних джерелах лідер визначається як людина, яка мислить глобальними категоріями, передбачає потенційні можливості, створює спільне бачення майбутнього, допомагає розвитку здібностей людей, делегує їм повноваження, цінує в людях відмінності, розвиває командний підхід до роботи, почуття партнерства, вітає зміни, демонструє знання технологій, заохочує конструктивний виклик, забезпечує задоволення клієнтів, досягає успіхів у змаганні з конкурентами, демонструє особисті досягнення, високий рівень компетенції, виявляє готовність до спільного керівництва, діє відповідно до проголошених цінностями, проте може міняти ці цінності, якщо того вимагає ситуація. Для того щоб відповідати таким високим вимогам, лідери повинні постійно удосконалюватися і сприяти розвитку підлеглих, вміти використовувати свої сильні сторони і заповнювати прогалини в знаннях. Лідер повинен бути здатний завойовувати довіру оточуючих, спиратися на особисті фундаментальні цінності, органічно поєднуючи емоції, інтелект і ділові якості.

Лідер повинен вміти створювати внутрішні і зовнішні мережі впливу, причому часто на неформальній основі. Такі форми мережевих взаємин припускають різні союзи і партнерські відносини як усередині однієї сфери діяльності, так і між галузями, у результаті вони можуть призводити до формального злиття і об'єднання. Лідер повинен визначати і формулювати прихований, невідчутний потенціал організації - такий як потенціал знання, людський капітал [2].

За результатами дослідження в країнах ЄС, ключові компетенції європейських лідерів є такими: відкритість до нових ідей; добросовісність; інноваційність; соціальні навички (включаючи комунікаційні навички); ведення переговорів; орієнтація на результат; організаційні навички [1].

Профілі компетенцій лідерства стосуються усіх державних службовців, що займають посади керівників (адміністративні посади) для забезпечення реалізації ними функцій лідерства, сприяння реалізації реформ та приведенню державної служби до стандартів Європейського Союзу.

Керівники вищої ланки відповідно до профілю компетенцій лідерства на державній службі в Україні повинні мати наступні лідерські компетенції: орієнтація на результат, аналітичне мислення, управління кадрами, ефективна комунікація.

Орієнтація на результат - це здатність керівника: визначати очікувані результати діяльності відомства; керувати та спрямовувати діяльність відомства на досягнення очікуваних результатів; брати відповідальність за результативність діяльності відомства; самостійно приймати вчасні та обґрунтовані рішення; очолювати стратегічне планування; визначати пріоритети діяльності відомства; керувати та спрямовувати розроблення та впровадження політик; здійснювати оцінку досягнення результатів діяльності; забезпечувати постійне удосконалення діяльності відомства; приймати рішення щодо залучення та ефективного використання ресурсів.

Аналітичне мислення - це здатність керівника: розуміти і враховувати зовнішні фактори, що впливають на діяльність відомства; збирати і аналізувати інформацію з різних джерел; виділяти ключові факти, тенденції та закономірності; робити обґрунтовані висновки та приймати рішення; пропонувати нові ідеї та шляхи вирішення проблем.

Управління кадрами - це здатність керівника: створювати ефективне робоче середовище, в якому працівники мотивовані та задоволені; планувати та розвивати людські ресурси відомства; ефективно делегувати повноваження та заохочувати ініціативу працівників; визнавати та відзначати результативну діяльність працівників; створювати можливості для професійного розвитку працівників; сприяти балансу між роботою та приватним життям працівників.

Ефективна комунікація - це здатність керівника: чітко і зрозуміло доносити інформацію до різних аудиторій, як усередині відомства, так і за його межами; слухати і розуміти інших, враховувати їхні потреби та інтереси; будувати продуктивні відносини з колегами, партнерами та громадянами [4].

Зазначені компетенції дозволяють керівникам: визначати очікувані результати діяльності відомства та ефективно керувати його роботою для досягнення цих результатів; аналізувати зовнішні фактори, що впливають на діяльність відомства, приймати обґрунтовані рішення та пропонувати нові ідеї для вирішення проблем; створювати ефективне робоче середовище, в якому працівники мотивовані та задоволені, та розвивати людські ресурси відомства; чітко і зрозуміло доносити інформацію до різних аудиторій, будувати продуктивні відносини з колегами, партнерами та громадянами.

Отже, розвиток лідерських компетенцій керівників вищої ланки є важливим завданням для підвищення ефективності діяльності органів державної влади. Ефективне лідерство є запорукою успішного функціонування системи публічного управління та реалізації стратегічних цілей держави.

Список використаних джерел

1. Excellent Public Leadership. 7 competencies for Europe. ROI.Sdu Uitgevers, 2007. URL: http://www.ila-net.org/Members/PublicationFeatures/View_Publication_Feature.asp?DBID=23.
2. Гапоненко А. Л. Теорія управління: підручник. 2015. URL: https://stud.com.ua/31841/menedzhment/yakosti_lidera.
3. Ковбасюк Ю.В. Державне управління: навч. посіб. Київ-Дніпропетровськ: Нац. акад. держ. упр. при Президент. України. 2012. Т.1. 564 с. URL: http://e-pidruchniki.com/content/2061_610_Liderstvo_u_derjavnomu_upravlinni.html.
4. Профілі компетенцій лідерства на державній службі в Україні: проект станом на червень 2010р. URL: <https://bit.ly/3RQmMKw>.
5. Смерічевський С.Ф., Клімова О.І. Лідерство в державному управлінні: сучасні виклики. *Університети і лідерство*. 2015. (1). С. 63-67. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43412/1/univlead_2015_1_16.pdf.

Вершинін М.П.

здобувач вищої освіти ступеня

магістра

ОПП “Менеджмент”

Спеціальності “Менеджмент”

Науковий керівник: доктор

філософії, Бурковська А. І.

Миколаївський національний

аграрний університет

ВПЛИВ СТАНУ ПРОДОВОЛЬЧОЇ СТАБІЛЬНОСТІ У СВІТІ НА ТРЕНДИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Стан продовольчої стабільності у світі прямо впливає на ресторанний бізнес, формуючи вимоги та переваги споживачів у виборі продуктів та кулінарних вражень. Глобальні фактори, такі як зміни в кліматі, збільшення кількості населення та економічні труднощі, визначають доступність та вартість сировини для ресторанного сектору, що має прямий вплив на його прибутковість. Попит на екологічно чисті продукти та сталий розвиток визначає тренди в ресторанному меню, змушуючи галузь адаптуватися до змін споживчих уподобань [1].

Нестабільність виробництва та постачання харчових продуктів у світі може призвести до варіацій у меню ресторанів та стимулювати їхню креативність у пошуку нових альтернативних інгредієнтів. Зміни в світових торгових відносинах та міжнародних конфліктах можуть впливати на доступність екзотичних продуктів та сировини, що впливає на ресторанный тренди та асортимент [2].

Високий рівень продовольчої безпеки у світі може сприяти росту попиту на локальні продукти в ресторанах, зокрема підтримуючи місцевих виробників. Інноваційні технології у сфері продуктового виробництва можуть стати

ключовим фактором у формуванні нових трендів у ресторанному бізнесі, включаючи використання штучного м'яса та рослинних продуктів [3].

Демографічні зміни та збільшення кількості світового населення впливають на ресторанний бізнес, зокрема збільшуючи попит на різноманітні кулінарні пропозиції, які враховують культурні та дієтичні відмінності. Впровадження нових стандартів щодо харчової безпеки може вимагати від ресторанів перегляду своїх управлінських та гігієнічних практик для відповідності вимогам. Глобальні кризи, такі як пандемія, можуть викликати реструктуризацію ресторанного бізнесу, спонукаючи до впровадження нових стратегій управління трудовими ресурсами та діловими процесами [4].

Перспективи впливу стану продовольчої стабільності на тренди ресторанного бізнесу розкриваються в контексті глибоких змін у світовій продовольчій системі. Зростання населення, зміни клімату, торговельні конфлікти та інші глобальні виклики визначають напрямок розвитку цієї сфери. У майбутньому ресторани матимуть велике завдання адаптуватися до нових умов постачання харчових продуктів. Споживачі стають все більше обізнаними та вимогливими, шукаючи продукцію, яка не тільки смачна, але й відповідає вимогам сталого розвитку та етичного виробництва [5].

Ресторани можуть очікувати збільшення попиту на місцеві та органічні продукти, а також на альтернативні джерела білка, такі як рослинні чи штучні аналоги м'яса. Важливою перспективою буде акцент на зменшення відходів та використання усіх частин продуктів для забезпечення сталого виробництва. Технологічний прогрес також відіграватиме ключову роль у майбутньому ресторанного бізнесу. Застосування інновацій у готельно-ресторанній галузі може включати в себе використання штучного інтелекту для аналізу попиту, оптимізації ланцюга постачання та вдосконалення обслуговування клієнтів [4].

Підсилення взаємодії з місцевими фермерами та виробниками стане ще однією перспективою для ресторанів. Розвиток партнерських відносин сприятиме не лише сталому розвитку господарства, але й створить можливості для ресторанів пропонувати унікальні, місцеві продукти та страви [3]. Загалом, перспективи впливу стану продовольчої стабільності на ресторанний бізнес відкривають шлях для новаторських підходів, спрямованих на збалансоване поєднання гастрономічних задоволень із забезпеченням сталого та етичного виробництва харчових продуктів.

Отже, стан продовольчої стабільності в світі визначає не лише економічні умови, але й формує тренди ресторанного бізнесу, визначаючи його динаміку та спрямованість. Глобальні зміни у виробництві та постачанні харчових продуктів впливають на стратегії ресторанів. Продовольча стабільність визначає основні тенденції у виборі продуктів та концепцій ресторанів, сприяючи зростанню попиту на сталий розвиток, екологічно чисті продукти та місцеві інгредієнти. Врахування глобальних тенденцій у ресторанному бізнесі передбачає впровадження інновацій, використання нових технологій та постійне оновлення меню, щоб задовольняти різноманітні смакові уподобання та вимоги клієнтів. Також, у контексті нестабільності на світовому рівні, ресторани повинні бути

готові до адаптації, шукаючи альтернативні джерела сировини та оптимізуючи виробничі процеси.

Список використаних джерел

1. Бурковська А.І. Організаційно-економічні засади інвестиційного забезпечення продовольчої безпеки України: дисертація. МНАУ. 2022 р. 299 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11706/3/BURKOVSKA%20PhD%20DISSE RTATION_1.pdf
2. Poltorak A., Burkovska A., Khrystenko O, Sukhorukova A. Dovgal I. Monitoring of relationships between indicators of food security of the states. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2023. 1269(1), 012001. DOI:10.1088/1755-1315/1269/1/012001
3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. Agricultural and Resource Economics. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.
4. Shebanina O., Burkovska A., Poltorak A., Burkovska A., Petrenko V. Management of the Informational Potential of Eco-Hotels in the Conditions of Sustainable Development of Hospitality and Tourist Destinations Based on Agricultural Enterprises in Ukraine. Modern Economics. 2023. 41(2023), 147-155. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-21](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-21).
5. Бурковська А.І., Гончаренко М.О., Різун В.Р. Управління кадровою політикою сільськогосподарських підприємств в контексті мотивації праці. Modern Economics. 2023. № 41(2023). С. 19-23. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-03](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-03).

Воробйова С.С.

здобувач вищої освіти ступеня

бакалавра

ОПП “Менеджмент”

Спеціальності “Менеджмент”

Науковий керівник: доктор

філософії, Бурковська А. І.

Миколаївський національний

аграрний університет

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ ЧЕРЕЗ ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ

Ефективне управління трудовими ресурсами в сфері продовольчої безпеки України є ключовим фактором для забезпечення сталого виробництва та постачання харчових продуктів на внутрішньому ринку [1]. Залучення висококваліфікованих фахівців та спеціалістів у галузі сільського господарства, харчової промисловості та інших пов'язаних галузей грає важливу роль у забезпеченні якісного та безпечного продовольства для населення.

Ефективне навчання та підвищення кваліфікації працівників у сільському господарстві та харчовій промисловості сприяють вдосконаленню технологій виробництва та викоріненню можливих ризиків для продовольчої безпеки. Стимулювання інновацій у галузі агротехнологій та сучасних методів обробки продуктів є важливим чинником для підвищення продуктивності та забезпечення безпеки харчових продуктів [2]. Рациональне розподіл трудових

ресурсів у сільському господарстві, відповідно до регіональних особливостей та потреб ринку, сприяє збалансованому виробництву та впливає на стійкість продовольчого ланцюга.

Розвиток аграрної освіти та підтримка наукових досліджень у сфері продовольчої безпеки допомагають формувати кваліфіковані кадри та інтегрувати нові знання в аграрний сектор. Забезпечення безпеки праці та встановлення відповідних стандартів безпеки виробництва допомагають зменшити ризики забруднення та забезпечують якість та безпечність харчових продуктів [3]. Узгоджена робота між різними галузями та урядовими структурами сприяє створенню взаємовигідних стратегій для управління трудовими ресурсами та забезпечення продовольчої безпеки в Україні.

Враховуючи сучасні тенденції та вимоги ринку, ефективне управління трудовими ресурсами у сільському господарстві та харчовій промисловості включає в себе розвиток інновацій, навчання та підвищення кваліфікації персоналу, а також постійну адаптацію до змін у суспільних та економічних умовах [4]. Стабільне та продуктивне управління трудовими ресурсами допомагає не тільки забезпечувати ефективність виробництва, але і враховувати вимоги безпеки праці, що є критично важливим у сфері продовольчої безпеки. Створення стимулюючих програм та соціальних гарантій сприяє привабливості галузі та залучає талановитих спеціалістів. Узгоджена діяльність між галузями, науковими установами та урядовими структурами допомагає виробляти комплексні стратегії для управління трудовими ресурсами та забезпечення сталості продовольчого виробництва в Україні [5]. Ефективне впровадження цих підходів сприяє не тільки розвитку економіки, але й підвищенню якості та безпеки харчових продуктів для споживачів.

Шляхи забезпечення продовольчої безпеки в Україні через ефективне управління трудовими ресурсами полягають у впровадженні комплексних стратегій та підходів, спрямованих на оптимізацію виробництва, підвищення якості продуктів і забезпечення сталості аграрного сектору. Важливим кроком є розвиток висококваліфікованого персоналу в галузі сільського господарства та харчової промисловості. Це включає в себе якісну підготовку фахівців, постійне навчання та впровадження сучасних методів у виробничі процеси [5].

Створення сприятливих умов праці в сільському господарстві, врахування психофізіологічних аспектів трудового процесу та забезпечення безпеки праці є важливими аспектами ефективного управління трудовими ресурсами в аграрному секторі. Впровадження інновацій у сільському господарстві та харчовій промисловості є ключовим для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності [3]. Співпраця між різними галузями сільського господарства, обмін досвідом та знаннями між суб'єктами аграрного виробництва та владними структурами сприяє створенню комплексних підходів до управління трудовими ресурсами, що сприяє стійкості продовольчого ланцюга в цілому [4]. Врахування інтересів працівників та їх соціальної відповідальності може допомогти забезпечити баланс між потребами виробництва та сталістю аграрного сектору в контексті продовольчої безпеки.

Таким чином, забезпечення продовольчої безпеки в Україні визначається великою мірою ефективним управлінням трудовими ресурсами. Взаємодія висококваліфікованих фахівців та спеціалістів у галузях сільського господарства та харчової промисловості, їхнє стале професійне розвиток, а також створення сприятливих умов праці визначають стійкість та надійність продовольчого ланцюга.

Список використаних джерел

1. Бурковська А.І. Організаційно-економічні засади інвестиційного забезпечення продовольчої безпеки України: дисертація. МНАУ. 2022 р. 299 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11706/3/BURKOVSKA%20PhD%20DISSE RTATION_1.pdf
2. Poltorak A., Burkovska A., Khrystenko O, Sukhorukova A. Dovgal I. Monitoring of relationships between indicators of food security of the states. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2023. 1269(1), 012001. DOI:10.1088/1755-1315/1269/1/012001
3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. Agricultural and Resource Economics. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.
4. Shebanina O., Burkovska A., Poltorak A., Burkovska A., Petrenko V. Management of the Informational Potential of Eco-Hotels in the Conditions of Sustainable Development of Hospitality and Tourist Destinations Based on Agricultural Enterprises in Ukraine. Modern Economics. 2023. 41(2023), 147-155. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-21](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-21).
5. Бурковська А.І., Гончаренко М.О., Різун В.Р. Управління кадровою політикою сільськогосподарських підприємств в контексті мотивації праці. Modern Economics. 2023. № 41(2023). С. 19-23. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-03](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-03).

Габер А. Ю.

*здобувачка вищої освіти ступеня
бакалавра ОПП*

*«Облік і оподаткування»,
спеціальності «Облік і
оподаткування»,*

Науковий керівник: к. е. н., доц.

Шепелюк В. А.

*Криворізький національний
університет*

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ МАЛОЦІННИХ ТА ШВИДКОЗНОШУВАНИХ ПРЕДМЕТІВ

Проблеми обліку малоцінних та швидкозношуваних предметів (далі МШП) стали достатньо актуальними для сучасного бізнесу, оскільки для ефективного ведення господарської діяльності, будь які підприємства використовують низку ресурсів, зокрема об'єкт даної тези. До малоцінних та швидкозношуваних предметів відносяться наступні предмети: різноманітні інструменти; спеціальний робочий одяг та взуття; засоби індивідуального захисту; господарський інвентар; канцелярія; інше (флешки, мишки, рамки, тощо).

У ході дослідження, виявлено наступні проблеми обліку МШП:

- правильність відображення надходження та зміни вартості МШП в бухгалтерському обліку;
- правильне віднесення до валових витрат;
- нарахування зносу та списання МШП.

Однією з ключових причин недоліків у цьому обліку є непостійність і багатозначність тлумачення законодавчої бази в Україні.

Малоцінні та швидкозношувані предмети є активами підприємства, призначеними для використання в процесі виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також в управлінні підприємством. Відмінність оборотних малоцінних і швидкозношуваних предметів полягає у тому, що їх сутність в значущий спосіб відрізняється від інших видів запасів, таких як сировина, матеріали, паливо тощо, які поступово зменшуються в обсязі або кількості через їх використання. МШП, навпаки, зберігають свою натурально-речову форму до завершення строку корисного використання і багаторазово використовуються в процесі виробництва, що робить їх подібними до основних засобів.

НП(С)БО 9 «Запаси» [4] визначає методологічні принципи формування інформації щодо малоцінних швидкозношуваних предметів та їх розкриття у фінансовій звітності. Відповідно до цього положення, до складу запасів входять малоцінні та швидкозношувані предмети, які використовуються не більше ніж один рік або не менше ніж один операційний цикл, якщо він перевищує один рік.

Особливістю малоцінних і швидкозношуваних предметів є те, що вартість таких активів, які передані в експлуатацію, виключають зі складу активів, відносять на відповідні рахунки витрат, тобто списують із балансу з подальшою організацією оперативного кількісного обліку таких предметів за місцями експлуатації і матеріально відповідальними особами протягом строку їх фактичного використання.

До необоротних активів у бухгалтерському обліку відносять активи, призначені для використання протягом періоду більше ніж один рік (або операційного циклу, якщо він перевищує один рік). Тобто вони обслуговують декілька циклів виробництва, не змінюючи при цьому своєї натуральної форми.

Враховуючи визначення основних засобів, яке подано в Податковому кодексі України [5], можна зробити висновок, що активи, вартість яких не перевищує 20 000,00 грн, не можуть вважатися основними засобами. Малоцінні необоротні матеріальні активи включають в себе активи, які за своєю вартістю не вважаються основними засобами (тобто ті, вартість яких менше 20 000 грн) та мають строк корисного використання більший, ніж один рік. Необоротні малоцінні активи обліковуються у складі основних засобів і їхня вартість амортизується.

Загалом малоцінні засоби праці можна розподілити на дві категорії: одна із них входить до складу запасів, що відображаються у другому розділі активу балансу, а саме в «Оборотних активах», тоді як інша частина включається до категорії «Малоцінних необоротних матеріальних активів». Останні

відображаються у першому розділі активу балансу, який стосується «Необоротних активів», і утворюють складову частину основних засобів.

Отже, вирішення проблеми відсутності стандартизованих підходів до складання звітності за малоцінними швидкозношуваними предметами можна досягти, ретельно деталізуючи інформацію у НП(С)БО 9 «Запаси» стосовно таких предметів. Також важливим кроком є розробка методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку малоцінних швидкозношуваних предметів.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV із змінами та доповненнями URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Економіка підприємства : підручник / О. С. Іванілов. — Київ : «Центр учбової літератури», 2009. — 728 с.
3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. С. Ф. Покропивного. — Київ :КНЕУ, 2005. — 528 с.
4. П(с)БО 9 «Запаси» : затверджено наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246 (зі змінами та доповненнями) URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text>
5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI, із змінами та доповненнями URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

Гавричева Т.В.

*здобувачка вищої освіти ступеня
бакалавра*

*ОПП «Облік і оподаткування»
спеціальності «Облік і
оподаткування»*

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Голобородько Т. В.

*Криворізький національний
університет*

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ АДМІНІСТРУВАННЯ ПДВ

На сьогоднішній день невід’ємною складовою податкової системи в Україні є ПДВ – податок на споживання. Платниками ПДВ за загальними правилами є підприємства майже всіх сфер діяльності, а об’єктом оподаткування ПДВ є операції з постачання товарів та послуг [8].

ПДВ є одним з найбільших бюджетоутворюючих податків. За даними Державної податкової служби України [1] станом на 01.12.2021 р. питома вага ПДВ в загальній сумі надходжень до державного бюджету становила 25,2%, станом на 01.12.2022 р. – 30,6%, на кінець 2023 року цей показник становив 27,1%.

Адміністрування ПДВ є важливим механізмом, який забезпечує своєчасне та повне надходження цього податку до бюджету. Ефективне адміністрування ПДВ сприяє економічному зростанню та підвищенню конкурентоспроможності країни.

Головним кроком в удосконаленні адміністрування ПДВ було запровадження з 1 січня 2015 р. автоматизованої системи реєстрації податкових накладних та адміністрування ПДВ, що дозволило платникам ПДВ самостійно вести облік та звітувати до контролюючих органів. Особливостями запровадження такої системи стало створення єдиного реєстру податкових накладних (ЄРПН), відміна паперових декларацій та реєстрів отриманих і виданих податкових накладних, автоматичне створення електронного рахунку (СЕА ПДВ) для розрахунків з бюджетом [2].

ПДВ є націнкою на товари, роботи та послуги, яку сплачує кінцевий споживач – покупець. Але перерахування суми ПДВ до бюджету покладається на продавця. У своєму обліку продавець формує такі показники як: сума накопиченого ПДВ за придбані товари, роботи, послуги, або податковий кредит; сума податкових зобов'язань з ПДВ, які продавець накопичує при продажу товарів, робіт та послуг. Якщо підприємцем було придбано більше, ніж реалізовано – виникає від'ємна різниця у сумі, на яку платник податку має право на відшкодування подавши заяву разом з декларацією. Проте на практиці все значно складніше.

Платники податку, які мають право на бюджетне відшкодування, отримують таке бюджетне відшкодування в разі узгодження контролюючим органом заявленої суми бюджетного відшкодування за результатними камеральної перевірки, що проводиться протягом 30 календарних днів, що настають за останнім днем граничного строку подання податкової декларації або уточнюючих розрахунків, а якщо такі документи були надані пізніше, - за днем їх фактичного подання, а у випадках, визначених п. 200.11 ст. 200 ПКУ [8] – за результати документальної перевірки. Така довготривала процедура зумовлює затримку коштів в бюджеті [5].

Ще однією нагальною проблемою для платників ПДВ є блокування податкових накладних та розрахунків-коригування до них. Це може призвести до затримки відшкодування ПДВ, а також інших негативних наслідків. Кожна податкова накладна, що реєструється, попередньо проходить автоматичну перевірку на ризиковість, яка проводиться на підставі певних критеріїв, визначених Кабінетом Міністрів України.

Автоматизований моніторинг критеріїв оцінки ризиків відповідно до постанови КМУ «Про затвердження порядків з питань зупинення реєстрації податкової накладної/розрахунку коригування в Єдиному реєстрі податкових накладних» № 1165 від 1 грудня 2019 р., складається з наступних етапів:

- відповідність ознакам безумовної реєстрації ПН/РК;
- перевірка критеріїв ризиковості платника ПДВ;
- перевірка платника ПДВ на наявність позитивної податкової історії;
- перевірка ризиковості здійснення господарських операції [7].

Нажаль, система, яка мала би забезпечувати відсіювання шахраїв, блокує податкові накладні і добросовісних платників, які попали під критерії ризиковості. Результатом такого блокування може бути зупинка реєстрації виданих податкових накладних, або ж і повне припинення підприємства. Для розблокування ПН/РК треба у зазначений термін зібрати необхідні документи

та надати пояснення до органу ДФС, на основі яких приймається рішення про розблокування. Такі дії можуть займати досить багато часу та бути економічно неефективними, оскільки податкові органи не завжди вичерпно пояснюють причину блокування, перелік потрібних документів, та часову межу для подання. І з кожним роком кількість платників ПДВ, які зіштовхуються з цією проблемою тільки зростає. Покупець при цьому втрачає своє право на податковий кредит, а продавець витрачає додаткові кошти на судові розслідування [4].

Досліджуючи тему блокування податкових накладних стає зрозуміло, що наразі така практика є досить поширеною серед підприємств. Наслідки блокування можуть бути різними, від втрати довіри контрагентів-покупців та неможливості отримання податкового кредиту, через що вони, швидше за все, захочуть припинити співпрацю, до накладення штрафів. Саме тому блокування реєстрації податкових накладних вимагає негайної реакції з боку керівництва підприємством. Тому що вчасно вжиті заходи, а саме доведення податківцям відповідності критеріям безумовної реєстрації, попереджають або не допускають блокування [7].

Щодо реєстрації податкових накладних у країнах ЄС, то там практика блокування не використовується. Платник податку має надати мінімально потрібну інформацію, яка стосується номера ПДВ реєстрації, адреси платника, продавця та покупця, номера рахунку, опису характеру, кількості та якості проданого товару або наданої послуги, бази оподаткування, ставки і суми податку. Якщо всі поля заповнені, накладна вважається зареєстрованою. Тоді як податкова вивчає надану інформацію та в разі потреби проводить перевірку. Натомість, за шахрайство в зарубіжних країнах передбачена кримінальна відповідальність та позбавлення волі до 25 років [3].

Подальшому підвищенню ефективності електронного адміністрування ПДВ безумовно буде сприяти не тільки вирішення принципів положень оподаткування, але також створення технічних умов і впорядкування його функцій, що передбачає розширення можливостей електронного кабінету платника податків, забезпечення швидкості, надійності і захищеності електронного документообігу, організаційних та інформаційних процесів [6].

Дослідження проблем адміністрування ПДВ показало, що в Україні існують недоліки у взаємовідносинах між підприємствами та податковими органами. Можливим шляхом удосконалення роботи контролюючих органів з адміністрування ПДВ є удосконалення автоматизованого моніторингу критеріїв оцінки ризиків. Також варто розглянути можливість запровадження більш жорстких покарань за порушення податкового законодавства.

Список використаних джерел

1. Державна податкова служба України. Надходження податків і зборів <https://tax.gov.ua/diyalnist-/pokazniki-roboti/nahhodjennya-podatktiv-i-zboriv--obovyaz/nahhodjennya-podatktiv-i-zboriv/> (дата звернення: 11.01.2024).
2. Електронне адміністрування ПДВ - важливий ресурс для збільшення надходжень. URL: <https://cv.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/474511.html> (дата звернення: 12.01.2024).

3. Чому ПДВ в Україні та ПДВ у країнах ЄС – це два різні податки? URL: <https://case-ukraine.com.ua/publications/chomu-pdv-v-ukrayini-ta-pdv-u-krayinah-yes-tse-dva-rizni-podatky/> (дата звернення: 13.01.2024)
4. СМКОР як інструмент адміністрування ПДВ: звіт за результатами розслідування за власною ініціативою. URL: <https://boi.org.ua/wp-content/uploads/2023/11/ukrayinska-versiya.pdf>. (дата звернення: 13.01.2024)
5. Бюджетне відшкодування: порядок та термін повернення. Центральне міжрегіональне управління ДПС по роботі з великими платниками податків. URL: <https://cvp.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/631003.html> (дата звернення: 12.01.2024).
6. Оніщенко Г. В. Адміністрування ПДВ в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Фінансовий простір*. 2020. № 3. (39). URL: [https://doi.org/10.18371/fp.3\(39\).2020.215216](https://doi.org/10.18371/fp.3(39).2020.215216).
7. Нові правила у блокуванні податкових накладних – причини та як уникнути. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/222139_nov-pravila-u-blokuvann-podatkovikh-nakladnikh--prichini-ta-yak-uniknuti (дата звернення: 13.01.2024).
8. Податковий кодекс України. Закон України № 2755-VI від 02.12.2010р. зі змінами та допов. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

Голік К. Ю.

*здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра*

*ОПП «Реклама і зв'язки з
громадськістю»*

спеціальності «Журналістика»

**Науковий керівник: Голік О. В.
к.н. із соц. комунік., доц.**

*Державний торговельно-
економічний університет*

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ 2024 РОКУ: ЯК ДОСЯГТИ УСПІХУ В НОВІЙ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ

Інтернет-маркетинг – це один із найважливіших інструментів для просування бізнесу в сучасному світі. Завдяки Інтернету компанії можуть спілкуватися зі своєю цільовою аудиторією, розповідати про свої продукти та послуги та залучати нових клієнтів.

Тенденції інтернет-маркетингу постійно змінюються, тому компанії повинні бути в курсі останніх новинок, щоб залишатися конкурентоспроможними. Оперуючи в умовах постійної динаміки та змін, маркетологи мають бути готові адаптувати свої стратегії під нові реалії. У 2024 році інтернет-маркетинг продовжить розвиватися, враховуючи необхідність залучення уваги аудиторії в умовах перевантаження інформацією та зростаючої конкуренції.

Однією з ключових тенденцій є зростання впливу відеоконтенту. Споживачі все більше віддають перевагу вмісту відео, інтерактивним роликам та стрімам. Це створює можливості для підприємств привертати увагу своєї аудиторії через творчий та емоційно насичений відеоконтент. Якщо ви хочете

досягти успіху в інтернет-маркетингу, вам обов'язково потрібно використовувати відеоконтент. Ви можете створювати відео для TikTok, Facebook, Instagram або інших соціальних мереж. У цей спектр можуть входити презентації продуктів, показ культури компанії за лаштунками, ретельні обзори товарів, вірусні ролики та безліч інших форматів. Можливості для виявлення творчості тут просто вражаючі, і їх варто використовувати на повну потужність.

39% маркетологів вже стверджують, що короткі відео приносять найвищу рентабельність інвестицій. Прогнозується, що обсяг відеореклами до 2025 року зросте до \$91,95 млрд (Statista)[1].

Однак важливо враховувати і зростаючу важливість якісного контенту, який буде цікавим і корисним для споживачів.

Другою важливою тенденцією є використання штучного інтелекту (AI) та машинного навчання (ML) для персоналізації контенту та управління взаємодією з користувачем. Алгоритми ШІ можуть аналізувати величезний обсяг даних про споживачів та пропонувати індивідуальні рішення для кожного користувача. Це дозволяє підприємствам створювати більш ефективні та персоналізовані маркетингові стратегії. У 2024 році AI і ML будуть ще більш поширеними в інтернет-маркетингу. Маркетологи будуть використовувати ці технології для таких завдань, як:

- автоматизація створення контенту;
- оптимізація рекламних кампаній;
- проведення аналізу даних.

Прикладів, як AI може (і буде) використовуватися у сфері інтернет-маркетингу, безліч:

1. Обробка та аналіз Big Data.
2. Аналіз поведінки користувачів на сайті.
3. Класифікація вебресурсів та рекламного контенту за релевантністю.
4. Автоматизація контролю маркетингових кампаній.
5. Гіпертаргетинг.
6. Чат-боти в обслуговуванні клієнтів.
7. Поведінкові прогнози [2].

Щодо персоналізованого маркетингу, то його важливість зростає за рахунок того, що користувачі все більше цінують індивідуальний підхід. Його можна використовувати для надання користувачам персоналізованих рекомендацій щодо продуктів або послуг, налаштування рекламних повідомлень відповідно до інтересів конкретних користувачів, а також створення персоналізованого контенту, такого як індивідуалізовані електронні листи або унікальні блоги.

Необхідно максимально використовувати таргетовані маркетингові повідомлення: персоналізовані email-кампанії, індивідуальні рекомендації продуктів та персоналізовану рекламу в соцмережах. Це допомагає створити відчуття ексклюзивності пропозиції та зробити її більш релевантною. Клієнт відчуває, що його цінують та розуміють [2].

Третьою тенденцією прогнозується використання соціальних мереж не лише як платформ для взаємодії та спілкування, але й ефективних інструментів для пошуку інформації. Завдяки постійному розвитку алгоритмів та

персоналізації контенту соціальні мережі виступають не лише як засіб взаємодії користувачів, але й як потужна пошукова система. У 2024 році очікується подальше поглиблення інтеграції соціальних мереж з пошуковими аспектами. Користувачі будуть здатні швидко та зручно отримувати інформацію за ключовими словами чи темами. Це відкриває нові можливості для брендів та підприємств ефективно залучати увагу аудиторії через оптимізацію присутності в соціальних мережах. За допомогою аналітики та розуміння цільової аудиторії, маркетологи зможуть оптимізувати свої стратегії, вибираючи правильні канали та формати для максимальної ефективності. Сприяючи активному спілкуванню та створенню спільнот, підприємства матимуть змогу покращити відносини з клієнтами та підтримати позитивний імідж бренду.

Дослідження показують, 67% користувачів TikTok використовують додаток для відкриття брендів і нових місць для покупок, а 63% споживачів використовують соціальні мережі, щоб знаходити нові ресторани або вивчати нові меню [1].

Усі ці тенденції свідчать про те, що інтернет-маркетинг не стоїть на місці, а намагається відповідати потребам сучасного ринку та споживачів. Застосування новітніх технологій, врахування соціокультурних зрушень та уважне вивчення аудиторії стають ключовими елементами успішних маркетингових стратегій в 2024 році. Маркетологи, які будуть готові до постійних змін та інновацій, матимуть можливість збільшити свій вплив і залучення аудиторії в умовах конкуренції та швидких технологічних змін.

Список використаних джерел

1. Сомова О. Тренди інтернет-маркетингу на 2024 рік, які сприятимуть розвитку вашого бренду. *Web-promo*. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/trendi-internet-marketingu-na-2024-rik-yaki-spriyatimut-rozvitku-vashogo-brendu>.
2. Тренди інтернет-маркетингу на 2024 рік, які сприятимуть розвитку вашого бренду. *Cases*. URL: <https://cases.media/article/trendi-internet-marketingu-na-2024-rik-yaki-spriyatimut-rozvitku-vashogo-brendu>.

Гуменіченко В.В.
 здобувач вищої освіти ступеня
 магістра
 ОПП «Облік і оподаткування»
 спеціальності «Облік і
 оподаткування»
Науковий керівник: д.е.н., проф.
Назаренко І.М.
 Сумський національний аграрний
 університет

ОБЛІКОВИЙ СУПРОВІД ДІЯЛЬНОСТІ ФІЗИЧНИХ ОСІБ- ПІДПРИЄМЦІВ: ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА АЛЬТЕРНАТИВНІСТЬ ВАРІАНТІВ

В умовах сьогодення значна кількість фізичних осіб зареєстрована як підприємці, діяльність яких спрямована на здійснення, розвиток власного бізнесу. Підприємницька діяльність фізичних осіб має певні переваги та недоліки, а також відповідні права та обов'язки, які наочно подані у таблиці 1.

Таблиця 1. Права, обов'язки, переваги та недоліки щодо діяльності фізичних осіб-підприємців

Критерій	Обґрунтування
Права фізичної особи-підприємця	<ul style="list-style-type: none"> • діяльність за різними видами; • можливість набуття майнового права; • самостійне визначення цінової політики; • самостійне визначення розміру заробітної плати; • самостійний вибір контрагентів; • самостійне контролювання суми доходів та ін.
Обов'язки фізичної особи-підприємця	<ul style="list-style-type: none"> • дотримання вимог законодавчо-нормативних документів; • ведення обліку (обов'язкове фіксування доходів та витрат); • укладання трудових договорів з найманими працівниками; • своєчасна сплата податків, внесків та ін.
Переваги діяльності фізичної особи-підприємця	<ul style="list-style-type: none"> • легка реєстрація ФОП; • самостійний вибір форми та способу ведення бухгалтерського обліку; • самостійне розпорядження прибутком та ін.
Недоліки діяльності фізичної особи-підприємця	<ul style="list-style-type: none"> • ризик втрати майна; • поєднання підприємницької діяльності з веденням бухгалтерського обліку (у випадку, якщо для ведення бухгалтерського обліку не залучається фахівець)

**Джерело: складено авторами за матеріалами [2].*

Базуючись на матеріалах таблиці 1, необхідно зазначити, що ведення бухгалтерського обліку для ФОП є обов'язковим. Дану вимогу задекларовано в основних законодавчо-нормативних документах.

Зокрема, ст. 19 п. 8 Господарського кодексу України передбачено, що усі суб'єкти господарювання, відокремлені підрозділи юридичних осіб, виділені на

окремий баланс, зобов'язані вести первинний (оперативний) облік результатів своєї роботи, складати та подавати відповідно до вимог закону статистичну інформацію та інші дані, визначені законом, а також вести (крім громадян України, іноземців та осіб без громадянства, які провадять господарську діяльність і зареєстровані відповідно до закону як підприємці) бухгалтерський облік та подавати фінансову звітність згідно із законодавством [1].

Податковий кодекс України також наголошує на необхідності ведення обліку ФОП, що регламентовано ст. 85.4 «При проведенні перевірок посадові (службові) особи контролюючого органу мають право отримувати у платників податків належним чином завірені копії первинних фінансово-господарських, бухгалтерських та інших документів, що свідчать про приховування (заниження) об'єктів оподаткування, несплату податків, зборів, платежів, порушення вимог іншого законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи. Такі копії повинні бути засвідчені підписом платника податків або його посадової особи та скріплені печаткою (за наявності)» та ст. 16.1.5 «Платник податків зобов'язаний подавати на належним чином оформлену письмову вимогу контролюючих органів (у випадках, визначених законодавством) документи з обліку доходів, витрат та інших показників, пов'язаних із визначенням об'єктів оподаткування (податкових зобов'язань), первинні документи, реєстри бухгалтерського обліку, фінансову звітність, інші документи, пов'язані з обчисленням та сплатою податків та зборів. У письмовій вимозі обов'язково зазначаються конкретний перелік документів, які повинен надати платник податків, та підстави для їх надання» [3].

На сьогодні на законодавчому рівні не ідентифіковані чіткі вимоги щодо ведення обліку ФОП, а ключові особливості зводяться до наступного:

- бухгалтерський облік може вестись у довільній формі;
- щомісяця потрібно відображати отримані доходи;
- у визначені законодавством терміни потрібно сплачувати податки та збори, подавати податкову декларацію;
- книгу обліку доходів та витрат вести не обов'язково (з 2021 року);
- можна використовувати різні види журналів: журнал обліку активів; журнал обліку капіталу і зобов'язань; журнал обліку доходів;
- фізичні особи-підприємці третьої групи повинні вести облік доходів і витрат від реалізації продукції сільськогосподарського призначення;
- товарний облік може вестися за наступними видами: номенклатурний, сортовий, партійний, партійно-сортний;
- інвентаризація може бути проведена у вільному порядку, результати якої можуть бути оформлені у довільному форматі (без використання затверджених Положенням про інвентаризації активів та зобов'язань документів).

Також однією з ключових особливостей ведення обліку ФОП є те, що його може вести безпосередньо підприємець або бухгалтер, який надає послуги з бухгалтерського аутсорсингу.

Бухгалтерський аутсорсинг - це ведення кваліфікованими фахівцями бухгалтерського і податкового обліку на віддаленому доступі [4].

На рисунку 1 подано характеристику бухгалтерського аутсорсингу для ФОП з чіткою деталізацією способів співпраці, особливостей вибору аутсорсингової фірми та переліку послуг, які можуть бути надані підприємцю.

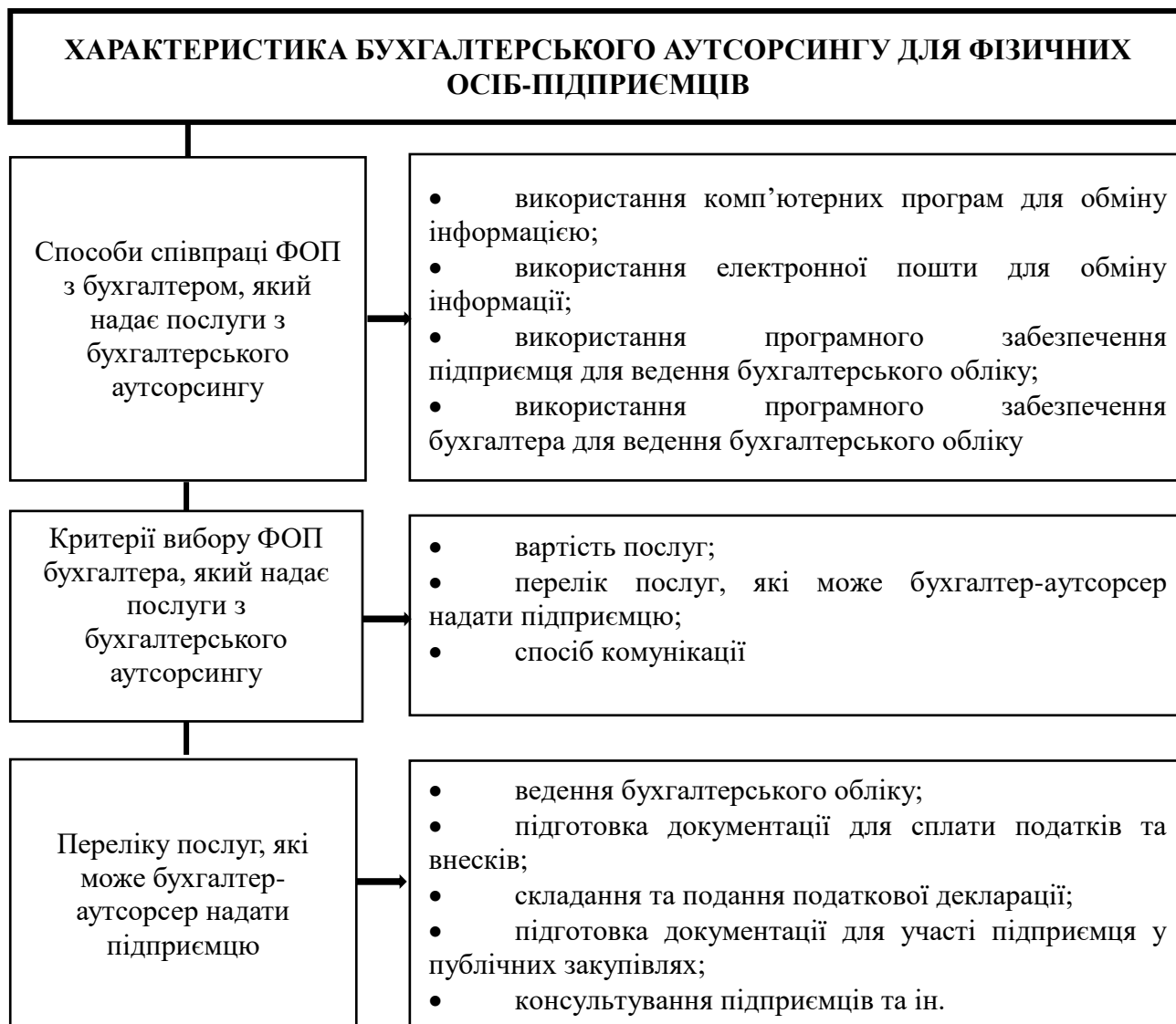


Рисунок 1. Характеристика бухгалтерського аутсорсингу для фізичних осіб-підприємців

**Джерело: складено автором з урахуванням матеріалу [4].*

Отже, на сьогодні фізичні особи підприємці зобов'язані вести бухгалтерський облік, на практиці існують різні варіанти організації облікового супроводу, що безпосередньо залежить від вподобань підприємця. На нашу думку, оптимальним в практичному аспекті є використання бухгалтерського аутсорсингу, що не тільки зменшує рівень навантаження на фізичну особу-підприємця, але й забезпечує мінімізацію помилок, отримання в режимі реального часу актуальної інформації щодо змін в законодавстві з питань обліку, оподаткування підприємницької діяльності.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України. URL: <http://surl.li/jqzs> (дата звернення 27.12.2023).
2. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник. 2020. URL: <http://surl.li/tlzh> (дата звернення 27.12.2023).
3. Податковим кодексом України. URL: <http://surl.li/hkqv> (дата звернення 27.12.2023).
4. Стисло про бухгалтерський аутсорсинг. URL: <http://surl.li/pbwqs> (дата звернення 27.12.2023).

Гура Д.Д.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

ОПП “Маркетинг”

спеціальності “Маркетинг”

Науковий керівник:

к.е.н. Дронова Т.С.

*Університет митної справи та
фінансів*

МАРКЕТИНГ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

У сучасних умовах маркетинг у міжнародному бізнесі передбачає відношення фірми-виробника до світового ринку як до сфери виробничо-збутової діяльності та джерела планового прибутку.

У міжнародному бізнесі маркетинг може виступати як:

- маркетинг товарів та послуг, що реалізується за межами певних національних кордонів або маркетинг, який здійснюється міжнародною компанією;
- система, що забезпечує стратегічну взаємодію підприємства зі світогосподарською сферою з метою вирішення її власних завдань;
- цілком самостійна сфера діяльності фірми, що характеризується трансформацією та ускладненням завдання функцій маркетингу;
- логіка підприємницького мислення, що розглядає весь світовий ринок як джерело отримання прибутку.

Появу та розвиток міжнародного маркетингу можна пов'язати з наступними змінами у розвитку виробничих відносин та продуктивних сил: інтернаціоналізація господарського життя; вплив науково-технічного прогресу на економічні процеси; зміни у характері товарів, що поставляються на зовнішні ринки, інтенсивне переміщення ліцензій, «ноу-хау», наукових розробок, інтернаціоналізація НДДКР; одночасне скорочення життєвого циклу та зростання вимог покупців до параметрів імпортованих товарів: ступінь новизни, якість, дизайн, упаковка тощо; загострення світових ринках конкурентної боротьби.

При цьому, міжнародний маркетинг має більший ступінь ризику, висуває більш високі вимоги до конкурентоспроможності товару, передбачає труднощі у вивченні ринку внаслідок особливостей країн-експортерів, необхідність урахування міжнародного ведення справ.

Цілі маркетингу в міжнародному бізнесі визначаються доцільністю виходу на ринок певної країни, визначенням виду, кількості та ціни товару, що просувається, особливостями маркетингової програми виходу, бажаними результатами, можливостями розробки адаптивної стратегії виходу на міжнародний ринок.

Специфіка маркетингу в міжнародному бізнесі, що склалася внаслідок особливостей функціонування зовнішніх ринків та умов маркетингової діяльності, дозволяє виділити в міжнародному маркетингу такі риси, які національні компанії зобов'язані враховувати:

- на зовнішніх ринках необхідно докладати більш значних та цілеспрямованих зусиль;

- вивчення не лише безпосередньо зарубіжних ринків, їх можливостей та вимог, а також політичні ризики, пов'язані з виходом на ринок певної країни, валютні курси, митне регулювання, баланс міжнародних розрахунків та ін.

- необхідно використовувати різні маркетингові процедури з урахуванням коливань та прогнозів розвитку зарубіжних ринків, торгових звичаїв, комерційної практики, особливостей навколишнього маркетингового середовища.

Необхідно дотримуватись вимог щодо потенційних іноземних покупців, при цьому суттєве значення набуває як розробка, так і комерційне виробництво так званих «товарів ринкової новизни», які такими залишаються навіть кілька років після виходу на зарубіжний ринок.

Вибір маркетингової стратегії є ключовим чинником ефективної діяльності компанії у міжнародному бізнесі. Можна використовувати як стратегію індивідуального маркетингу для кожної країни, так і стратегію загального маркетингу для всіх, але тоді унікальним має бути товарна пропозиція. Найбільш яскравим прикладом успіху у другому випадку є компанія Apple, у якої диференціація продукту здійснюється тільки за ціновим параметром (модель iPhone 5s та її дешевший аналог iPhone 5c), а загальна стратегія продажів будується на таких людських слабкостях, як радість володіння продуктом, приналежність до «обраних».

Таким чином, маркетинг у міжнародному бізнесі може, з одного боку, зміцнити конкурентоспроможність фірми-виробника, зменшити ризики та ступінь невизначеності, збільшити прибуток та розширити межі збуту, а з іншого боку, послабити позиції компанії через неправильну маркетингову стратегію.

*Дар'їн І.В.,
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра
ОПП «Облік і оподаткування»
спеціальності 071 «Облік і
оподаткування»
Науковий керівник: к.е.н, доц.
Міщук Є.В.
Криворізький національний
університет*

ВПЛИВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ ПІСЛЯ ВІЙНИ

Після закінчення воєнних конфліктів розвиток та відновлення економіки є критичним завданням для країн, які зазнали воєнних руйнувань. У цьому контексті бухгалтерський облік виконує важливу роль, надаючи необхідну фінансову інформацію для ефективного управління економічним відновленням. Даний процес вимагає стратегічного підходу та використання бухгалтерських інструментів для забезпечення стійкості та зростання (рис. 1).

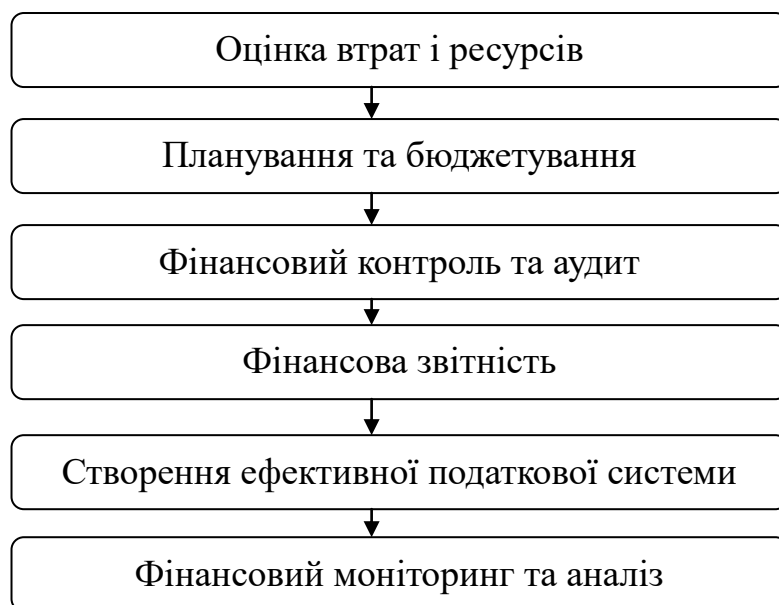


Рис. 1. Бухгалтерські інструменти для забезпечення стійкості та зростання

Після війни важливо провести детальний облік втрат і наявних ресурсів. Витрати підприємства після війни є складною та багатогранною проблемою, оскільки вони пов'язані з відновленням інфраструктури, виробничими процесами, а також забезпеченням соціальних та економічних потреб спільноти [1].

Бухгалтерський облік дозволяє визначити розмір матеріальних збитків, оцінити ступінь знищення інфраструктури, а також визначити наявність фінансових ресурсів для відновлення.

Бухгалтерський облік використовується для розробки планів відновлення та бюджетів. Ретельне планування дозволяє визначити пріоритети, розподілити ресурси та забезпечити оптимальне використання фінансів для відновлення ключових галузей економіки.

Бухгалтерський облік забезпечує фінансовий контроль над використанням ресурсів для відновлення. Аудиторські процедури допомагають перевірити ефективність та ефективність витрат, уникнути корупції та забезпечити чесне та прозоре використання коштів.

Регулярна фінансова звітність, підготовлена на основі бухгалтерського обліку, надає інформацію для зацікавлених сторін щодо економічного відновлення. Це сприяє залученню інвестицій, реконструкції фінансового ринку та покращенню інвестиційного клімату.

Бухгалтерський облік важливий для розробки ефективної податкової політики. Відновлення економіки можливе через створення сприятливого податкового середовища, яке приваблює інвестиції та сприяє підприємству.

Бухгалтерський облік надає засоби для моніторингу фінансових результатів відновлення в реальному часі. Аналіз отриманих даних дозволяє вчасно коригувати стратегії та приймати рішення для забезпечення ефективного відновлення економіки.

Важливо відзначити, що бухгалтерський облік не лише реєструє фінансові події, але й надає засоби для ефективного управління ресурсами підприємства. Ділова активність та стабільність компанії значною мірою залежать від здатності правильно вести облік та враховувати фінансові ризики. Бухгалтерський звіт дозволяє не лише контролювати фінансові показники, а й вчасно виявляти можливі проблеми та ризики. Це стає основою для прийняття раціональних управлінських рішень та розробки стратегій, спрямованих на збільшення економічної безпеки підприємства [2, 3]. У контексті глобальних економічних турбуленцій бухгалтерський облік виступає як інструмент мінімізації ризиків та збереження фінансової стійкості. Актуальний аналіз фінансових звітів дозволяє виявляти тенденції та узагальнювати дані, що є необхідним для прогнозування можливих економічних викликів та вчасного реагування на них. Отже, бухгалтерський облік є необхідним елементом для забезпечення економічної безпеки підприємства. Він допомагає вивчати, контролювати та управляти фінансовими ресурсами, що сприяє зміцненню стійкості підприємства в умовах викликів і невизначеності на ринку.

Таким чином, бухгалтерський облік є невід'ємною частиною стратегічного планування та управління економічним відновленням після війни. Його вплив проявляється в оцінці витрат, плануванні ресурсів, контролі витрат, створенні ефективних податкових систем та забезпеченні фінансової прозорості. Належне використання бухгалтерських інструментів сприяє стійкому та ефективному відновленню економіки, сприяючи стабільності та розвитку країни.

Список використаних джерел

1. Нусінов В. Я., Міщук Є. В. Аналіз та контроль рівня витрат та видатків на промислових підприємствах. Вісник МНТУ. 2012. № 3 (7). С. 186–194.
2. Mishchuk I., Zinchenko O., Adamenko M. Sustainable competitive innovative development and economic security of enterprises under unstable conditions: Mutual dependency and influence. E3S. Web. Conf., 2020. 166. 13017. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016613017>
3. Adamenko M., Mishchuk I., Zinchenko O. Economic security and innovation activity of personnel – determinants of sustainable development of enterprises. E3S Web of Conferences, 2020. 166. 13009. doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016613009>

Добронос С.О.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП “Облік і оподаткування”
спеціальності “Облік і
оподаткування”*

**Науковий керівник: д.е.н., проф.
Назаренко О.В.**

*Сумський національний аграрний
університет*

ЗНАЧЕННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ СКЛАДОВІ ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВОМ

Процес реалізації являється важливим джерелом доходів для підприємств, що функціонують як об'єкти оподаткування, і відіграє ключову роль у формуванні дохідної частини державного бюджету. Цей процес охоплює ряд операцій, під час яких продавець передає покупцеві право власності на об'єкт продажу. Взаємодія між доходами та витратами в процесі реалізації дозволяє підприємству визначити фінансовий результат своєї діяльності.

Процес реалізації значно впливає на фінансовий результат підприємства та є одним з ключових джерел його прибутку. Це визначається не лише передачею готової продукції покупцям, але й спрямованими на отримання максимального підприємницького прибутку діями. Реалізація визначає початок та завершення колообігу господарських засобів. Продукція, створена у процесі виробництва, отримує своє підтвердження в суспільстві під час реалізації, коли визначаються її споживчі властивості. Відповідність споживчої вартості вимогам товару є важливою умовою для успішної реалізації.

У процесі реалізації підприємство отримує грошовий виторг від покупців через укладені угоди про купівлю-продаж. Цей виторг перевищує витрати на виробництво та реалізацію продукції, утворюючи чистий дохід або прибуток. Таким чином, прибуток, сформований у процесі виробництва, отримує грошову форму під час реалізації, що сприяє розширенню і відновленню виробництва, завершуючи колообіг [1].

Стабільність розвитку, ефективне використання ресурсів і оптимізація доходів та витрат становлять головні завдання сучасних бізнес-структур. Бухгалтерський облік господарського суб'єкта є ключовим джерелом інформації для прийняття управлінських рішень як у короткостроковій перспективі, так і на довгостроковий горизонт. Він також забезпечує конкурентні переваги діяльності та оптимізацію фінансово-економічних показників окремих сегментів підприємства. У сучасних умовах бізнесу недостатньо просто виготовити продукт; важливо також побудувати логістику його постачання до замовника чи кінцевого споживача, включаючи аспекти зберігання, продажу та доставки. Стратегічним завданням підприємства стає своєчасне та якісне обслуговування клієнтів, при цьому одночасно мінімізуючи загальні витрати фірми [3].

Організаційний процес обліку готової продукції та її реалізації можна умовно розподілити на етапи. На кожному з цих етапів важливо чітко ідентифікувати відповідальних за виконання конкретних обов'язків осіб та осіб, які будуть відповідати за контроль за їхнім виконанням (рисунки 1).



Рисунок 1 – Організаційні етапи обліку готової продукції та її реалізації

Джерело: узагальнено автором на підставі [2]

Реалізованою продукцією слід вважати продажну вартість відвантаженої готової продукції, яка була зазначена в оформлених у якості підстави для розрахунків з покупцями та замовниками документах, чи продажна вартість відвантаженої готової продукції, зарахована у якості платежу на рахунки підприємства в обслуговуючих банківських установах.

Результати проведених досліджень дають підстави зауважити, що правильність організації обліку процесу реалізації готової продукції виступає запорукою достовірності відображення облікової інформації у фінансовій звітності господарюючого суб'єкта та безпомилкового визначення результативності його діяльності.

Список використаних джерел

1. Васильєва Л. М., Бондарчук Н. В., Мінковська А. В. Економічна сутність процесу реалізації як об'єкту бухгалтерського обліку. *Modern Economics*. 2021. № 29(2021). С. 35-39. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V29\(2021\)-06](https://doi.org/10.31521/modecon.V29(2021)-06).

2. Візіренко С. В., Агаркова О. В. Організація обліку процесу реалізації готової продукції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 24. С. 36–42. DOI: 10.32702/2306-6814.2018.24.36

3. Назаренко О. В. Обліково-аналітичні аспекти групування витрат операційної діяльності логістичного сегменту підприємства. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». № 4. 2019. С. 56-64. URL: <https://www.inter-nauka.com/ua/issues/economic2019/4/4845> (дата звернення: 09.01.2024)

*Дояр В.А.,
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра
ОПП «Публічне управління та
адміністрування»
спеціальності 281 «Публічне
управління та адміністрування»
Науковий керівник: к.е.н, доц.
Міщук Є.В.
Криворізький національний
університет*

ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Енергетична безпека у повоєнний період визначається як забезпечення стійкості постачання та використання енергетичних ресурсів у контексті геополітичної стабільності та технічної надійності. У цьому контексті виникають ключові виклики, такі як геополітичні конфлікти, терористичні загрози, зміни клімату та технологічні перетворення.

Збереження енергетичної безпеки передбачає диверсифікацію джерел енергії та географічних напрямків постачання, що зменшує залежність від одного постачальника. Важливим елементом є розвиток внутрішніх енергетичних ресурсів та впровадження ефективних технологій для зменшення енерговитрат.

Державні органи повинні сприяти створенню ефективних енергетичних стратегій, враховуючи економічні, екологічні та соціальні аспекти. Ключовим є

розвиток відновлюваних джерел енергії, підвищення енергоефективності та розробка інфраструктури для зберігання та передачі енергії.

Важливо удосконалювати міжнародне співробітництво для розробки стандартів безпеки, обміну технологіями та ресурсами. Крім того, розробка регіональних та глобальних стратегій допомагатиме вирішувати спільні виклики та зміцнювати енергетичну стабільність у повоєнний період.

Управління енергетичною безпекою представляє собою складний процес, орієнтований на забезпечення сталості постачання та використання енергетичних ресурсів у відповідності до національних та глобальних стратегій. Цей процес включає в себе широкий спектр аспектів, які охоплюють економічні, технічні, соціальні та політичні виміри.

Одним з ключових елементів управління енергетичною безпекою є розвиток і реалізація національних стратегій енергетичної політики. Ці стратегії повинні враховувати геополітичні, екологічні та економічні фактори, спрямовані на максимізацію сталості постачання та забезпечення доступності енергії для всіх секторів економіки.

Однією з головних складових енергетичної безпеки є диверсифікація джерел та постачальників енергії. Спроможність користувача мати доступ до різних джерел, таких як вугілля, газ, нафта, відновлювані джерела тощо, дозволяє зменшити залежність від конкретних ресурсів та країн-експортерів, забезпечуючи тим самим стабільність у постачанні.

Ефективне управління вимагає розробки та впровадження технологічних інновацій, спрямованих на підвищення енергоефективності та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Важливо враховувати перехід до відновлюваних джерел енергії, розвиток сучасних технологій зберігання енергії та зростання ролі цифрових технологій у сучасних енергетичних системах.

Національне та міжнародне співробітництво є ще однією важливою складовою управління енергетичною безпекою. Взаємодія держав сприяє обміну технологіями, досвідом та ресурсами, що може підвищити ступінь стійкості глобальних та регіональних енергетичних систем.

Управління енергетичною безпекою включає в себе аналіз ризиків та розробку стратегій адаптації до змін у геополітичному середовищі, технологічному розвитку та змінах в споживчому попиті. Важливо розробляти імовірні сценарії розвитку подій та вживати заходи щодо мінімізації можливих загроз.

Таким чином, ефективне управління енергетичною безпекою вимагає комплексного підходу, що поєднує в собі елементи політики, технологій, економіки та екології. Тільки такий комплексний підхід може гарантувати стабільне, доступне та стале забезпечення енергією, враховуючи виклики і можливості сучасного енергетичного ландшафту.

Забезпечення енергетичної безпеки у повоєнний період є надзвичайно важливим завданням, оскільки воно визначає економічний розвиток, соціальну стабільність та національну безпеку. Для успішного вирішення цього завдання необхідно володіти рядом спеціалізованих навичок та здібностей [1].

По-перше, фахівці з енергетики повинні мати глибокі знання в галузі виробництва, передачі та розподілу енергії. Це включає розуміння роботи енергетичних систем, використання різних джерел енергії та ефективний управлінський досвід у веденні енергетичних підприємств [2].

По-друге, навички планування та стратегічного управління є важливими для розробки довгострокових планів забезпечення енергетичної безпеки. Це включає розробку стратегій розвитку енергетичного сектору, адаптацію до змін клімату та ефективне використання ресурсів.

По-третє, знання енергоефективних технологій та інновацій є важливими для оптимізації виробництва та споживання енергії. Розвиток та впровадження новітніх технологій, таких як відновлювані джерела енергії, сховища енергії та енергоефективні системи, сприяють стійкості енергетичного сектору.

По-четверте, навички в області кризового управління та реагування на екстремальні ситуації є невід'ємною частиною забезпечення енергетичної безпеки. Швидке відновлення роботи енергетичних об'єктів після природних катастроф чи кібератак вимагає високо кваліфікованих фахівців та добре налагоджених процедур екстреного реагування.

По-п'яте, міжнародна співпраця та дипломатичні навички стають ключовими в умовах глобалізації. Забезпечення надійних поставок енергії вимагає співпраці з іншими країнами, партнерство з міжнародними енергетичними організаціями та розробку взаємовигідних угод [3].

Отже, для забезпечення енергетичної безпеки у повоєнний період необхідно володіти різноманітним спектром навичок, що охоплюють технічні, стратегічні, управлінські, інноваційні та дипломатичні аспекти. Тільки комплексний підхід та поєднання цих навичок можуть гарантувати стабільність та розвиток енергетичного сектору у постконфліктний період.

Список використаних джерел

1. Adamenko M., Mishchuk I., Zinchenko O. Economic security and innovation activity of personnel – determinants of sustainable development of enterprises. *E3S Web of Conferences*, 2020. 166. 13009. doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016613009>
2. Mishchuk I., Zinchenko O., Zinchenko D., Dariusz P., Pohrebniak A. Differences in the Assessment of Economic Security of Personnel and Security of Enterprise Staff Interests. *WSEAS Transactions on Environment and Development*. 2020. 16. Pp. 454-463.
3. Mishchuk Ye.V. Differentiated approach to assessing the level and status of multilevel indicators on the example of enterprise economic security. *Visnyk ZhDTU. Serii: ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*. 2019. No. 3 (89). Pp. 36-45.

Дубенюк Я. О.
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра
ОПП “Менеджмент”
Спеціальності “Менеджмент”
**Науковий керівник: доктор
філософії, Бурковська А. І.**
Миколаївський національний
аграрний університет

DIGITAL-ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

На початку ХХІ ст. відбулися глобальні зміни, які відрізняються революцією в інформаційному просторі. Перехід до діджиталізації сьогодні є одним із ключових пріоритетів у розвитку цифрової економіки. Не менш важливою є трансформація бізнесу із використанням цифрових технологій зокрема сьогодні, коли триває війна і бізнес не може ефективно функціонувати.

Сучасна економіка дозволяє розширити обмежені можливості економічних ресурсів, запропонувавши споживачам кардинально нові види товарів і послуг та забезпечивши ріст національних корпорацій, які активно впроваджують інновації на світовому рівні [1]. Існує ряд факторів, які сприяють цим тенденціям. Перш за все, це глобалізація та діджиталізація економічних відносин. Діджиталізація дозволяє наблизити взаємозв'язок сфери науки, освіти, виробництва та ринку, а глобалізація стирає межі національних економік [2].

Діджиталізація являється сучасною концепцією, яка залучає бізнес-суб'єктів до ділового світу. Трансформаційний процес в діджиталізацію визначається як процедура, яка використовується для переорієнтації економіки держави, організацій та громади на системний рівень [3]. Одним із сучасних трендів діджитал-стратегії є формування платформових моделей бізнесу, оскільки цифрова платформа дозволяє об'єднати дві і більше незалежні групи продуктів заради збільшення прибутку всіх учасників та надає можливість споживачам і виробникам зв'язуватися між собою, аби обмінятися товарами, послугами та інформацією [4]. Використання цифрових платформ дозволяє мінімізувати кількість посередників між ними та дозволяє виробнику або продавцю запропонувати свій товар величезній кількості покупців незалежно від їх географічного положення.

Акцентуючи увагу на умовах сьогодення, то Дія.Бізнес, Офіс з розвитку підприємництва та експорту та Мінцифра розпочали безкоштовні тренінги для представників бізнесу щодо трансформації бізнесу під час війни. Освітній проект «Цифровізація бізнесу: як зростати в умовах війни» надає бізнесу практичні інструменти для цифрової трансформації, надаючи клієнтам якісний користувацький досвід і навіть знання як збільшувати прибуток. Цей проект передбачає п'ять безкоштовних вебінарів для підприємців на тему цифрової трансформації бізнесу в умовах війни [5].

На час дії воєнного стану Міністерство цифрової трансформації України разом з іншими органами, що належать до виконавчої влади, мали на меті запровадити інструменти для взаємосумісності цифрових документів із європейськими, тобто персональний цифровий гаманець, який сприяє створенню в Україні єдиної системи цифрової ідентифікації персоналу для електронних форматів.

На час дії воєнного стану Міністерством цифрової трансформації України і Комітетом з питань цифрової трансформації Верховної Ради України у взаємодії із іншими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування здійснюється робота у напрямку національної відбудови. Ведеться велика робота для залучення України до нової програми стратегічного фінансування Європейського Союзу «Цифрова Європа» та впровадження новітніх технологічних рішень в економіку та суспільство [2].

Умови війни накладають особливий акцент на значення діджитал-трансформації в сфері бізнесу, вимагаючи від компаній швидкої адаптації до нових реалій та стратегічного перегляду своїх операцій. Застосування цифрових технологій дозволяє підвищити ефективність виробництва та оптимізувати бізнес-процеси, що є критичним у воєнних умовах для забезпечення найвищого рівня продуктивності [3].

Таким чином встановлено, що в умовах війни для підтримання функціонування та розвитку бізнесу особливу роль відіграє трансформація бізнесу за допомогою сучасних цифрових технологій. Діджитал-трансформація дозволяє компаніям переглядати традиційні моделі бізнесу та швидко реагувати на екстрені ситуації. Впровадження цифрових технологій допомагає підвищити ефективність виробництва, оптимізувати бізнес-процеси та забезпечити більшу гнучкість у прийнятті рішень. Крім того, діджитал-трансформація дозволяє підвищити кібербезпеку та захист важливої інформації в умовах збільшеної загрози кібератак. Застосування передових технологій шифрування та інших засобів захисту даних стає необхідністю для забезпечення стійкості бізнес-процесів.

Список використаних джерел

1. Полторак А.С., Сухорукова А. Л., Бурковська А. І. Кібербезпека в системі трансформації управління бізнес-організацією. Трансформація менеджменту бізнес-організацій: сучасні тренди та виклики : колективна монографія. Київ : Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. 2021. С. 158-176. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10893/1/17.pdf>
2. Lunkina T., Burkovska A., Burkovska A., Gannichenko T. Corporate social responsibility in banking institutions: foreign experience. Modern Economics. 2022. №31. P. 77-81. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V31\(2022\)-11](https://doi.org/10.31521/modecon.V31(2022)-11)
3. Shebanina O., Burkovska A., Lunkina T., Burkovska, A. The aspects of food security formation in the context of epidemiological restrictions in the USA. Ukrainian Black Sea Region Agrarian Science. 2022. 26(1), 19-29. DOI: [https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26\(1\)-2](https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26(1)-2)
4. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Ensuring food security in the context of the sustainable development of agriculture. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2021. №3(44). P.337-345. DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2021.%2030>

Жуган В.В.

*здобувачка вищої освіти ступеня
бакалавра*

*ОПП «Облік і оподаткування»
спеціальності «Облік і
оподаткування»*

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Шепелюк В.А.

*Криворізький національний
університет*

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

Виробниче функціонування сучасних підприємств потребує насамперед якісних господарських засобів, що забезпечують отримання економічних вигід. Саме нематеріальні активи, при ефективному використанні, здатні приносити значні прибутки. Наявність такого типу активів підвищує ринкову вартість компанії і робить її більш привабливою для інвестицій.

В останні роки на підприємствах частка нематеріальних активів стрімко зростає, але деякі проблеми щодо їх аналізу та обліку залишаються невирішеними.

Облік нематеріальних активів нині є предметом інтенсивних економічних і практичних досліджень. Зокрема, цій темі присвячені роботи І.М. Бойчука, Т.М.Банасько, В.П. Завгороднього, Н.М. Гудзенка, І.О.Бланка, Ф.Ф. Бутинця, С.Ф. Голова, І.І. Пилипенка, В.Ф. Сопко, Н.В. Чебанова, О.В. Побережця та ін. Однак питання пов'язані з ідентифікацією, класифікацією та оцінкою нематеріальних активів для обліку та звітності, які відіграють важливу роль в управлінні підприємством, ще не отримали належного вирішення.

Однією з основних проблем в управлінні нематеріальними активами є відсутність єдиного тлумачення терміну «нематеріальні активи». Це призводить до розбіжностей у розумінні термінології з цього питання та не дозволяє практикам сформулювати єдине тлумачення, яке б мало постійний і незмінний характер та повністю розкривало суть поняття. Одні науковці розглядають нематеріальні активи у складі ресурсів підприємства як складову частину необоротних активів, інші – як об'єкти інтелектуальної власності, окремі вчені досліджують сферу нематеріального виробництва [5]. У світовій практиці нематеріальні активи часто ототожнюють із діловою репутацією і описують як перевищення вартості придбаної компанії над вартістю її активів. Деякі джерела також використовують термін «нематеріальні активи» поряд з «нематеріальними ресурсами», «активами знань», «інтелектуальним капіталом» тощо. Різниця між нематеріальними активами та нематеріальними ресурсами

полягає в тому, що ресурси суб'єкта господарювання є більш ширшим поняттям. Вони є компонентами виробничого потенціалу підприємства, які використовуються ним для досягнення своїх цілей і стають активами лише після того, як виконуються умови визнання – оцінка, ідентифікація та здатність генерувати економічні вигоди.

Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про нематеріальні активи та розкриття інформації про них у фінансовій звітності визначає НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи», який розроблений на основі МСБО 38 [3]. Відповідно до цього положення нематеріальний актив це – немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований [4].

Ознайомившись з чинною нормативною базою та різними поглядами науковців на сутність нематеріальних активів, можна визначити, що нематеріальний актив являє собою немонетарний актив, який має певні особливі критерії: можливість ідентифікації, відсутність фізичної форми, наявність юридичного статусу, який підлягає правовому захисту і використовується в процесі господарської діяльності, тим самим збільшуючи ринкову вартість підприємства. До нематеріальних активів належать: авторські права, ліцензії, патенти, гудвіл, інтелектуальна власність тощо.

Ще одним проблемним аспектом є неможливість визначення строку корисного використання деяких нематеріальних активів. Чинне законодавство не містить жодних методик чи рекомендацій щодо вирішення цієї проблеми. Тому розрахувати амортизацію таких активів неможливо. Це може призвести до збитків компанії через заниження витрат у звітному періоді та відображення більшого прибутку до оподаткування, ніж є насправді [5].

Практична проблема, пов'язана з оцінкою нематеріальних активів, часто виникає при їх інвентаризації та виявленні тих активів, які не перебувають на балансі підприємства. Відповідь на питання щодо правильної оцінки таких об'єктів частково дає НП(С)БО 8 та Національний стандарт 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності». Національне законодавство передбачає кілька видів вартості об'єктів нематеріальних активів: первісна, справедлива та переоцінена [4].

Вид діяльності, до якого належить операція з нематеріальними активами, є важливим для достовірного відображення операцій з нематеріальними активами в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності. Такі операції зазвичай відносяться до інвестиційної діяльності. Інформація про операції з нематеріальними активами наводиться у Звіті про фінансові результати та у Звіті про рух грошових коштів, при цьому у Звіті про фінансові результати – це «інша діяльність», а у Звіті про рух грошових коштів – «інвестиційна діяльність» [2].

Питання економічного аналізу нематеріальних активів стало предметом дослідження вітчизняних науковців на початку 1990-х років, після того, як це поняття було введено в національну систему бухгалтерського обліку. Оскільки нематеріальні активи відносяться до необоротних активів підприємств, для розробки методології їх економічного аналізу були використані методи, які

традиційно застосовуються для аналізу необоротних активів, внаслідок чого такі методики, в переважній більшості не враховували визначальних особливостей нематеріальних активів як об'єкта бухгалтерського обліку [1].

Останніми роками значна кількість вітчизняних вчених (Шелест В.С., Романенко О.В., Божко В.П., Банасько Т.М., Чуб Ю.В. та ін.) приділяє увагу дослідженню теоретико-методичних аспектів економічного аналізу нематеріальних активів, але серед них відсутня єдність в поглядах стосовно завдань, напрямів та методів його здійснення, що свідчить про недостатню розробленість цього питання [1].

Таким чином, враховуючи вищезазначене, основними проблемами обліку та аналізу нематеріальних активів в Україні є наступні: 1) відсутність єдиного визначення терміну «нематеріальні активи»; 2) суперечність в положеннях окремих нормативно-правових актів; 3) відсутність єдиної економічної класифікації; 4) проблема визначення реальної вартості нематеріальних активів, що призводить до зменшення балансової вартості підприємства; 5) наявність економічно застарілої інформації у багатьох дослідженнях та працях вітчизняних вчених; 6) Недосконалість системи визначення амортизаційних відрахувань, пов'язана з неможливістю визначення строку корисного використання нематеріальних активів; 7) відсутність єдиної методики та системи коефіцієнтів, які необхідні для проведення аналізу нематеріальних активів.

Тому для вирішення проблемних питань щодо обліку та аналізу нематеріальних активів, необхідно: визначити єдині критерії ідентифікації нематеріальних активів; гармонізувати облік нематеріальних об'єктів в Україні та світі; удосконалити чинні методики аналізу нематеріальних активів; узгодити законодавче регулювання обліку і аналізу нематеріальних ресурсів; підвищити кваліфікацію бухгалтерів з обліку нематеріальних активів; створити системний та обґрунтований підхід у визначенні вартості нематеріальних активів; розробити та затвердити на державному рівні єдину методику та систему коефіцієнтів для проведення аналізу нематеріальних активів.

Список використаних джерел

1. Гороховець Ю.А. Облік і аналіз нематеріальних активів в системі вартісно-орієнтованого управління: дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / Ю.А. Гороховець. – Київ, 2018. – 287 с.

2. Конєва, А., & Урусова, З. (2020). СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ І АУДИТУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ. Молодий вчений, 6 (82), 203-206. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-6-82-42>

3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929050>

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» : Наказ Міністерства фінансів України від 18.10.1999 р. № 242 зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>

5. Фатенок-Ткачук, А., & Комариця, Л. (2021). ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ВІДОБРАЖЕННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ В ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА. *Економіка та суспільство*, (25). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-67>

Знайдюк О. Р.

учень 10-В класу Криворізького

Центрально-Міського ліцею

Криворізької міської ради

Дніпропетровської області

Науковий керівник: Зайцева І.Г

вчитель економіки Криворізького

Центрально-Міського ліцею вищої

категорії, методист Криворізької

міської ради Дніпропетровської

області

ЗАСТОСУВАННЯ ІНДЕКСУ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ АНАЛІЗУ ДЕРЖАВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ

У світі, де інклюзивність стає ключовим питаннями сучасного розвитку, ефективність економічної політики країни вимірюється не лише показниками зростання, але й здатністю забезпечити рівні можливості для всіх громадян. У цьому контексті концепція інклюзивного розвитку набуває особливого значення, відображаючи стратегічну необхідність створення системи, яка б гарантувала відкритий доступ до ресурсів, освіти, охорони здоров'я та економічних можливостей для всіх верств населення.

Індекс інклюзивного розвитку (Inclusive Development Index, або IDI) представляє собою альтернативну систему оцінки економічного розвитку країн, що розглядається як сучасний аналог валового внутрішнього продукту (ВВП) – ключового економічного показника, який характеризує статус країни у світі. IDI проводить щорічну оцінку економічної ефективності в 103 країнах світу, аналізуючи одинадцять аспектів економічного прогресу поряд з ВВП. Цей індекс є ініціативою Всесвітнього економічного форуму [1].

Інклюзивний розвиток виник у діалектичному процесі послідовних змін у фазах інтеграції та дезінтеграції парадигм капіталізму та лібералізму.

Основою інклюзивних інститутів є: захист прав приватної власності всіх громадян, право вільно обирати професію, неупереджена система правосуддя, рівні можливості для всіх без винятку брати участь у господарській діяльності, вільний вихід на ринок нових компаній. Інклюзивні інститути сприяють прискореному економічному зростанню, підвищенню продуктивності праці та рівню національного добробуту; допомогти створити інклюзивні ринки праці, сформуванню основи для економічного зростання, тобто технологічні інновації та якісну освіту.

В умовах інклюзивного розвитку технологічні інновації забезпечують зміну технологічних механізмів, підвищення продуктивності та інтенсивності, використання всіх засобів виробництва. Крім того, інноваційна діяльність базується на наукових досягненнях та сприятливому кліматі для венчурного підприємництва.

Останні дослідження Фонду Рокфеллера показують, що зміст інклюзивної

економіки значно розширився, і рушійною силою прогресу є виключно фактор добробуту громадян [19].

Мабуть, найбільш загальноприйнятою глобальною політичною рамкою для роздумів над питанням інклюзивного розвитку є Порядок денний ООН 2030 зі сталого розвитку (the United Nations' Agenda 2030) [2].

Суть ідеї сталого розвитку визначається через його місію та встановлені цілі, які відображаються у трьох основних аспектах: економічному, соціальному та екологічному. Економічний аспект означає оптимальне використання обмежених ресурсів та використання екологічних технологій для збереження природних ресурсів та зниження негативного впливу на довкілля. Соціальна складова сталого розвитку спрямована на підтримку стабільності суспільства та культурних систем, включаючи запобігання конфліктам та справедливий розподіл благ у глобальному масштабі. З екологічної точки зору, сталий розвиток має забезпечувати збереження природних систем і створене людиною середовище. Отже, крім економічних цілей, концепція сталого розвитку враховує екологічні та соціальні аспекти.

Сталість розвитку, як складна категорія, включає, крім описаних трьох компонентів, ще три інші, не менш важливі: правовий, політичний, духовний. Це важливо, оскільки без відповідного правового регулювання процесу сталого розвитку, без політичних стратегій та без усвідомленого сприйняття реальності сама мета сталого розвитку стає недосяжною [3].

Отже, можемо підсумувати, що Індекс інклюзивного розвитку представляє собою альтернативну систему оцінки економічного розвитку країн, що розглядається як сучасний аналог валового внутрішнього продукту (ВВП) – ключового економічного показника, який характеризує статус країни у світі;

Індекс інклюзивного розвитку складається з трьох груп: зростання та розвитку, інклюзивності, наступності поколінь і стійкості розвитку; Суть ідеї сталого розвитку визначається через його місію та встановлені цілі, які відображаються у трьох основних аспектах: економічному, соціальному та екологічному.

Список використаних джерел:

1. Український індекс інклюзивного розвитку: вебсайт. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81_%D1%96%D0%BA%D0%BB%D1%8E%D0%B7%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83.

2. Міністерство фінансів України. "Державний борг України": вебсайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/debtgov/2023/>.

3. Міністерство фінансів України. "Державний борг та гарантований державою борг": вебсайт. URL: https://mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovanij-derzhavju-borg_osn_inf

Іванов П.О.

здобувач вищої освіти ступеня
магістра

ОПП “Облік і оподаткування”
спеціальності “Облік і
оподаткування”

**Науковий керівник: д.е.н., проф.
Назаренко О.В.**

Сумський національний аграрний
університет

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ, ЗНАЧЕННЯ, НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ АКТИВІВ ТА ЗОБОВ’ЯЗАНЬ ПІДПРИЄМСТВА

Інвентаризація наявних активів та зобов’язань здійснюється з метою сприяння забезпеченню достовірності облікових даних та показників фінансової звітності, підтвердження їх фактичної присутності, стану, відповідності діючим критеріям визнання і оцінки. Несвоєчасне отримання релевантної інформації про кількісно-якісні параметри наявних на підприємстві товарно-матеріальних цінностей, сум зобов’язань за сучасних умов господарювання може виступити загрозою безперебійного функціонування окремого бізнес суб’єкта. Підприємство повинно вживати всіх необхідних заходів для забезпечення належного зберігання активів та своєчасного погашення заборгованостей протягом встановленого строку [1].

З метою забезпечення достовірності даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності підприємства зобов’язані проводити інвентаризацію активів і зобов’язань, під час якої перевіряються і документально підтверджуються їх наявність, стан і оцінка. Об’єкти і періодичність проведення інвентаризації визначаються власником (керівником) підприємства, крім випадків, коли її проведення є обов’язковим згідно з законодавством [3].

Інвентаризація, за своєю сутністю, отримала притаманний комплекс відповідних господарсько-правових ознак, які становлять її зміст (рисунок 1).

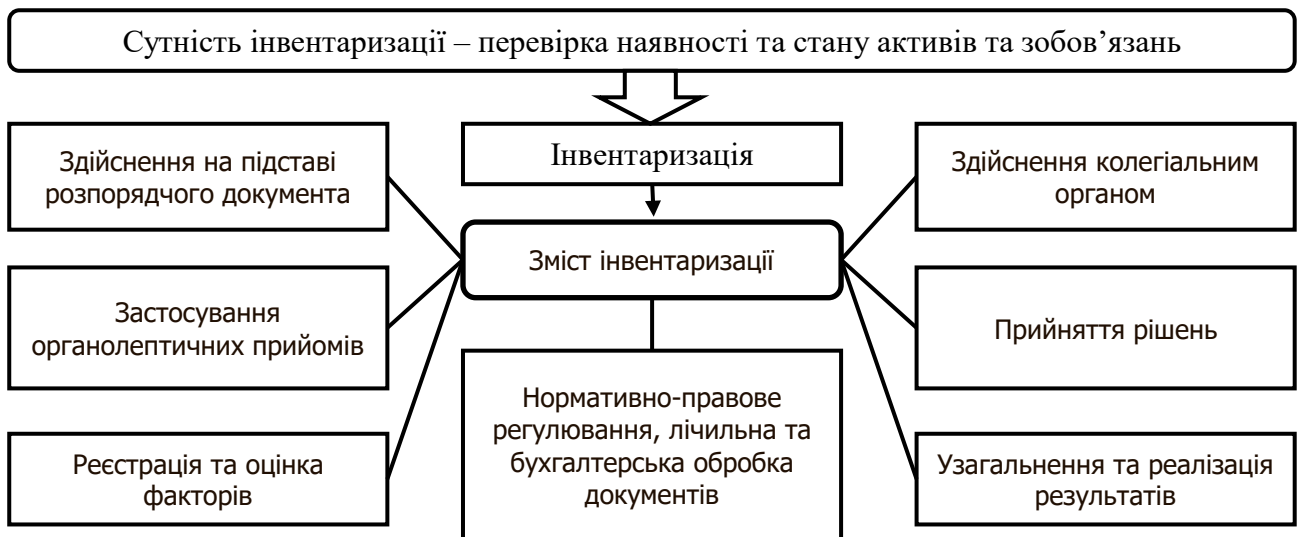


Рисунок 1 - Сутність і зміст інвентаризації активів та зобов'язань

Джерело: узагальнено автором

На сьогодні присутня значна кількість визначень категорії «Інвентаризація». Ми підтримуємо думку науковців, що термін «інвентаризація» потрібно інтерпретувати як елемент методу бухгалтерського обліку, за допомогою якого визначається фактичний розмір активів, капіталу та зобов'язань, та здійснюється порівняння отриманих результатів з даними бухгалтерського обліку [2].

Базовим нормативним документом що регулює проведення обов'язкової річної інвентаризації на сьогодні є Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. № 879 [4]. Згідно даного нормативного документу, під час інвентаризації активів і зобов'язань досліджуються і документально підтверджуються їх наявність, стан, відповідність критеріям визнання і оцінка, формується узагальнена інформація щодо обов'язковості проведення інвентаризації, термінів, обсягів. Випадки терміни обов'язкової інвентаризації узагальнено на рисунку 2.

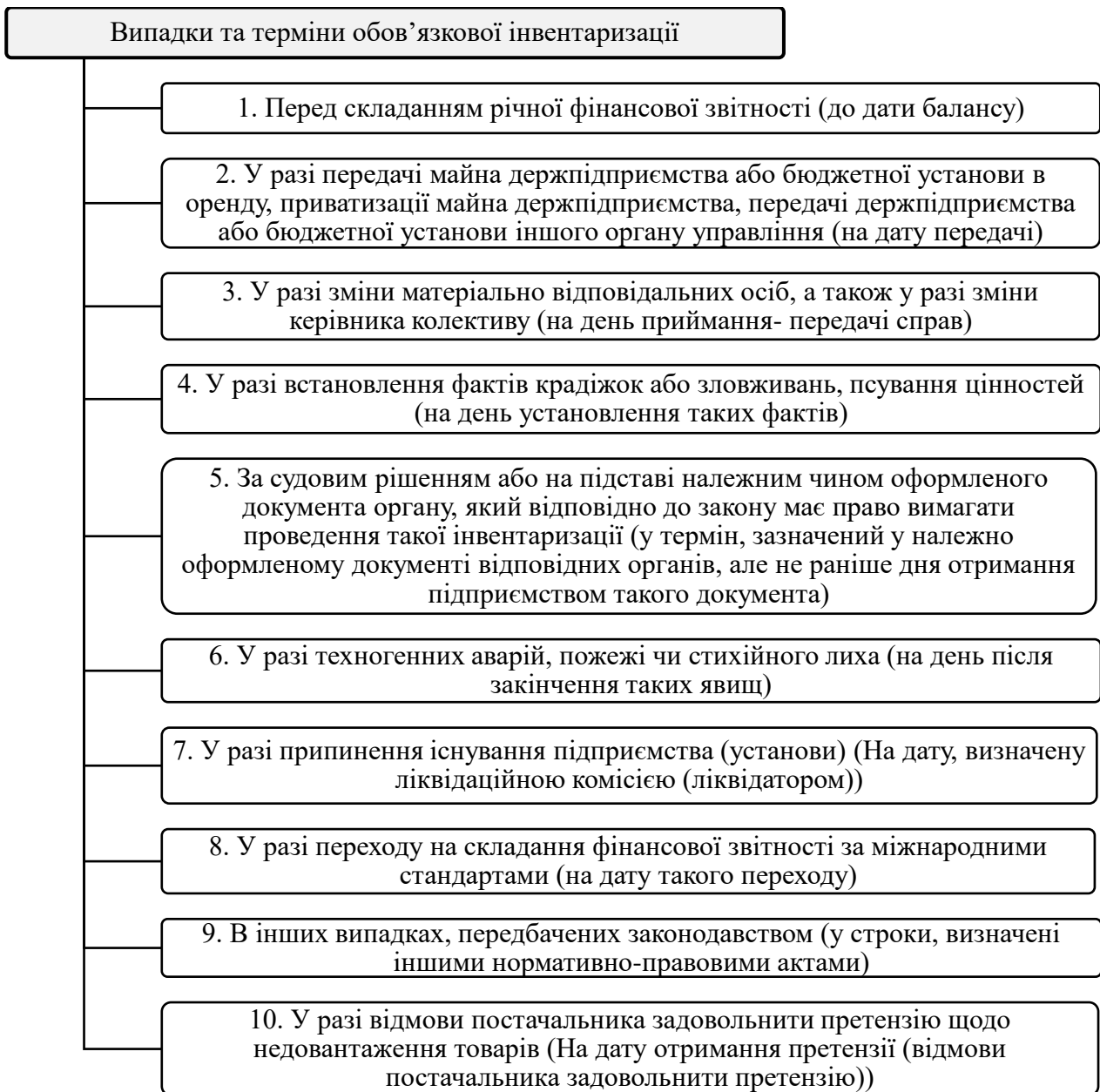


Рисунок 2 – Випадки та терміни обов'язкової інвентаризації

Джерело: узагальнено автором на підставі [4]

В ході дослідження розглянуто економічну сутність, значення, нормативно-правові засади проведення інвентаризації для формування якісного інформаційного забезпечення управлінського персоналу сучасного господарюючого суб'єкта.

Список використаних джерел

1. Назаренко О.В. Особливості інформаційного забезпечення документації та інвентаризації матеріальних цінностей в умовах сучасного високоінтенсивного складського комплексу. Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю: матеріали II Міжнар. наук. – практ. конф., присвяченої 100-річчю Полтавської державної аграрної академії (м. Полтава, 23 квітня 2020 р.) / за ред. Плаксієнка В. Я., Пилипенко К. А. Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2020. С. 378-380.

2. Назаренко О.В. Функціональне призначення інвентаризаційного процесу для сучасного землекористування. Матеріали науково – практичної конференції викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ (19-21 квітня 2017 р.) В 3 т./ Т.1. Суми, 2017. С. 125

3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV (зі змінами і доповненнями). // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 08.01.2024)

4. Про затвердження Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань: Наказ Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. № 879 (зі змінами і доповненнями). // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14> (дата звернення: 08.01.2024)

Калетвінцев М. С.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП “Облік і оподаткування
спеціальності “Облік і
оподаткування*

Науковий керівник: д.е.н., проф.

Кулик В.А.

*Національний університет
«Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»*

ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Способи здійснення підприємницької діяльності змінюються під впливом постійного розвитку електронного обміну даними та глобальної мережі. Використання глобальної мережі дозволяє компаніям працювати у новому інформаційному середовищі ведення бізнесу, використовувати нові інструменти маркетингу, способи розрахунків та взаємодії із клієнтами. Клієнти, у свою чергу, із розвитком електронного бізнесу, отримали нові способи задоволення потреб у товарах та послугах, а також знайшли нові способи комунікації із виробниками, постачальниками та між собою. Період розвитку електронного бізнесу виявив два важливі моменти. По-перше, глобальна мережа довела свою високу ефективність як спосіб комунікації та високий потенціал глобального електронного ринку. По-друге, досвід підприємств, які працюють у сфері електронного підтвердив важливість та необхідність брати до уваги і використовувати весь існуючий досвід з ведення підприємницької діяльності.

Підприємства електронного бізнесу мають такі спільні характеристики:

- 1) технологічною основою електронного бізнесу є глобальна мережа;
- 2) використання інформаційних технологій охоплює усі бізнес-процеси підприємства (постачання, виробництво, продаж, розрахунки, маркетинг, управління персоналом тощо);

3) підприємство, яке працює у сфері електронного бізнесу є тісно пов'язано із розвитком цифрової економіки, під якою прийнято розуміти комунікаційне середовище економічної діяльності в мережі інтернет, результат трансформаційних ефектів нових технологій загального призначення в сфері інформації, комунікації та нанотехнологій [1; 2].

Мета використання інформаційних технологій у бізнесі – збирання даних для аналізу та прийняття на їх основі відповідних управлінських рішень. Сьогоднішнє бізнес-середовище мінливе, тому керівництву підприємства електронного бізнесу, щоб розуміти поточний стан справ та приймати ефективні рішення, важливо аналізувати навколишнє середовище і прогнозувати тенденції його розвитку. Збирання та опрацювання аналітичних даних дають змогу знаходити способи вирішення потенційних проблем, виявляти та оцінювати нові можливості. Важливу інформацію консолідують, об'єднуючи інформацію з різних джерел, якою можна скористатись для прийняття обґрунтованих операційних та стратегічних управлінських рішень. На найвищому інтелектуальному рівні опрацювання контенту стає ключовою конкурентною перевагою, а інформаційні технології, інтегровані в бізнес-процеси, дають змогу повністю їх автоматизувати та ефективно керувати суб'єктом господарювання.

Серед основних тенденцій, які будуть впливати на розвиток підприємств електронного бізнесу у 2024 році можна виокремити наступні.

1. Цифрові гаманці. Цифрові гаманці стали наріжним каменем сучасних методів онлайн-платежів. Вони пропонують споживачам безпечний і зручний спосіб здійснювати покупки без необхідності використовувати фізичні платіжні картки. Такі популярні сервіси, як Apple Pay, Google Pay та PayPal, відіграли життєво важливу роль у популяризації цифрових гаманців. Оскільки електронна комерція продовжує зростати, цифрові гаманці відіграватимуть ще більш важливу роль у формуванні майбутнього онлайн-платежів. Зручність, яку вони пропонують, відповідає попиту на безперешкодні та швидкі транзакції в цифрову епоху.

2. Голосовий пошук. З поширенням пристроїв з голосовим управлінням, таких як Amazon Alexa і Google Home, споживачі все більше покладаються на зручність голосових команд для пошуку інформації, продуктів і послуг. Така зміна парадигми пошукової поведінки докорінно змінює спосіб, у який люди роблять покупки в Інтернеті. Щоб залишатися актуальними і конкурентоспроможними в цьому мінливому цифровому ландшафті, компанії повинні визнати важливість голосового пошуку і переконатися, що їхні веб-сайти точно налаштовані для задоволення цієї нової тенденції. Оптимізація веб-сайтів для голосового пошуку передбачає кілька ключових стратегій, зокрема використання розмовних, довгих ключових слів, надання стислих та інформативних відповідей на поширені запити, а також забезпечення мобільності для голосового пошуку на смартфонах.

3. Соціальна комерція. Соціальна комерція - ще один тренд, який швидко набирає обертів. Вона дозволяє компаніям продавати товари безпосередньо через соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram та Pinterest. Однією з

головних переваг соціальної комерції є її здатність використовувати величезну базу користувачів і рівень залучення на платформах соціальних мереж. Завдяки мільярдам активних користувачів на цих платформах, компанії отримують безпрецедентний доступ до величезної аудиторії. Стратегічно демонструючи продукти в екосистемі соціальних мереж, компанії можуть використовувати потенціал імпульсивних покупок і заробляти на інтересах і поведінці користувачів. Більше того, притаманна цим платформам соціальна природа сприяє органічному відкриттю продуктів та впливу однолітків, створюючи потужний мережевий ефект, який може стимулювати продажі та лояльність до бренду.

4. Сталий розвиток. Сьогодні споживачі шукають не просто товари, вони активно шукають бренди та компанії, які ставлять на перше місце екологічну відповідальність. Ця підвищена свідомість відкриває нову еру електронної комерції, де сталий розвиток - це не просто модне слово, а основний компонент купівельної практики. Компанії, які не лише визнають це, але й демонструють непохитну відданість принципам сталого розвитку, мають всі шанси завоювати серця та лояльність еко-свідомих споживачів. Споживачі все частіше звертають увагу на бренди, які надають пріоритет еко-свідомості на кожному етапі ланцюга постачання. Впроваджуючи сталі практики, бізнес не лише робить свій внесок в екологізацію планети, але й резонує з цінностями своїх клієнтів.

5. Кастомізація та персоналізація. Кастомізація та персоналізація - це багатогранні поняття у сфері електронної комерції. Кастомізація часто передбачає надання клієнтам можливості персоналізувати свої покупки, чи то гравіювання імені на ювелірному виробі, чи то вибір певних характеристик товару. З іншого боку, персоналізація - це кураторство шопінгу для окремих користувачів. Це може включати в себе показ рекомендацій щодо товарів на основі попередніх переглядів та історії покупок або звернення до клієнтів на ім'я в маркетингових комунікаціях. І кастомізація, і персоналізація допомагають клієнтам відчувати себе особливими і зрозумілими. Переваги для бізнесу, який досягає успіху в кастомізації та персоналізації, різноманітні.

Серед недоліків розвитку електронного бізнесу можна виокремити такі: 1) конкуренція переходить із локального рівня на глобальний; 2) проблеми захисту авторських прав загострюються; 3) з розвитком нових форм ведення бізнесу та взаємодії із клієнтом зростає правова невизначеність тощо. Водночас використання систем електронного бізнесу відкриє принципово нові можливості для ведення бізнесу, зокрема, дасть змогу: швидко створювати та розміщувати інформаційні ресурси підприємства; прискорити доступ користувачів до інформації в будь-який час і в будь-якому місці; інтегрувати інформаційні ресурси з ресурсами постачальників, бізнес-партнерів, глобальними інформаційними ресурсами; здійснювати рекламні кампанії; зацікавити потенційних клієнтів новими продуктами та послугами, системами знижок; поліпшити якість управління бізнес-процесами, підвищити інформаційну безпеку тощо [3; 4].

Список використаних джерел

1. Kulyk V. *Ways to finance online business: advantages and disadvantages. Розвиток фінансового ринку в Україні: загрози, проблеми та перспективи: матеріали V Міжнар. наук.–практ. конф., 23 листоп. 2023 р. Полтава: Нац. ун–т ім. Юрія Кондратюка, 2023. С. 122.*
2. Кулик В.А. *Оподаткування підприємств електронного бізнесу: національний та міжнародний аспекти. Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституціональних змін : зб. матер. Всеукраїнської науково-практичної конференції (з міжнародною участю) (м. Полтава, 22 жовтня 2020 р.). / за ред. Пилипенко К.А. Полтава : ПДАА, 2020. С. 314-318.*
3. Левченко З.М., Кулик В.А., Дугар Т.Є. *Організація розрахунків при здійсненні інтернет-торгівлі. Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 18 лютого 2021 р.) / відп. ред. О.М. Павлова, К.В. Павлов, Л.В. Шостак, А.М. Лялюк. Луцьк, 2021. С. 346-348.*
4. Пилипенко К.А., Кулик В.А. *Вплив технології Big Data на систему бухгалтерського обліку. Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 18 лютого 2021 р.) / відп. ред. О.М. Павлова, К. В. Павлов, Л. В. Шостак, А. М. Лялюк. Луцьк, 2021. С. 344-346.*

Калініченко К.О.

здобувач вищої освіти ступеня
бакалавр

ОПП «Облік і оподаткування»
спеціальності «Облік і
оподаткування»

**Науковий керівник: к.е.н, доцент
Шепелюк В. А.**

Криворізький національний
університет

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОБІКУ НАЯНОСТІ ТА РУХУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Основні засоби є фундаментом для будь якого виду діяльності, тому їх облік дуже важливий. Всі зміни, які стосуються основних засобів, напряму впливають на результати підприємства, тож вдосконалення їх приносить значний дохід. Але з модернізацією обліку ОЗ приходять і нові проблеми такі, як: різна термінологія в обліку та оподаткуванні, принципи оцінювання, проблеми вдосконалення амортизації, нові первинні документи, аналіз та проектування на майбутнє, повна автоматизація обліку.

Розглянемо одну із проблем – класифікація. В податковому кодексі визначено 16 груп основних засобів, які майже збігаються з Планом рахунків, тож з визнанням та оцінкою питань немає, а ось з ліквідаційною вартістю вже є, так як в податковому кодексі не має визначення «ліквідаційна вартість». Через це необхідно вести два обліки, тому одну й ту саму амортизацію необхідно

розраховувати двічі: у бухгалтерському обліку і при сплаті податку на прибуток. Тобто існує проблема розбіжностей у бухгалтерському та податковому обліку.

Рішенням даної проблеми є визначення у податковому кодексі таких самих норм, як і в бухгалтерському обліку. Таким чином спростивши оподаткування та ведення обліку на підприємствах.[1]

Ще одною проблемою є автоматизація. Систематизація всіх показників за допомогою програм є не тільки зручним, а й більш корисним, так як програма, на відмінно від людини, не так часто помиляється, та й економить час. На даний момент існує багато програм, які вирішують цю проблему. Кожна має свої переваги та недоліки, тому підприємство самостійно обирає її.

Зміни в первинних документах з часом теж відбулися, тому з'явилася така проблема, як невикористання деяких граф у формах первинної облікової документації. На даний час підприємства не використовують такі реквізити, як код норми амортизаційних відрахувань, норми амортизаційних відрахувань, джерело придбання (фінансування), дата початку оплати за основні засоби. В НП(С)БО 7 «Основні засоби» зазначені вище перераховані реквізити, але є ще показники, які не ввійшли в форми первинного обліку:

- строк корисного використання основних засобів;
- справедлива вартість (у передбачених П(С)БО 7 «Основні засоби» випадках);
- дата й сума дооцінки або уцінки об'єктів;
- метод нарахування амортизації;
- ліквідаційна вартість;
- сума ПДВ, сплачена у зв'язку з надходженням об'єкта.

Тому потрібно прибрати з форм непотрібні графи та додати, вище перелічені, показники.

Хоча на сьогодні обов'язкові типові форми для обліку основних засобів скасовано і кожне підприємство може розробити свої, більшість все ж залишилась на старих. Це також є проблемою, так як в ОЗ-6 (Інвентарна картка) відсутні деякі важливі показники; немає документа, який підтверджував би введення в експлуатацію об'єкт; Акт приймання-передачі основних засобів застосовують, як для внутрішніх переміщень, так і передачі іншому власникові. Тому доцільніше розробляти власні форми, які б ураховували всю специфіку обліку основних засобів.[2]

Список використаної літератури

1. http://ej.kherson.ua/journal/economic_15/2/43.pdf
2. http://elibrary.donnuet.edu.ua/278/1/Roieva_%20article_27_05_2010.pdf

Камінський Є.М.,
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра
ОПП «Публічне управління та
адміністрування»
спеціальності 281 «Публічне
управління та адміністрування»
Науковий керівник: к.е.н, доц.
Міщук Є.В.
Криворізький національний
університет

УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИМ СЕКТОРОМ УКРАЇНИ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

Управління енергетичним сектором в умовах війни є критично важливим завданням для забезпечення національної безпеки та функціонування економіки. Україна, як сучасна держава, стикається також з викликами політичної нестабільності, що накладає серйозні обмеження на управління енергетичними ресурсами.

У воєнний період необхідно впроваджувати стратегічні заходи для забезпечення неперервного функціонування енергетичних систем. Резервування ключових об'єктів, забезпечення їх захисту від можливих ворожих атак та відновлення енергопостачання у разі порушень – це основні аспекти управління.

Важливо розвивати системи антикризового управління для оперативного реагування на події, пов'язані з енергетичною інфраструктурою. Координація між військовими та цивільними владними структурами, а також залучення інноваційних технологій для моніторингу та керування системами – це необхідні елементи ефективного управління. Додатково, розвиток стратегій енергоефективності та альтернативних джерел енергії стає пріоритетним завданням. Зменшення залежності від імпорتنих ресурсів та створення стійкої, самодостатньої енергетичної системи сприятиме забезпеченню національної стійкості в умовах нестабільності.

Управління енергетичним сектором в умовах війни вимагає комплексного підходу та впровадження інноваційних стратегій, спрямованих на забезпечення стійкості, безпеки та ефективності енергетичних систем.

Визначення ефективності управління енергетичним сектором в умовах війни вимагає комплексного аналізу, який базується на кількох ключових аспектах. Оцінка може бути проведена шляхом врахування різних показників та факторів, які визначають стійкість та функціональність енергетичної інфраструктури під час військових конфліктів, серед яких важливе місце займає чинник часу [1].

По-перше, необхідно аналізувати рівень резистентності енергетичних об'єктів до можливих воєнних загроз, що включає оцінку заходів безпеки,

наявність та ефективність систем моніторингу та виявлення вразливостей, а також рівень відновлення після можливих атак чи збоїв.

Другим аспектом є забезпечення неперервності постачання енергії. Ефективне управління повинно включати стратегії створення запасів, децентралізовані системи генерації, інтеграцію альтернативних джерел енергії та плани відновлення.

Третім фактором є здатність управління адаптуватися до змін у стратегічному середовищі під час військових конфліктів. Це включає в себе спроможність оперативно реагувати на зміни в енергетичному попиті, перерозподіл ресурсів та впровадження технологій для забезпечення оптимальної ефективності.

Оцінка включає також міжнародне співробітництво та взаємодію з іншими галузями, що може впливати на енергетичний сектор. Належна координація та обмін інформацією підвищують загальну стійкість.

Перелічені аспекти мають бути оцінені інтегровано для формування об'єктивного погляду на ефективність управління енергетичним сектором в умовах війни. Сучасна методологія вимагає застосування аналітичних імплементацій та кількісних моделей для більш точного та обґрунтованого визначення результатів.

В умовах війни вимагається особлива адаптація навичок персоналу енергетичного сектору для забезпечення неперервного та стійкого функціонування. Відмінність між звичайним періодом та умовами війни виявляється в декількох ключових аспектах. По-перше, збільшується вага військово-стратегічного планування. Персонал повинен розуміти потенційні загрози, враховувати ризики атак та визначати стратегічні об'єкти, щоб розробляти заходи безпеки та захисту. Другий аспект полягає в розвитку вмінь управління кризовими ситуаціями. Працівники повинні володіти навичками швидкого реагування на аварійні ситуації, враховуючи вплив військових дій на енергетичну інфраструктуру. Третім аспектом є підвищення кваліфікації в галузі кібербезпеки. З огляду на збільшення кількості кібератак під час війни, персонал повинен мати навички виявлення та відвертання кіберзагроз для запобігання втратам енергетичної системи. Четвертим аспектом є здатність працювати в умовах обмеженої доступності ресурсів. Персонал повинен бути готовий до швидкої мобілізації та ефективного використання обмежених ресурсів для забезпечення стійкості енергетичних систем. Нарешті, необхідно розвивати навички комунікації та співпраці з військовими структурами та іншими галузями. Ефективне взаємодії в умовах війни потребує високого рівня координації та розуміння стратегічних цілей країни [2, 3].

Отже, персонал енергетичного сектору в умовах війни повинен мати розвинуті навички стратегічного планування, кризового управління, кібербезпеки та готовності до ефективної співпраці в умовах обмежених ресурсів та високої небезпеки.

Список використаних джерел

1. Нусінов В. Я., Міщук Є. В. Методологічні засади оцінки багаторівневих показників (на прикладі економічної безпеки підприємства). *Вісник ЖДТУ*. Серія: економіка, управління та адміністрування. 2019. № 2 (88). С. 36-45.

2. Mishchuk Ye. V. Ekonomichni interesy pidpriemstva ta yoho steikkholderiv u konteksti yikh ekonomichnoi bezpeky [Economic interests of the enterprise and its stakeholders in the context of their economic security]. *Problems of system approach in economy*. 2019. Vol. 2 (70). Pp. 132-138.

3. Mishchuk I., Zinchenko O., Zinchenko D., Dariusz P., Pohrebniak A. Differences in the Assessment of Economic Security of Personnel and Security of Enterprise Staff Interests. *WSEAS Transactions on Environment and Development*. 2020. 16. Pp. 454-463.

Каширін О.О.

*здобувач передвищої освіти ступеня фахового молодшого бакалавра
ОПП «Облік і оподаткування»
спеціальності «Облік і
оподаткування»*

**Науковий керівник: к.е.н., доц.,
викладач вищої категорії**

Рагуліна І.І.

*ВСП «Вовчанський фаховий коледж
ДБТУ»*

РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Фінансовий контроль, будучи складовою контролю у діяльності суб'єкта господарювання, є однією з функцій управління. Він є системою дій уповноважених осіб із перевірки дотримання законодавчих норм фінансово-господарської діяльності підприємства.

Внутрішньогосподарський контроль є одним з видів фінансового контролю та є сукупністю всіх елементів економічного, фінансового, податкового, оперативного та інших видів контролю, що здійснюються керівництвом підприємства, для забезпечення належного ведення виробничої, фінансово-господарської діяльності, забезпечення виконання чинних законів, інструкцій, положень обліку, фінансової звітності, податків, оподаткування, безпеки всіх грошових коштів на підприємстві.

Ф.Ф. Бутинець, Н.Г. Виговська, Н.М. Малюга та Н.І.Петренко зазначають, що внутрішньогосподарський контроль являє собою перевірку відповідності діяльності підприємства поставленим завданням [1]. Б.Ф. Усач вважає, що внутрішньогосподарський контроль – контроль, що здійснюється власниками, бухгалтерськими, фінансовими та іншими функціональними службами підприємств [2]. М.М. Коцупатрий розкриває внутрішньогосподарський контроль як контроль з боку господарства за діяльністю своїх підрозділів. При цьому перевіряється вся господарська діяльність або її окремі сторони [3].

Основними цілями внутрішнього контролю на підприємстві є:

- інформаційне забезпечення системи управління для одержання можливості прийняття ефективних рішень;
- забезпечення ефективного функціонування підприємства, його стійкості й прибутковості в умовах багатопланової конкуренції;
- забезпечення дотримання політики керівництва кожним працівником підприємства;
- забезпечення збереження майна підприємства й ефективне використання його ресурсів і потенціалу;
- своєчасна адаптація підприємства до змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі [4].

Створення даної системи в економічному суб'єкті пов'язане з такими ризиками: ризик втрати часу; ризик прийняття помилкових рішень; ризик невідповідності працівників служби внутрішнього контролю кваліфікаційним вимогам, які встановлюються внутрішньоорганізаційними стандартами; ризик застосування недостатньо або, навпаки, надмірно жорстких заходів для контролю; ризик виникнення зловживань.

Основними причинами порушень та зловживань є недостатня увага з боку керівників до зміцнення внутрішньогосподарського контролю. Разом з тим внутрішньогосподарський контроль є одним із дієвих функцій управління. Об'єктом внутрішньогосподарського контролю є фінансово-господарська та виробнича діяльність підприємства. Керівники повинні забезпечити таку організацію внутрішньогосподарського контролю, при якій виключалися б втрати та непродуктивні витрати матеріальних та фінансових ресурсів, досягалося б повне збереження майна та найбільш ефективне використання оборотних та основних засобів.

Посиленню внутрішньогосподарського контролю сприяє включення до складу посадових обов'язків усіх фахівців та керівників структурних підрозділів виконання ними контрольних функцій, які передбачені у посадових інструкціях працівників та положеннях про відділи та служби, а також своєчасне проведення атестації всіх керівників та спеціалістів.

Одним із механізмів, що сприяють зміцненню внутрішньогосподарського контролю, є розробка графіка документообігу, що сприяє оперативному та своєчасному складанню, здачі та обробці первинних документів і контроль за дотриманням термінів його виконання всіма службами підприємства.

З метою забезпечення своєчасного контролю за цільовим використанням бюджетних коштів, відповідністю фактично виконаних обсягів робіт, дотриманням законодавства щодо формування цін і тарифів, закупівлі товарів (робіт, послуг), формування собівартості рекомендується створення на підприємствах комісій із здійснення внутрішньогосподарського контролю, якими, залежно від специфіки видів діяльності, розробляється план заходів із призначенням осіб, відповідальних за їх проведення.

Таким чином, основним завданням внутрішньогосподарського контролю є: своєчасне припинення порушень та зловживань, регулярний розгляд на

виробничих нарадах основних фінансово-економічних показників роботи, аналіз причин у разі виникнення збитків або зниження рентабельності, розробка шляхів та методів удосконалення управління виробництвом, прогнозування фінансово-господарської діяльності підприємства, перспектив його розвитку та виявлення внутрішніх резервів

Під час здійснення внутрішньогосподарського контролю необхідно використовувати всі основні методи, способи та прийоми контролю, як і при зовнішньому контролі: нормативно-правовий, документальний, фактичний, економіко-статистичний та ін.

Особливість використання цих методів полягає в тому, що використання методів, способів контролю носить характер обов'язкових заходів щодо виконання своїх функціональних обов'язків працівниками підприємств з метою забезпечення належного порядку на підприємстві.

Отже, внутрішньогосподарський контроль є дієвою системою управління підприємством, тому що включає всі елементи управління: планування контролю, організація та його проведення, документальне оформлення результатів проведених перевірок, прийняття рішень за результатами перевірок, контроль виконання прийнятих рішень.

Список використаних джерел

1. Бутинець Ф.Ф., Виговська Н.Г., Малюга Н.М., Петренко Н.І. Контроль і ревізія: підручник / за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. 3-тє вид., доп. і перероб. Житомир: ПП «Рута», 2002. 544 с.
2. Усач Б. Ф. Контроль і ревізія: підручник. Київ. Знання, 2007. 263 с.
3. Коцупатрий М., Гуцаленко У. Внутрішньогосподарський контроль: організаційні аспекти та класифікаційні ознаки. *Економічний аналіз*. 2010. № 6. С. 433-436.
4. Рагуліна І.І. Внутрішній контроль на підприємстві: управлінський аспект. *Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасний стан і перспективи розвитку обліку, аналізу та фінансового забезпечення підприємств агропромислового виробництва» 12-13 листопада 2020 р. Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків: ХНАУ. 2020. С. 30–32.*

Кирило Ю. І.

здобувач вищої освіти ступеня

магістра

ОПП “Менеджмент”

Спеціальності “Менеджмент”

Науковий керівник: доктор

філософії, Бурковська А. І.

Миколаївський національний

аграрний університет

РОЗВИТОК ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Гендерна політика в українському бізнесі відіграє ключову роль у створенні справедливих умов для різних груп співробітників та сприяє розвитку рівних можливостей [1]. У контексті євроінтеграції, розвиток гендерної політики в бізнес-середовищі сприяє вирівнюванню стандартів та відповідає міжнародним нормам щодо гендерної рівності.

Підтримка жіночого підприємництва та включення жінок у вищі ешелони управління стає необхідною частиною стратегії бізнесу для досягнення конкурентоспроможності на міжнародному рівні. Створення адекватних програм підтримки та навчання є ключовим елементом гендерної політики в бізнесі, що допомагає розвивати таланти незалежно від гендерної приналежності [2].

Гендерно чутливий підхід до HR-політики включає в себе розробку процедур, які протидіють стереотипам та дискримінації на робочому місці. Регулярний моніторинг та оцінка ефективності гендерної політики дозволяють бізнес-структурам адаптуватися до змін у вимогах та очікуваннях сучасного суспільства. Залучення чоловіків до впровадження гендерних ініціатив є важливим аспектом створення сприятливого та рівноправного робочого середовища [3].

Розбудова партнерств з громадськими організаціями та урядовими структурами сприяє обміну досвідом та впровадженню кращих практик у галузі гендерної рівності. Гендерна політика українського бізнесу у контексті євроінтеграції сприяє підвищенню його привабливості для іноземних інвесторів та партнерів [4]. Зростання усвідомленості бізнес-спільноти щодо важливості гендерної рівності сприяє створенню відкритого та інклюзивного підприємницького середовища.

Шляхи розвитку гендерної політики українського бізнесу в контексті євроінтеграції визначаються комплексним підходом до створення рівних можливостей та врахуванням міжнародних стандартів гендерної рівності [5]. По-перше, важливим шляхом є реформування корпоративних структур та підвищення представленості жінок у вищих управлінських посадах. Розширення можливостей для жінок отримати ключові ролі в управлінні підприємствами допомагає не лише реалізації їхнього потенціалу, але й

впровадженню різноманітності в корпоративному управлінні. По-друге, активна підтримка жіночого підприємництва є ключовою складовою гендерної політики. Розробка та впровадження програм підтримки, навчання та фінансування допомагає створити сприятливі умови для розвитку жіночих підприємств, що в свою чергу сприяє економічній стійкості та розширенню соціального впливу. По-третє, формування гендерно чутливих HR-політик у бізнесі сприяє уникненню дискримінації та створенню рівних умов для розвитку кар'єри як для чоловіків, так і для жінок. Це включає в себе впровадження прозорих критеріїв для оцінки та просування працівників незалежно від їхньої гендерної приналежності [4]. Шляхи розвитку гендерної політики українського бізнесу в контексті євроінтеграції визначаються необхідністю не лише відповідати міжнародним стандартам, але й активно сприяти впровадженню гендерної рівності на всіх рівнях економічного життя.

Отже, розвиток гендерної політики українського бізнесу у контексті євроінтеграції визначається необхідністю вирівнювання стандартів та відповідності міжнародним нормам гендерної рівності. Гендерна рівність стає стратегічним напрямком для підприємств, спрямованим на побудову справедливого та ефективного робочого середовища. Включення жінок у вищі посади, підтримка жіночого підприємництва та формування гендерно чутливих HR-політик сприяє не лише соціальній справедливості, але й підвищує конкурентоспроможність бізнесу на міжнародному рівні. Важливим елементом успішної реалізації гендерної політики є систематичний моніторинг та постійна адаптація до змін у суспільних та економічних умовах. Разом із тим, активна участь чоловіків у впровадженні гендерних ініціатив та співпраця з різними стейкхолдерами сприяють створенню рівноправного та інклюзивного бізнес-середовища. Розвиток гендерної політики в українському бізнесі в контексті євроінтеграції не лише відзначається прагматичними кроками у впровадженні рівних можливостей, але і виступає важливим чинником для залучення іноземних інвестицій та формування позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Список використаних джерел

1. Burkovska, A., Romanchyk, M. The ensuring of the competitiveness of the enterprises through the strategic human resource management. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2016. 2(4), 43-51. DOI: <https://doi.org/10.51599/are.2016.02.04.04>
2. Poltorak A., Burkovska A., Khrystenko O, Sukhorukova A. Dovgal I. Monitoring of relationships between indicators of food security of the states. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 2023. 1269(1), 012001. DOI:10.1088/1755-1315/1269/1/012001
3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. *Agricultural and Resource Economics*. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.
4. Shebanina O., Burkovska A., Poltorak A., Burkovska A., Petrenko V. Management of the Informational Potential of Eco-Hotels in the Conditions of Sustainable Development of Hospitality and Tourist Destinations Based on Agricultural Enterprises in Ukraine. *Modern Economics*. 2023. 41(2023), 147-155. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-21](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-21).

5. Бурковська А.І., Гончаренко М.О., Різун В.Р. Управління кадровою політикою сільськогосподарських підприємств в контексті мотивації праці. *Modern Economics*. 2023. № 41(2023). С. 19-23. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-03](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-03).

Кісель А.А.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП «Публічне управління та
адміністрування»*

*спеціальності «Публічне управління
та адміністрування»*

**Науковий керівник: доктор філос. з
обліку і оподаткування, Роєва О.С.**

*Криворізький національний
університет*

ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ

Взаємодія учасників політичного простору у змаганні за владу насичена значною кількістю політичних продуктів. Невід'ємною частиною будь-якого політичного продукту, без якої він не може існувати в сучасному політичному просторі є політична реклама. Суттєва відмінність політичної реклами виявляється в тому, що вона рекламує не товар, як у комерційній сфері, а саме людину. У цьому випадку, аналогічно звичайній рекламі, акцент робиться не на загальних характеристиках об'єкта, а на тих перевагах, які він принесе конкретним виборцям. Політична партія повинна чітко розуміти, як ідеї її лідера спрямовані на покращення життя звичайних громадян.

Сучасна політична реклама має такі особливості:

- превалювання непрямой реклами. Основним засобом поширення політичної реклами виступає телебачення, яке здатне створювати яскраві візуальні образи, емоційний фон рекламного повідомлення, формувати довіру аудиторії до реклами, використовувати механізми стерео типізації або прийоми відео-риторики та ін.;

- тривалість політичної рекламної кампанії, як правило, обмежується точно визначеним часом;

- у політичній рекламі найгострішими проблемами є морально-етичні, бо успіх чи неуспіх політичної рекламної кампанії завжди має далекосяжні наслідки для великих груп людей, а іноді для всієї країни;

- створення іміджу політика або політичній партії не може бути заміником всієї політики, а є тільки додатком до неї;

- великий розрив між деклараціями у рекламних повідомленнях та реальною діяльністю політичних акторів (суб'єктів рекламування);

- проблемність із фінансуванням рекламних кампаній, їх непрозорість [4].

Зростання впливу політичної реклами призвело до створення спеціальних передвиборчих технологій для проведення рекламних кампаній. За словами

фахівців, використання політичної реклами не гарантує абсолютної перемоги, але її повне ігнорування може призвести до невдачі.

Можна стверджувати, що одна з ключових особливостей політичної кампанії полягає в тому, що іміджмейкери виступають як творці заходів для підвищення рейтингу політичного діяча та заздалегідь рекламують очікувані позитивні результати подій. Очевидно, що ці рекламні стратегії необхідно спочатку розробити, а потім, вивчаючи їх ефективність, створити умови, в яких політик може максимально вигідно представити себе виборцям.

Ще однією важливою рисою політичної реклами є її спрямованість на стимулювання людей до конкретних дій з бажаним та запланованим результатом. Наприклад, вона може спонукати до делегування певних повноважень конкретним діячам, впливаючи на політичну поведінку громадян. Досягнення цього результату є головною метою політичних сил чи кандидатів.

Створення іміджу політика, за висновками відомих іміджмейкерів, здійснюється у кілька етапів. Спочатку визначається політична та економічна платформа самого політика чи його партії, а також чітко формулюється програма партії. Потім детально аналізуються реальні характеристики політика, такі як його характер, звички, манера поведінки і т.д [1].

Тільки після цього починається творення відповідного образу, враховуючи очікування виборців. Оскільки суспільство зазвичай легше сприймає створені типажі, а не реальну особистість, іміджмейкери вигадують різноманітні образи. Це можуть бути такі різні типажі, як хитрий лис, батько нації, аскет, святий, людина, яка живе віддано іншим, або, навпаки, ділова особистість, підприємець, що заробив гроші своєю працею і здатний забезпечити успіх для всіх .

Розглядають два основних типи класифікації іміджу: функціональний і порівняльний. Підходи до функціональної класифікації визначають імідж як дзеркальний, поточний та множинний [2].

Дзеркальний тип іміджу має позитивну спрямованість, оскільки створює психологічний комфорт виборцеві. Однак важливо враховувати, що люди різні, і може виникнути ризик сприйняття свого образу як спотвореного, подібного до вигнутої дзеркальної поверхні. Поточний імідж, формується внаслідок недостатньої інформованості, нерозуміння та упередженості, що можуть впливати на імідж політика або партії навіть більше, ніж їхні реальні вчинки, тут вирішальним завданням іміджмейкерів є створення правдивого типу іміджу, який буде зрозумілим для електорату. Множинний імідж активно використовується під час проведення різних заходів, таких як партійні збори, парламентські засідання, мітинги та демонстрації.

В політичній рекламі важливо враховувати той факт, що наш світ може представляти собою три різні іпостасі: реальний світ, інформаційний світ та символічний світ. Загалом вважається, що реальні події стають значущими тільки тоді, коли вони відображаються в засобах масової інформації. Події можуть здаватися непомітними, якщо про них не повідомлено в газетах чи по радіо. Саме тому політична реклама виступає як інформаційний місток між електоратом і політичними партіями [3].

В тих випадках, коли погляди виборців на ідеологію та політику є нестійкими, а їхня соціальна самосвідомість не до кінця розвинена, вищезазначені фактори набувають особливого значення. Нестійкість і нерозвиненість цих аспектів виявляються під час голосування і визначають різноманіття електоральної поведінки.

Політична реклама відіграє ключову роль у передвиборчому контексті, що об'єднує вплив різних факторів на електоральну поведінку, та сприяє підпорядкованості виборчій стратегії конкретної партії чи кандидата. Політична реклама виступає як вектор, що об'єднує можливі поведінкові реакції електорату і направляє їх у той єдиний вірний напрям, який може привести до успішного вибору.

Змістовне наповнення політичної реклами визначається потребами електорату. Основна комунікативна задача полягає в зв'язуванні запиту об'єкту та пропозиції суб'єкта. Система чинників, які визначають політичний вибір, є складною та багаторівневою, але водночас достатньо гнучкою. Керуючись цими чинниками окремо, комплексно або використовуючи різноманітні комбінації, можна впливати як на дрібні нюанси вибору, так і на його загальний напрям. Різноманітні варіанти рекламних стратегій служать цілі змінювання виборчого вибору відповідно до задач та потреб політичного процесу [5].

Для досягнення найвищої ефективності комунікації політичної реклами особлива увага повинна бути приділена вивченню громадської думки, потреб, мотивацій та переваг виборців, а також визначенню цільових аудиторій.

Також, масова комунікація повинна розглядатися як взаємодія з суспільством та бути єдиною цілісною одиницею, з врахуванням певної диференціації цієї взаємодії в залежності від типу аудиторії. Вона має виключати індивідуальні контакти та визначені механізми спілкування. Традиційні методи комунікації з виборцями, такі як передвиборні мітинги, зустрічі та кампанії "від дверей до дверей", служать вирішенню цього завдання.

Отже, на основі дослідження особливостей політичної реклами варто відмітити, що розповсюдження такої реклами здійснюється за загальними принципами реалізації всієї реклами та постає як політичне дійство, режисером якої є іміджмейкер, а ключову роль в забезпеченні її ефективності безперечно відіграє адаптованість політичного повідомлення до інформаційного простору споживача.

Список використаних джерел:

1. Ганжуров Ю. Політична реклама як комунікативна складова формування парламентської еліти. *Політичний менеджмент*. — 2020. — Спеціальний випуск. — С. 191-205.
2. Кафарський В. Політична реклама: проблеми правового регулювання. *Право України*. — 2021. — № 10.- С.64-69
3. Політична реклама та її особливості. Режим доступу: <https://library.if.ua>. (дата звернення 29.12.2023).
4. Шовкун І. В. Специфіка політичної реклами. *Вісник Київського університету. Серія: Філософія. Політологія*. — 2020. — Вип. 67. — С. 116 – 119

Ковган Є.В.,
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра
ОПП «Публічне управління та
адміністрування»
спеціальності «Публічне управління
та адміністрування»
Науковий керівник: к.е.н, доц.
Архипенко С.В.,
Криворізький національний
університет

АНАЛІЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЇ БАЗИ ЩОДО РЕГУЛЮВАННЯ БРЕНДИНГУ ТЕРИТОРІЇ В УКРАЇНІ

Сьогодні розробка бренда регіону чи міста стає модним трендом в Україні. Доведено, що використання технологій брендингу сприяє розвитку інвестиційної привабливості, зростанню репутаційного капіталу регіону, дає змогу культивувати почуття гордості за своє місто і справляє позитивний вплив на соціальне самопочуття жителів. Крім того, розробка стратегії і програми комплексного просування бренда дає можливість оптимізувати бюджетні та позабюджетні витрати на інформаційні, соціокультурні, спортивні та інші проекти, які в будь-якому разі відбуваються в містах та регіонах. Під час застосування комплексного підходу результати реалізації цих проектів не є розрізненими, а цілеспрямовано синтезуються в посилення бренда, розвиток позитивного образу регіону та його керівників у сприйнятті цільових аудиторій: вітчизняних і зарубіжних інвесторів, асоціацій бізнесу, інститутів громадянського суспільства, урядових структур, ЗМІ, туристів.

Нормативно-правова база щодо брендингу території в Україні включає ряд законодавчих актів та регулятивних документів, які встановлюють правила та принципи розвитку та використання брендів для просування та позиціонування територій. Основні характеристики нормативно-правової бази щодо брендингу території в Україні включають:

1. Конституція України: Забезпечує право громадян на розвиток та використання культурних, природних та історичних цінностей своєї території.
2. Закон України (далі - ЗУ) «Про місцеве самоврядування в Україні»: Визначає правові засади функціонування та розвитку місцевих територій, їх самоврядування та роль у просуванні брендів [1].
3. Програми регіонального розвитку (ПРР): Місцеві органи влади розробляють та впроваджують програми регіонального розвитку, включаючи брендування територій та залучення інвестицій. ПРР бренду – це комплексні програми, які дозволяють підвищити відомість та привабливість регіону для

інвесторів та туристів. Ці програми складаються з декількох етапів, включаючи визначення цілей та задач проведення брендингу, збір та аналіз інформації про конкурентів та ринок, визначення логотипу та лозунгу бренду, формування каналів комунікації та мереж для взаємодій з інвесторами, туристами та населенням.

4. Стратегія розвитку туризму та курортів в Україні: Визначає основні напрямки та принципи розвитку туризму в країні, включаючи розробку та просування брендів туристичних об'єктів та регіонів [5]. Основною метою стратегії є створення конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту, розширення внутрішнього та збільшення обсягів в'їзного туризму, забезпечення на цій основі комплексного розвитку курортних територій та туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних інтересів населення, збереження та відновлення природних територій та історико-культурної спадщини.

Також передбачається розширення та модернізація туристичної інфраструктури, включаючи готелі, маршрути, аеропорти, транспортну мережу та інші засоби транспорту. Це допоможе забезпечити комфортні умови для туристів і привернути більше відвідувачів.

Стратегія спрямована на активну маркетингову діяльність для просування туристичного потенціалу України. Це включає створення та розробку бренду туристичного напрямку України, проведення рекламних кампаній, участь у міжнародних виставках та просування через соціальні мережі та інтернет-платформи.

5. ЗУ «Про рекламу»: Цей закон визначає правові засади реклами в Україні, включаючи брендування територій. Він встановлює вимоги до реклами, у тому числі до використання брендів та ідентифікаційних знаків [3].

Визнає значення саморегулювання реклами і передбачає можливість створення саморегулюючих організацій, які встановлюють етичні норми та стандарти реклами і контролюють їх дотримання. Встановлює вимоги до реклами у ЗМІ, таких як телебачення, радіо, преса та Інтернет, зокрема, щодо розміщення, формату та позначення рекламних матеріалів. Передбачає проведення контролю за дотриманням вимог до реклами з боку спеціальних контролюючих органів, таких як Антимонопольний комітет України та Державна служба з питань захисту прав споживачів.

6. ЗУ «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»: Цей закон регулює правовий статус брендів та знаків для товарів і послуг [2]. Він встановлює порядок реєстрації та захисту брендів, а також визначає права та обов'язки їх власників. Він визначає правовий статус та процедуру реєстрації знаків для товарів і послуг, включаючи бренди. Він надає власникам знаків ексклюзивне право використовувати ці знаки та захищає їх від незаконного використання іншими особами. Ним передбачено можливість реєстрації знаків для товарів і послуг відповідно до встановленої процедури. Реєстрація знака надає його власнику правову охорону і право використовувати знак у комерційних цілях.

7. ЗУ «Про туризм»: Регулює організацію туристичної діяльності в Україні та передбачає можливості використання брендів для просування туристичного потенціалу різних регіонів [4].

Він визначає основні принципи організації туристичної діяльності в Україні. Він передбачає створення умов для розвитку туризму, включаючи підтримку та стимулювання маркетингових заходів, таких як використання брендів, для просування туристичного потенціалу різних регіонів.

Також передбачає підтримку маркетингових заходів для розвитку туризму. Це включає розробку та впровадження маркетингових стратегій, створення рекламних кампаній, використання соціальних мереж та інших інструментів комунікації для просування туристичного потенціалу регіонів з використанням брендів.

Ним закликають до співпраці між різними регіонами України з метою спільного просування туристичного потенціалу. Це може включати об'єднання зусиль урядових органів, бізнесу та громадських організацій для створення та просування брендів, які відображають унікальність і привабливість регіонів.

ЗУ «Про туризм» надає правову основу для використання брендів для просування туристичного потенціалу регіонів. Це сприяє розвитку туризму, залученню інвестицій та підвищенню конкурентоспроможності туристичного сектору України.

Ця нормативно-правова база створює фреймворк для розвитку та використання брендів територій в Україні, сприяючи підвищенню їх привабливості, конкурентоспроможності та ефективності у просуванні своїх унікальних характеристик та переваг.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні»: Закон від 05.02.1997 № 280/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 24. – Ст. 170.
2. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Закон України «Про рекламу»: Закон від 03.07.1996 № 270/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 36. – Ст. 176.
4. Закон України «Про туризм»: Закон від 15.11.1995 № 324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 3. – Ст. 10.
5. Кабінет Міністрів України. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/>.

Кореніна Аліса Олексіївна
учениця 9-Б, КСШ №70
Науковий керівник:
Басова Ірина Вікторівна,
учитель економіки та
математики КСШ №70

ТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НА СПОЖИВЧУ ПОВЕДІНКУ НАСЕЛЕННЯ

Реклама об'єднує різні типи інформації, яка спрямована на досягнення порозуміння між виробниками і споживачами. Реалізуючи свою соціальну роль, вона інформує покупців про появу нової або кращої продукції, а також навчає використовувати її, допомагає порівнювати різні товари та їх властивості. Таким чином, покупцю надається можливість приймати самостійне рішення про здійснення покупки, спираючись на надану інформацію. Разом з цим, реклама враховує зміни в тенденціях моди і дизайну, чим вносить коригування в естетичні уявлення споживачів.

Рекламна діяльність з одного боку представлена рекламодавцями, рекламними агенціями, засобами масової інформації та посередницькими організаціями. А з іншого – споживачами реклами. Головна мета рекламодавця, який замовляє рекламу – збільшити обсяги продажу товарів, залучити якомога більше споживачів до придбання рекламованої продукції, підвищити рівень знань про власну торгову марку. При цьому, реклама повинна бути об'єктивною, інформативною та нейтральною.

Рекламодавці використовують різноманітні методи і способи для визначення та вивчення мотивів і бажань споживачів. Звичайно, в першу чергу, це класичні методи: спостереження, опитування, анкетування та опитування. На сучасному етапі, досить часто використовуються методи психофізичного характеру, які фіксують реакцію споживача під час спостереження за товаром або при сприйнятті інформації про нього. До таких методів відносять фіксацію розширення зіниць ока, частоту моргання, пильність погляду, потовиділення та інші. Ці методи носять прихований характер, за принципом прихованої камери.

Якщо в процесі дослідження з'ясується, що мотив виражений слабо або взагалі має зовсім інше спрямування, то можна використати систему стимулювання різного характеру. Рекламодавець володіє власними способами завоювати довіру покупця і переконати його в необхідності придбати товар. Стимуляція, в свою чергу, може бути різною. Вона може носити негативний характер, наприклад, загрози, штрафи тощо. Або позитивний – додаткова знижка до ціни товару. Стимулювання можна класифікувати, як одноразове (коли оголошується сезонний розпродаж в конкретну дату), вибіркоче (наприклад, ціни знижено лише для пенсіонерів) або постійне (акції діють для оптових покупців).

Стимули можуть носити матеріальний характер (наприклад, різноманітні знижки, сувеніри, подарунки до покупок) або нематеріальний характер, а саме,

лотереї, конкурси або змагання.

Рекламна діяльність розвивається різнобічно і дуже швидко. Цей факт підтверджується зростанням витрат на рекламу у економічно розвинених країнах. Рекламна діяльність стає однією з провідних сфер економіки. Можна виділити ряд факторів, які зумовлюють швидке зростання витрат на рекламу:

- розвиток масового виробництва на новій матеріально-технічній основі;
- в сучасних умовах з'являються нові форми і способи збуту продукції, а саме: продаж без продавця, торгівля в мережі Інтернет, продажі напряму, без посередників та інші. Ці новітні форми реалізації потребують більшої зацікавленості у рекламі і просуванні товару, вони викликають необхідність завчасно інформувати споживачів про появу того чи іншого товару чи послуги;
- урізноманітнення асортименту товарів, які випускаються і появою на ринку великої кількості аналогічної продукції, ускладнювало орієнтування споживачів;
- швидкий розвиток засобів масової інформації, таких, як: кіно, радіо, телебачення, Інтернет тощо;
- загострення конкуренції та перенасичення ринку за певними товарними пропозиціями.

Зрозуміло, що реклама буде ефективна лише в тому випадку, коли її включають у загальний процес виробництва та просування продукції до споживачів. Окремі, епізодичні рекламні заходи не досягнуть високої ефективності навіть при високій якості реклами.

Активна програма рекламного впливу повинна супроводжувати кожний виробничий етап, починаючи з моменту створення і закінчуючи етапом збуту. Чітко спрямовані рекламні елементи повинні бути присутніми як в галузі виробництва, так і в галузі торгівлі. Можливість активно впливати на ринок значно підвищується, якщо вправно користуватися засобами реклами. Вони забезпечують успіх в конкурентній боротьбі за ринки збуту.

Реклама покликана створювати умови, при яких споживачі будуть спроможні вільно обирати товари і послуги. Спеціалісти у сфері реклами мають думку, що при застосуванні реклами ринок набуває більшої доступності для споживачів, які мають неоднорідні смаки і потреби, різний рівень грошових доходів, неоднакові традиції, щодо споживання. Реклама виступає своєрідним діалогом між виробниками і споживачами.

Узагальнюючи, можна виділити такі *позитивні сторони* впливу реклами:

- забезпечення інформацією;
- виступає засобом контролю за якістю продукції;
- сприяє підвищенню, підтриманню або стабілізації попиту на товари;
- стимулює бажання підвищувати власний добробут, рівень життя.

Негативні сторони впливу реклами:

- інформація, яка надається в рекламі, може вводити споживачів в оману або навіть роздратовувати їх;
- диференціація товару відбувається за рахунок несуттєвих відмінностей, які не мають принципового значення.

Кравець А. О.

здобувач вищої освіти ступеня

магістра

ОПП “Менеджмент”

Спеціальності “Менеджмент”

Науковий керівник: доктор

філософії, Бурковська А. І.

Миколаївський національний

аграрний університет

ВИКОРИСТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕДУР БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

У сучасних умовах глобалізації та нестабільності економічного середовища, використання організаційно-економічних процедур у бізнес-плануванні набуває особливого значення в контексті забезпечення продовольчої безпеки [1]. Цей аспект є важливим, оскільки впливає на ефективність виробничих і розподільчих ланцюгів, а також забезпечує сталість постачання продовольства на ринку.

По-перше, ефективне бізнес-планування у сфері продовольчої безпеки включає в себе аналіз ризиків, пов'язаних з агрокультурною сферою та харчово-переробними підприємствами. Це передбачає вивчення погодних умов, епідеміологічних ситуацій та інших чинників, що можуть впливати на виробництво та постачання харчових продуктів. По-друге, організаційно-економічні процедури включають в себе ретельне планування ланцюгів постачання та дистрибуції. Це означає встановлення надійних партнерських відносин з постачальниками сировини, перевірку їхньої якості та дотримання стандартів безпеки. По-третє, бізнес-планування в контексті продовольчої безпеки передбачає використання сучасних інформаційних технологій для відстеження та контролю всього циклу виробництва та постачання. Це дозволяє оперативно реагувати на будь-які виробничі або логістичні виклики, забезпечуючи стабільність постачання харчових продуктів на ринок [2].

Використання організаційно-економічних процедур у бізнес-плануванні має критичне значення для забезпечення продовольчої безпеки в умовах сучасної глобальної економіки. Ці процедури дозволяють компаніям ефективно адаптуватися до змін у виробництві та постачанні харчових продуктів, а також мінімізувати ризики, пов'язані з агрокультурною та харчовою галузями [3].

Інтеграція аналізу ризиків, ретельного планування ланцюгів постачання та використання сучасних інформаційних технологій дозволяє підприємствам створювати стійкі та надійні системи, спроможні управляти викликами та забезпечувати безперебійне постачання продовольства [4]. Це не лише збільшує конкурентоспроможність підприємств, але й важливо для забезпечення споживачів якісними та безпечними продуктами.

Організаційно-економічні процедури стають ключовим елементом сталого розвитку галузі, сприяючи не лише економічній стійкості, але і соціальній відповідальності, забезпечуючи стабільність постачання харчових продуктів та впливаючи на покращення якості життя споживачів [5]. Таким чином, використання цих процедур відкриває перспективи для сталого та безпечного харчового сектору в майбутньому.

Використання організаційно-економічних процедур у бізнес-плануванні для забезпечення продовольчої безпеки включає ряд ключових шляхів та стратегій [3]. По-перше, компанії можуть активно вивчати ринок та аналізувати попит на харчові продукти, щоб ефективно прогнозувати та адаптувати свої виробничі плани. Це дозволяє забезпечити відповідність обсягів виробництва реальним потребам споживачів та уникнути надлишків чи дефіцитів на ринку. По-друге, підприємства можуть вдосконалювати ланцюги постачання, встановлюючи стійкі та ефективні відносини з постачальниками та дистриб'юторами [2]. Ретельний відбір партнерів, взаємне відстеження якості сировини та виробничих процесів сприяє підвищенню надійності постачання та зниженню ризиків. По-третє, використання технологій для збору та аналізу даних стає ключовим компонентом організаційно-економічних процедур. Це охоплює впровадження систем моніторингу та управління, які дозволяють в режимі реального часу відслідковувати процеси виробництва та постачання. По-четверте, розвиток стратегій ризик-менеджменту є необхідним для попередження можливих негативних впливів на виробництво та постачання.

Таким чином, впровадження організаційно-економічних процедур у бізнес-плануванні є ключовим елементом для забезпечення продовольчої безпеки в умовах сучасного економічного середовища. Це сприяє сталому розвитку галузі та забезпечує надійне та безпечне постачання харчових продуктів для споживачів. Організаційно-економічні процедури в контексті забезпечення продовольчої безпеки визначаються виваженим підходом до ринкових умов, вдосконаленням ланцюгів постачання, використанням інноваційних технологій та розвитком стратегій управління ризиками. Ці шляхи сприяють створенню стійкої та ефективної системи забезпечення продовольчої безпеки в умовах сучасного економічного середовища.

Список використаних джерел

1. Бурковська А.І. Організаційно-економічні засади інвестиційного забезпечення продовольчої безпеки України: дисертація. МНАУ. 2022 р. 299 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11706/3/BURKOVSKA%20PhD%20DISSERTATION_1.pdf
2. Shebanina O., Burkovska A. Approaches to the Installation of the Subsistence Level in the Context of the Food Security in Ukraine. *Journal of Economics and Management Sciences*. 2018. Vol. 1. No. 2: 122–128. <https://doi.org/10.30560/jems.v1n2p122>.
3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. *Agricultural and Resource Economics*. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.
4. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Ensuring food security in the context of the sustainable development of agriculture. *Management Theory and Studies for Rural*

5. Shebanina O., Burkovska A., Lunkina T., Burkovska A. The aspects of food security formation in the context of epidemiological restrictions in the USA. Ukrainian Black Sea Region Agrarian Science. 2022. 26(1), 19-29. DOI: [https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26\(1\)-2](https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26(1)-2)

Лещенко С.В.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП «Облік і оподаткування»
спеціальності «Облік і
оподаткування»*

**Науковий керівник: д.е.н., проф.
Назаренко І.М.**

*Сумський національний аграрний
університет*

АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА: ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ТА МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

У процесі проведення аудиту фінансової звітності актуальним є питання перевірки процесу розрахунків підприємства з постачальниками. Діяльність значної кількості підприємств різних форм господарювання пов'язана з розрахунками з такою категорією контрагентів як постачальники. Турбулентність економічної системи, податкове навантаження на бізнес-суб'єктів значною мірою здійснюють негативний вплив на фінансовий стан підприємств, що, своєю чергою, може деструктивно вплинути на систему своєчасного проведення розрахунків з різними стейкхолдерами. Означуване вище в черговий раз підтверджує актуальність питання аудиту розрахунків з постачальниками із позиції ідентифікації пріоритетних напрямів перевірки та окреслення ключових методичних особливостей.

Наукова скарбниця акумулює значну кількість праць вітчизняних вчених, практиків щодо проведення аудиту розрахунків з постачальниками. Проте, на сьогодні не існує єдиного підходу, який чітко ідентифікує етапи та напрями незалежної перевірки, відсутня універсальна методика проведення перевірки, а на практиці суб'єкти аудиторської перевірки самостійно визначають актуальні для використання прийоми, методи, способи дослідження, будують на власний розсуд стратегію, план перевірки.

Проведений аналіз літературних джерел дозволяє зазначити, що Меліхова Т.О., Феофанов Л.К., Присяжнюк Д.В. рекомендують наступну етапізацію аудиту розрахунків з постачальниками: попередній етап (ознайомлення з особливостями бізнесу замовника аудиту та планування перевірки); фактичний етап (проведення інвентаризації); основний етап (перевірка правильності відображення в бухгалтерському обліку операцій, пов'язаних із розрахунками з постачальниками); заключний етап (відображення результатів перевірки в Звіті аудитора) [1, с. 34]. Ужва А.М., Тімкова О.В. пропонують дещо інший підхід

щодо проведення перевірки в контексті тематики дослідження, а саме науковці демонструють ефективну модель аудиту розрахунків з постачальниками, яка базується на наступних етапах: аудит договорів купівлі-продажу; аудит документального відображення надходження товарів; аудит відображення в обліку процесу розрахунків з постачальниками [2, с. 94].

Зазначений перелік підходів щодо проведення аудиту розрахунків з постачальниками не є кінцевим, кожному підходу властиві як переваги, так і недоліки. Враховуючи, що метою підготовки наукової праці є обґрунтування пріоритетних напрямів аудиту розрахунків з постачальниками та характеристика ключових методичних особливостей, відповідно наступним етапом дослідження є обґрунтування авторського підходу щодо проведення незалежної перевірки.

Аудиторська перевірка повинна починатися з оцінки діяльності клієнта. Аудиторам потрібно ознайомитися з переліком постачальників підприємства, системою бухгалтерського обліку щодо розрахунків з ними та оцінити дієвість системи внутрішнього контролю.

Наступним етапом є планування перевірки, що передбачає розробку стратегії та плану аудиту. Розробляючи стратегію аудиту, аудитори обов'язково повинні врахувати вимоги МСА 300 «Планування аудиту фінансової звітності» та визначити обсяг завдань з аудиту розрахунків з постачальниками та кількість необхідних ресурсів. Після розробки стратегії аудиту потрібно розробити план перевірки, який акумулюватиме інформацію щодо переліку аудиторських процедур, виконавців та індексу робочих документів в яких відобразатимуться результати їх виконання.

Після планування перевірки проводиться аудит. Виконання аудиту розрахунків з постачальниками має відбуватися відповідно до ідентифікованих аудиторських процедур, які узагальнені у плані. Відповідно, в контексті аудиту розрахунків з постачальниками необхідними для виконання є наступні процедури.

1. Перевірка відповідності елементів облікової політики в частині обліку розрахунків з постачальниками (організація обліку розрахунків з постачальниками; система внутрішнього контролю; документальний супровід розрахунків з постачальниками; порядок визнання кредиторської заборгованості; інвентаризація кредиторської заборгованості за товари) та їх дотримання в практичному аспекті.

2. Перевірка правильності відображення в бухгалтерському обліку інформації щодо розрахунків з постачальниками, алгоритм якої візуалізовано на рисунку 1 та побудовано з урахуванням, що бухгалтерський облік ведеться за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення.

Форма 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)», рядок 1615 «Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги»

Стандартні звіти: оборотно-сальдова відомість по рахунку 63, картка рахунку 63, аналіз рахунку 63, обороти по рахунку 63

Електронні первинні документи: «Рахунок на оплату постачальника», «Списання з банківського рахунка», «Надходження товарів і послуг», «Повернення товарів постачальнику», «Надходження на банківський рахунок»

Рисунок 1. Алгоритмізація перевірки облікової інформації в процесі аудиту розрахунків з постачальниками

**Джерело: складено автором.*

3. Перевірка інформації щодо інвентаризації кредиторської заборгованості, яка виникає в результаті розрахунків з постачальниками:

- кредиторська заборгованість за товари є об'єктом інвентаризації;
- оцінка результатів інвентаризації кредиторської заборгованості, яка проведена інвентаризаційною комісією з дотриманням вимог Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань, та у процесі якої було здійснено перевірку сум кредиторської заборгованості, передано виписки з аналітичних рахунків постачальникам щодо підтвердження реальності сум кредиторської заборгованості, а також здійснено перевірку дотримання строку позовної давності щодо кредиторської заборгованості, яка виникла в процесі розрахунків з постачальниками;
- оцінка інформації, яка узагальнена в Акті інвентаризації розрахунків, який складається за результатами інвентаризації.

У договорі на проведення аудиту може бути передбачено, що аудитори повинні провести інвентаризацію, відповідно, аудитори про це фіксують у документах з планування перевірки.

4. Провести аудиторські процедури, які будуть спрямовані на отримання аудиторами зовнішніх підтверджень щодо реальності існування кредиторської заборгованості за розрахунками з постачальниками. Тобто, аудитори повинні сформулювати листи-запити та надіслати їх постачальникам (враховуючи, що у підприємства може бути значна кількість постачальників, листи-запити доцільно надсилати постачальникам перед яким господарюючий суб'єкт має найбільші суми заборгованості).

5. Перевірка існування та класифікації залишків поточної кредиторської заборгованості за товари на початок відповідного звітного періоду.

6. Розрахунок коефіцієнта оборотності та терміну погашення кредиторської заборгованості з метою оцінки ділової активності підприємства.

У процесі аудиту розрахунків з постачальниками аудиторам доцільно застосовувати різні методи (індукція, дедукція, аналіз, конкретизація, формалізація, групування), способи (суцільний, вибірковий), прийоми дослідження (економічний аналіз, документування, групування недоліків, прийняття рішень).

Резюмуючи результати дослідження, зазначимо, що правильно визначений перелік аудиторських процедур, використання обґрунтованого методичного забезпечення дозволить отримати прийнятні та достатні аудиторські докази, що, своєю чергою, забезпечить відображення обґрунтованої думки аудитора щодо фінансової звітності (в т.ч. інформації про розрахунки з постачальниками) у Звіті аудитора, який є важливим джерелом інформації для прийняття дієвих, ефективних управлінських рішень, спрямованих на досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Меліхова Т.О., Феофанов Л.К., Присяжнюк Д.В. Удосконалення організації та методики внутрішнього та зовнішнього контролю розрахунків з постачальниками. *Агросвіт*. 2021. № 20. С. 32–39.
2. Ужва А.М., Тімкова О.В. Ефективна модель аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками підприємства. *Економіка та держава*. 2014. № 12. С. 92-95.

Матвієнко О.В.,
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра
ОПП «Публічне управління та
адміністрування»
спеціальності 281 «Публічне
управління та адміністрування»
Науковий керівник: к.е.н, доц.
Міщук Є.В.
Криворізький національний
університет

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В ГАЛУЗІ РОЗПОДІЛУ ГАЗОВИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ НЕБЕЗПЕКИ

Ефективність та сталість розподілу газових ресурсів в умовах енергетичних трансформацій визначаються рядом ключових факторів, які обумовлені публічним управлінням. Перш за все, ефективність залежить від грамотності, прозорості та швидкості прийняття рішень [1]. Регулюючи механізми алокування ресурсів, публічне управління визначає, наскільки розумно та збалансовано використовуються газові потоки.

Транспарентність, як ключовий аспект, забезпечує доступ до інформації для громадськості та зацікавлених сторін. Отримання інформації про обсяги видобутку, транспортування та споживання газу дозволяє стежити за ефективністю та виявляти можливість для оптимізації.

Стійкість розподілу газу також залежить від адаптованості до сучасних енергетичних тенденцій, таких як перехід до відновлюваних джерел енергії. Публічне управління має впливати на стратегічне планування, спрямоване на впровадження та підтримку нових технологій та ініціатив, що сприяють сталому розвитку.

Гнучкість системи та здатність до швидкої реакції на зміни в енергетичному ландшафті визначають сталість розподілу газу. Публічне управління повинно сприяти впровадженню адаптивних механізмів, що забезпечують оптимальну роботу системи в динамічних умовах.

Розвиненість механізмів кібербезпеки стає критичною у сучасному енергетичному середовищі. Забезпечення захисту від кіберзагроз, здатність реагувати на атаки та відновлювати нормальне функціонування є важливими аспектами сталості розподілу газових ресурсів.

Варто відмітити, що публічне управління в галузі розподілу газових ресурсів в умовах енергетичних трансформацій визначається грамотністю рішень, високим рівнем прозорості, адаптованістю до нових технологій та викликів, гнучкістю та захищеністю від кіберзагроз, сприяючи тим самим сталому та ефективному розподілу газу.

Взаємодія між підприємствами, що займаються розподілом газу і державними органами у сфері енергетичної безпеки є складним процесом, який впливає на економічний, енергетичний та політичний розвиток країни. Основні аспекти цієї взаємодії включають:

- Регулювання та ліцензування: державні органи встановлюють правила та стандарти для розподільних підприємств, зокрема, щодо якості обслуговування, безпеки та екологічних стандартів. Ліцензії на діяльність можуть бути видачі лише при відповідності підприємства вимогам енергетичної безпеки.

- Безпека та надійність: підприємства повинні співпрацювати з державними органами для забезпечення найвищого рівня безпеки та надійності систем розподілу газу. Спільні ініціативи можуть включати розробку планів надзору, запобігання аваріям та швидкого реагування в разі виникнення проблем.

- Енергоефективність: державні органи можуть стимулювати підприємства до впровадження енергоефективних технологій та методів для зменшення втрат та підвищення продуктивності. Підприємства можуть отримувати пільги або фінансову підтримку за активну участь у програмах енергоефективності.

- Інфраструктура та розвиток: державні органи можуть визначати стратегічні напрямки розвитку інфраструктури для розподілу газу, встановлюючи при цьому стандарти та інвестиційні пріоритети. Підприємства активно співпрацюють з державними органами у впровадженні інновацій та нових технологій.

- Тарифна політика: державні органи можуть впливати на визначення тарифів на послуги з розподілу газу, регулюючи їхні рівні для забезпечення доступності та економічної ефективності. Підприємства можуть вести переговори та консультуватися з державними органами щодо адекватних тарифів, які забезпечують стійкий розвиток галузі.

Ефективна взаємодія між підприємствами з розподілу газу та державними органами щодо енергетичної безпеки вимагає взаєморозуміння, партнерства та спільних зусиль для забезпечення стійкого та безпечного енергопостачання, що

дозволить забезпечити економічні інтереси як підприємств з розподілу газу, так і інших суб'єктів такої взаємодії.

Варто враховувати, що економічні інтереси підприємств, які займаються розподілом газу, визначають їхню стратегічну поведінку та спрямованість діяльності, ураховуючи ринкові та економічні умови. Першочергово, ці підприємства прагнуть до максимізації прибутку та фінансової стійкості, що досягається шляхом оптимізації витрат на експлуатацію та інвестицій в інфраструктуру та дозволяє забезпечувати надійні послуги [2].

Крім того, підприємства активно дотримуються конкурентних стратегій, спрямованих на розширення ринкової частки та забезпечення ефективності обслуговування клієнтів, що може включати впровадження інноваційних технологій для підвищення енергоефективності, а також розробку нових послуг та пакетів для різних категорій споживачів. Підприємства з розподілу газу активно взаємодіють з регуляторами та державними органами, співпрацюючи в розробці тарифної політики, яка б враховувала їхні економічні інтереси та стимулювала інвестиції в розвиток газової інфраструктури. Диверсифікація послуг та розвиток нових ринкових сегментів також входять у стратегічні цілі підприємств розподілу газу, що дозволяє їм адаптуватися до змінних умов ринку та підтримувати стійке фінансове положення.

Навчання персоналу газорозподільних підприємств новим навичкам є важливим елементом стратегічного розвитку у контексті зростаючих технологічних та енергетичних викликів. Такий процес вимагає системного підходу та врахування специфіки галузі. З метою адаптації персоналу до сучасних вимог, важливо впроваджувати програми, спрямовані на засвоєння нових технологій та інновацій. Це включає в себе ознайомлення з сучасними системами автоматизації, моніторингу та дистанційного управління газовими мережами. Ключовою частиною такого навчання є розуміння та впровадження концепцій "розумних" мереж та "інтернету речей" у контексті газорозподільчих систем. Співробітники повинні опанувати навички роботи з сучасними сенсорами, аналізу даних, а також програмування та обробки великих обсягів інформації [3].

Паралельно з технічними аспектами, необхідно надавати навчання з питань ефективного управління ризиками та безпеки енергопостачання, що включає в себе розширення знань з енергетичної безпеки, аналізу ризиків аварій та ефективної реакції на екстрені ситуації.

Важливо забезпечити навчання, яке враховує етичні аспекти та стандарти роботи в галузі газорозподілу. Спеціалісти повинні мати розуміння екологічних вимог та вміти взаємодіяти з регуляторами та громадськістю.

Такий комплексний підхід до навчання персоналу газорозподільних підприємств гарантує їхню готовність до викликів галузі, підвищує конкурентоспроможність та сприяє стійкому розвитку енергетичного сектору.

Отже, економічні інтереси підприємств з розподілу газу об'єднують стратегічне управління ризиками, конкурентоспроможність та забезпечення стабільного фінансового результату в умовах змінного енергетичного ринку.

Список використаних джерел

1. Нусінов В. Я., Міщук Є. В. Методологічні засади оцінки багаторівневих показників (на прикладі економічної безпеки підприємства). *Вісник ЖДТУ*. Серія: економіка, управління та адміністрування. 2019. № 2 (88). С. 36-45.
2. Mishchuk Ye. V. Ekonomichni interesy pidpriemstva ta yoho steikkholderiv u konteksti yikh ekonomichnoi bezpeky. *Problems of system approach in economy*. 2019. Vol. 2 (70). Pp. 132-138.
3. Mishchuk I., Zinchenko O., Zinchenko D., Dariusz P., Pohrebniak A. Differences in the Assessment of Economic Security of Personnel and Security of Enterprise Staff Interests. *WSEAS Transactions on Environment and Development*. 2020. 16. Pp. 454-463.

Ma Zongyao

graduate of higher education master's degree

E.P.P. 073 «Management of organization and administration» specialty «Administrative Management»

Scientific supervisor: Nataliya

Stoyanets

Doctor of Economics, Professor

Suny National Agrarian University

MANAGEMENT OF THE EFFICIENCY OF THE ADMINISTRATIVE STAFF OF THE HEBEI JIAHAO GRAIN AND OIL COMPANY

Oil seed soybean meal, as a material with extremely high protein content, is the main raw material for making poultry and livestock feed, accounting for about 60% of the protein raw materials in the domestic animal feed processing industry. For many years, China's consumption of soybean meal has consistently ranked first in the world. It is expected that the global consumption of soybean meal will continue to rise year by year. Soybean edible oil has always been the main type of edible oil consumption in China, and its proportion is also in a leading position. The supply gap of soybean edible oil has long been solved solely by importing soybean oil. In recent years, the soybean crude oil imported from North China accounts for about one-third of the total import volume in the country. Hebei Jiahao Grain and Oil Co., Ltd. is located in Bohai New Area, Cangzhou City, Hebei Province. The market covers Hebei, Henan, Shandong, Beijing, Tianjin, Shanxi and other regions, all of which are competitive soybean meal and soybean oil consumption markets[2-3].

In this context, to maximize the benefits of Hebei Jiahao Grain and Oil Co., Ltd., it is necessary to reduce the company's various production costs and personnel costs. A key measure to reduce personnel costs is to minimize the number of employees in the company as much as possible. In order to ensure that maintenance work meets production needs while reducing the number of maintenance personnel, we must improve the efficiency of the maintenance team. How to effectively improve the work efficiency of the maintenance team is placed on the key path for the company's development and growth. The importance of maintenance teams is

increasing, and the maintenance tasks they undertake are also becoming heavier. The company attaches great importance to the production start-up rate, which has led to increasing challenges and pressure for the maintenance team. On the premise of reducing various material consumption costs, the company hopes to undertake the company's maintenance work with the minimum labor costs, which requires the maintenance team to maintain a high level of work efficiency. However, currently there are a large number of delayed maintenance work in the maintenance team, with a high rate of rework, lazy work attitude among employees, long fault handling time, and frequent downtime. As a result, work efficiency has been unable to improve. This paper focuses on the problems existing in the maintenance team, using methods such as literature review, employee interviews, and questionnaire surveys to actively communicate with maintenance employees, understand their daily work status, and use fishbone diagram method to conduct a detailed analysis and summary to identify the main factors of low work efficiency in the maintenance team. There are four factors in total, including unreasonable performance evaluation methods in the department, low skill levels of employees, low work enthusiasm of employees, and cumbersome work processes in the department. In response to the existing problems, after communicating with the human resources department, a new employee salary system was established, technical backbone was established, some courses were conducted, a more open meeting system was established, employee personal development plans were launched, work orders were issued in advance for implementation, and preventive maintenance work was carried out by dedicated personnel to improve work efficiency. Based on the above research, targeted and effective measures will be taken to improve the work efficiency of the maintenance team, in order to ensure the smooth implementation of the plan.

The main purpose of this study is to take the Jiahao Grain and Oil Maintenance Team as the research object, focusing on the current situation, existing problems, and causes of the work efficiency of the maintenance team's employees, and proposing corresponding solutions and countermeasures to improve the work efficiency of maintenance team members, reduce factory downtime, promote the smooth operation of Jiahao Grain and Oil Factory, and improve the company's efficiency [1].

Firstly, China is developing rapidly, but it no longer has the same good headcount dividend as before, and labor costs have gradually increased in recent years. In order to pursue maximum benefits, the company itself always minimizes labor costs, which is manifested by continuously improving the automation level of the factory's equipment, improving the work efficiency of the factory's employees, and improving the company's management level. One highly effective and relatively low-cost measure is to improve the work efficiency of company employees. Throughout domestic and foreign scholars and managers, research on improving the work efficiency of employees in various industries has been ongoing and developing rapidly. This study focuses on improving the work efficiency of employees in the maintenance team of the grain and oil industry, which will help Jiahao Grain and Oil Company improve the work efficiency of the maintenance team.

Research on improving employee work efficiency at home and abroad is mostly speculative. Based on the mature research experience of predecessors at home and

abroad, this study adopts questionnaire surveys and employee interviews to conduct empirical research on the current situation and problems of the work efficiency of the maintenance team of Jiahao Grain and Oil Company. Objectively summarizing the rules, it provides greater support for improving the work efficiency of maintenance team employees, and also plays a very positive role in forming a good corporate culture and improving the company's efficiency.

Secondly, the conclusion of this study is based on a detailed and practical investigation of the current working status of the maintenance team. This conclusion helps to improve the work efficiency of the maintenance team at Jiahao Grain and Oil Company, increase the start-up rate of factory equipment, and reduce equipment failure and shutdown rates. Due to various limitations such as manpower, financial resources, material resources, and corporate practices, Jiahao Grain and Oil Company has always had a very tight personnel configuration for its maintenance team. Preventive maintenance work in daily work, frequent project renovations within the company, and other emergency repair work all require the factory's maintenance team to complete all assigned work tasks more efficiently during tight working hours. This study helps to save the company's human resources and improve the company's efficiency.

Finally, there are currently numerous articles studying work efficiency, but there is little research on the efficiency of maintenance teams in the grain and oil industry market in northern China, especially in this area. The research object of this paper is the maintenance team of grain and oil factories in northern China. The conclusion of this paper has certain reference significance for improving the work efficiency of maintenance teams in grain and oil enterprises in northern China or other regions.

References

- 1.Lan L , Lian Z , Liu W , etal.(2021).Investigation of gender difference in thermal comfort for Chinese people. *European Journal of Applied Physiology*. 4(3), 113–134.
- 2.Barrick M R , Thurgood G R , Smith T A , etal. (2019).Collective Organizational Engagement: Linking Motivational Antecedents, Strategic Implementation, and Firm Performance. *Academy of Management Journal*. 4(3), 113–134.
- 3.Thompson K R , Lemmon G, Walter TJ.(2021).Employee Engagement and Positive Psychological Capital. *Organizational Dynamics*. 5(3), 313–334.

Мельник О. М.
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра
ОПП “Менеджмент”
Спеціальності “Менеджмент”
Науковий керівник: доктор
філософії, Бурковська А. І.
Миколаївський національний
аграрний університет

ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ НА СТАН ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

За даними статистики, зайнятість населення в Україні на пряму впливає на рівень доступності продовольства для домогосподарств. Зростання безробіття у регіональних контекстах призводить до зниження купівельної спроможності населення, що погіршує стан продовольчої безпеки. Низький рівень зайнятості серед молоді та жінок може призвести до збільшення вразливості цих груп населення до продовольчої незабезпеченості.

Висока зайнятість у сільському господарстві, хоча і відіграє ключову роль у виробництві продуктів харчування, часто супроводжується низькими зарплатами та нестабільними умовами праці. Зростає залежність від імпортованих продуктів харчування через недостатність внутрішнього виробництва, що обумовлено економічними та соціальними факторами, включаючи зайнятість [1]. Програми державної підтримки зайнятості, такі як стимулювання малого і середнього бізнесу в сільській місцевості, можуть сприяти покращенню стану продовольчої безпеки через стабілізацію доходів населення. За даними соціологічних опитувань, зменшення зайнятості в урбанізованих районах приводить до збільшення частки населення, яке вважає продовольчу безпеку однією з найбільших соціальних проблем [2].

Вплив процесів зайнятості населення України на стан забезпечення продовольчої безпеки є безпосереднім відображенням економічної стабільності та соціального благополуччя країни. Зниження рівня зайнятості, особливо серед молоді та жінок, може підвищувати соціальну напругу і знижувати купівельну спроможність населення, що безпосередньо впливає на доступність та якість продуктів харчування [3]. З іншого боку, висока зайнятість у сільському господарстві, яке є ключовим галуззю виробництва продовольства, не завжди означає позитивний вплив на забезпечення продовольчої безпеки через низьку рентабельність та відсутність доступу до сучасних технологій. Таким чином, аналіз та управління рівнем зайнятості в Україні вимагає комплексного підходу, що враховує його вплив на стабільність виробництва продуктів харчування і, в кінцевому рахунку, на загальний рівень продовольчої безпеки країни.

Шляхи покращення впливу процесів зайнятості на стан забезпечення продовольчої безпеки в Україні полягають у глибокому перегляді та оптимізації економічних, соціальних та сільськогосподарських політик. Одним із ключових

напрямок є стимулювання сталого розвитку сільського господарства через інвестиції у сучасні технології та навчання фермерів [4]. Додатково, необхідно забезпечити соціальний захист та підтримку безробітним, особливо у вразливих регіонах, що допоможе збільшити купівельну спроможність населення. Розвиток малого та середнього бізнесу у сільській місцевості, а також стимулювання агротуризму, може сприяти збереженню робочих місць і створенню нових можливостей для зайнятості [5]. Крім того, необхідно вдосконалювати системи підтримки для сімейних ферм та кооперативів, сприяючи їх інтеграції в ланцюги виробництва та збуту. Такий комплексний підхід дозволить ефективно збалансувати рівень зайнятості та забезпечення продовольчої безпеки, сприяючи стійкому економічному та соціальному розвитку країни. Одночасно, стимулювання розвитку сільського господарства та сільських територій може створити нові робочі місця та підвищити рівень доходів населення, що сприятиме покращенню доступності до продуктів харчування [3]. Однак, необхідно враховувати і потенційні ризики, такі як надмірна спеціалізація в аграрному секторі без диверсифікації виробництва або залежність від імпортованих продуктів.

Отже, зайнятість населення в Україні має прямий і значущий вплив на стан забезпечення продовольчої безпеки, вимагаючи комплексного підходу до рішення цієї проблеми. Вплив процесів зайнятості населення в Україні на стан забезпечення продовольчої безпеки є суттєвим і має складний характер. Зростання безробіття та економічна нестабільність можуть призвести до погіршення доступності продуктів харчування для домогосподарств, особливо у вразливих груп населення. Водночас, сприятливі умови зайнятості, зокрема в аграрному секторі, можуть не завжди гарантувати високий рівень доходів та відповідну якість життя через низькі зарплати та нестабільність ринків. Таким чином, рівень зайнятості напряму впливає на соціально-економічні умови життя населення та може бути ключовим фактором, що визначає можливості домогосподарств забезпечувати себе достатньою кількістю та якістю продуктів харчування.

Список використаних джерел

1. Бурковська А.І. Організаційно-економічні засади інвестиційного забезпечення продовольчої безпеки України: дисертація. МНАУ. 2022 р. 299 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11706/3/BURKOVSKA%20PhD%20DISSE RTATION_1.pdf
2. Shebanina O., Burkovska A. Approaches to the Installation of the Subsistence Level in the Context of the Food Security in Ukraine. *Journal of Economics and Management Sciences*. 2018. Vol. 1. No. 2: 122–128. <https://doi.org/10.30560/jems.v1n2p122>.
3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. *Agricultural and Resource Economics*. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.
4. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Ensuring food security in the context of the sustainable development of agriculture. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2021. №3(44). P.337-345. DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2021.%2030>

5. Shebanina O., Burkovska A., Lunkina T., Burkovska A. The aspects of food security formation in the context of epidemiological restrictions in the USA. Ukrainian Black Sea Region Agrarian Science. 2022. 26(1), 19-29. DOI: [https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26\(1\)-2](https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26(1)-2)

Ноженко В.В.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП «Облік і оподаткування»
спеціальності 071 «Облік і
оподаткування»*

**Науковий керівник: к.е.н., професор
Гордієнко М.І.**

*Сумський національний аграрний
університет*

УДОСКОНАЛЕННЯ ОПОДАТКУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

Податок на доходи фізичних осіб (прибутковий податок) виступає одним із найбільш ефективних фіскальних важелів для різних податкових систем, при цьому акценти ставляться на суттєве підвищення фіскальної ефективності даного податку, створення рівно напруженого податкового тиску на основі прямого визначення доходів платника податків, зниження податкового навантаження на доходи малозабезпечених громадян.

Методичні підходи щодо здійснення оподаткування доходів фізичних осіб, кожна країна обирає самостійно, однак визначальним при цьому залишається той фактор, що вони повинні сприяти зростанню заощаджень населення, які в подальшому будуть слугувати одним із найбільш суттєвих джерел фінансування економіки держави, це особливо актуальним є на сьогодні для України.

Здійснені нами дослідження наявних та доступних наукових публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків дозволили виокремити три основні типи систем оподаткування доходів фізичних осіб, які успішно функціонують у різних країнах світу. Розглянемо їх сутність більш детально.

Перший тип. Подвійний прибутковий податок (dual income tax). Згідно з цим підходом пропорційний податок накладається на весь чистий дохід (заробітну плату; інвестиційні доходи; пенсії, за мінусом відрахувань) одночасно із застосуванням прогресивного податку на валовий трудовий дохід і пенсійні доходи. В свою чергу це означає, що трудові доходи оподатковуються за вищими ставками, ніж доходи інвестиційні, а величина податкових відрахувань не залежить від суми валового доходу. Оподаткування капіталу за нижчими ставками застосовується, переважно, для запобігання експорту капіталу та послаблення стимулів до його виведення за кордон.

Другий тип. Комплексна система оподаткування (comprehensive income tax). При цьому підході оподаткуванню підлягають всі або майже всі грошові доходи платника за мінусом відрахувань. Дана система передбачає, що трудові

та інвестиційні доходи оподатковуються за однаковими ставками (як правило, це прогресивний прибутковий податок), а роль податкових вирахувань зростає разом із зростанням валового доходу. Також цією системою визначається чітке і послідовне дотримання критеріїв горизонтального і вертикального рівності оподаткування.

Третій тип. Плоский прибутковий податок (flat tax) – відповідно, даний тип оподаткування є пропорційним і застосовується до всіх джерел доходу. Це означає, що трудові та інвестиційні доходи оподатковуються за однією ставкою, а податкові відрахування (утримання) не залежать від валового доходу.

В Україні всі питання пов'язані з оподаткуванням, в тому і податком на доходи фізичних осіб на сьогодні врегульованні Податковим Кодексом України (ПКУ), це єдиний законодавчий акт на рівні держави. Зокрема Розділом IV статтею 162 ПКУ визначено що, платниками податку є: фізичні особи-резиденти, які отримують доходи як з джерела їх походження в Україні, так і іноземні доходи; фізичні особи-нерезиденти, які отримують доходи з джерела їх походження в Україні та податкові агенти [].

Як визначено у законодавчому документі, базою оподаткування зазначеним податком є – будь який дохід, який підлягає оподаткуванню, нарахований (виплачений, наданий) на користь платника податку протягом звітного податкового періоду. Ставки податку встановлені в розмірах 0 %, 5 % та 18 відсотків бази оподаткування. Зокрема, ставка податку в розмірі 18 відсотків застосовується щодо доходів, нарахованих (виплачених, наданих) у тому числі, але не виключно у формі: заробітної плати, інших заохочувальних та компенсаційних виплат або інших виплат і винагород, які нараховуються (виплачуються, надаються) платнику у зв'язку з трудовими відносинами та за цивільно-правовими договорами.

Сьогодні при формуванні ефективного механізму оподаткування доходів фізичних осіб виникає необхідність врахування відповідного провідного зарубіжного досвіду. На різних законодавчих рівнях України протягом останніх років широко обговорюється питання удосконалення системи оподаткування, зокрема і доходів фізичних осіб-громадян. Дана тема особливо актуальна в умовах військового стану в якому знаходиться Україна, після лютого 2022 року.

Як достеменно відомо, традиції бувають у всіх аспектах людського життя, разом з тим, як не дивно, але вони є і в такій далекій, здавалося б від звичаїв сфери, як оподаткування. Для прикладу, на теренах бувших країн СНД громадяни не сильно хвилюються з приводу різних податків (зборів), які за них сплачує роботодавець – тобто працівників повідомляють про його зарплату майбутню в «нетто» («чистими»), а хто, скільки і кому платить понад цього – не так важливо. В країнах Європейського Союзу, зокрема у Польщі склалася зовсім інша традиція. Всі суми оплат повідомляються в «брутто», тобто до вирахувань необхідних податків і зборів. Оподаткування, зокрема в Польщі, це досить складна і на перший погляд заплутана система.

Перш за все необхідно визначитися з формулюванням, що таке прибутковий податок. Прибутковий податок для фізичних осіб, він же польською – podatek dochodowy od osod fizycznych, але можуть

використовуватися і терміни «*podatek od dochodow osobistych*», та абревіатура PIT (від англ. Personal Income Tax). Останнє визначення, разом із різними цифровими кодами, в свою чергу є найменуванням податкової звітності, прямо пов'язаної з виплатами ПДФО. Прибутковий податок у Польщі, це прямий податок, яким обкладаються доходи, отримані фізичною особою. Дохід, з точки зору ПДФО – це перевищення суми витрат над витратами на її отримання за податковий рік. У випадку заробітної плати, витрати на отримання такого доходу дорівнюють нулю.

Які ж основні види доходу, що обкладаються податком на доходи фізичних осіб в Польщі: 1. Одноразові. 2. На капітали і майнові права. 3. На зарплату. Зупинімося на окремих особливостях оподаткування доходів фізичних осіб: по-перше - прибуток від банківських вкладів підлягає оподаткуванню, при цьому ставка податку становить 19 %, але стягується безпосередньо банком при нарахуванні відсотків. Тобто фізична особа ніяких дій при цьому не робить; по-друге - дохід з невідомого джерела, при цьому ставка податку становить 75 %; по-третє - також існують, часто фіксовані ставки за специфічними напрямками діяльності, наприклад – податок для священнослужителів.

Звільнення від оподаткування у Польщі строго регламентовані законом, зокрема вони можуть стосуватися як окремого виду громадян, та і окремого виду доходу. Зокрема звільнені від оподаткування наступні види доходу: військові пенсії; соціальні допомоги; виплати роботодавцем, пов'язані з належним виконанням працівником своїх обов'язків; додаткові витрати на відрядження. Також доцільно наголосити на такій особливості, як скасування прибуткового податку для молоді до 26 років.

Відносно пільг та пільгових категорій громадян, вони у Польщі достатньо широкі. Самі пільги реалізуються різними способами: повернення податку або його частини, зниження ставки, тощо. Найбільш поширеними є: підприємці, які проходять навчання пов'язане зі сферою їх діяльності; зменшення податку на суму страхових або пенсійних виплат; витрати на медичну реабілітацію; донори; засновники суспільно корисних організацій; громадяни котрі мають дітей; тощо. Базове оподаткування для фізичних осіб залежить від величини доходу, якщо сумарний дохід не перевищує 85528 zł в рік, то податкова ставка 18 %. При умові, якщо доходи вище зазначеної суми, то застосовується наступна формула розрахунку: $85528 \times 18\% + (N - 85528) \times 32\%$.

Крім прибуткового податку у Польщі застосовується лінійний податок (або «єдиний податок») та спрощена система оподаткування. Ця система дійсно достатньо проста, при цьому не враховуються витрати, не потрібно складних обчислень, для фізичної особи встановлюється конкретна ставка податку, за якою оподатковуються всі грошові надходження. Разом з цим, це достатньо складна схема, і звичайно підходить не для всіх сфер діяльності.

Таким чином, ми вважаємо за доцільне прийняти за основу оподаткування фізичних осіб, яке діє в Польщі, враховуючи що Україна швидкими темпами наближається до Євросоюзу.

Список використаних джерел

1. Податковий Кодекс України: Закон України від 02 грудня 2010 року №2755-VI (у редакції Закону №2970-IX від 01 січня 2024 року)/Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
2. Що таке РІТ і який прибутковий податок для фізичних осіб, які працюють у Польщі? URL: <https://euportal.biz.ua/evropa/polshha/podatok-pit.html>

Онопрійчук Д. О.
здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра
ОПП “Менеджмент”
Спеціальності “Менеджмент”
**Науковий керівник: доктор
філософії, Бурковська А. І.**
Миколаївський національний
аграрний університет

ОПТИМІЗАЦІЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

Оптимізація фінансових результатів сільськогосподарських підприємств в контексті забезпечення продовольчої безпеки є актуальною проблемою в сучасному світі. Сільське господарство відіграє ключову роль у глобальному ланцюзі живлення, забезпечуючи населення продуктами харчування. Тому ефективне фінансове управління на аграрних підприємствах має прямий вплив на якість, доступність та безпеку продукції для споживачів.

Оптимізація фінансових результатів сільськогосподарських підприємств вимагає впровадження ефективних стратегій управління, зосереджених на підвищенні рентабельності, ефективності виробництва та оптимізації витрат. Водночас, врахування екологічних та соціальних аспектів є необхідним для забезпечення якості та безпеки продукції, що виробляється [1]. Такий підхід дозволяє підприємствам не тільки зберегти свою конкурентоспроможність на ринку, але й відповідати потребам суспільства у стабільному та безпечному харчуванні.

Сьогодні сільськогосподарські підприємства стикаються з рядом викликів, таких як коливання цін на ресурси, зміни клімату, конкуренція на ринку та регулятивні обмеження. У цьому контексті оптимізація фінансових результатів стає стратегічним завданням, спрямованим на підтримку стійкості та конкурентоспроможності підприємств [2].

Основні напрямки оптимізації включають в себе впровадження сучасних технологій управління, диверсифікацію виробництва, оптимізацію витрат та пошук нових ринків збуту [3]. Також важливо звертати увагу на збереження природних ресурсів та екологічну безпеку, оскільки це безпосередньо впливає на якість продукції та її відповідність міжнародним стандартам.

Стратегії оптимізації фінансових результатів сільськогосподарських підприємств в контексті забезпечення продовольчої безпеки відіграють важливу роль у сталому розвитку аграрного сектору. По-перше, це передбачає впровадження ефективних фінансових інструментів та технологій управління, які дозволяють оптимізувати витрати, підвищувати рентабельність та забезпечувати стабільність фінансового стану підприємства. Диверсифікація виробництва є ще однією важливою стратегією, що дозволяє розширювати асортимент продукції та знаходити нові ринки збуту [4].

Крім того, активний пошук інвестицій та партнерств з міжнародними організаціями може сприяти модернізації виробництва та впровадженню новітніх технологій. Екологічна безпека та збереження природних ресурсів також є важливими аспектами стратегії, оскільки вони впливають на якість продукції та відповідність міжнародним стандартам [5]. Таким чином, комплексний підхід до оптимізації фінансових результатів дозволяє сільськогосподарським підприємствам не лише забезпечувати свою економічну стійкість, але й відповідати вимогам продовольчої безпеки, забезпечуючи споживачів якісною та безпечною продукцією.

Оптимізація фінансових результатів сільськогосподарських підприємств у контексті забезпечення продовольчої безпеки може відбуватися через ряд ключових шляхів. По-перше, це впровадження інноваційних технологій та методів управління, що дозволяють підвищувати ефективність виробництва і знижувати витрати. Також важливо розробляти стратегії диверсифікації виробництва, що дозволить розширити асортимент продукції та зменшити ризики виробництва [2]. Крім того, ефективне управління ресурсами, такими як земля, вода та енергія, є ключовим для забезпечення сталого виробництва без шкоди для навколишнього середовища. Іншим важливим аспектом є розвиток інфраструктури та логістичних мереж, що сприяє збільшенню ефективності та швидкості доставки продукції до споживачів [3]. Таким чином, комплексний підхід до оптимізації фінансових результатів дозволяє сільськогосподарським підприємствам забезпечувати стабільність та конкурентоспроможність, водночас відповідаючи вимогам продовольчої безпеки.

Підсумовуючи сказане вище, забезпечення продовольчої безпеки є складною задачею, що потребує комплексного підходу. Оптимізація фінансових результатів сільськогосподарських підприємств відіграє ключову роль у цьому процесі, створюючи умови для сталого розвитку аграрного сектору та забезпечення населення якісною та безпечною продукцією харчування.

Список використаних джерел

1. Бурковська А.І. Організаційно-економічні засади інвестиційного забезпечення продовольчої безпеки України: дисертація. МНАУ. 2022 р. 299 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11706/3/BURKOVSKA%20PhD%20DISSE RTATION_1.pdf
2. Shebanina O., Burkovska A. Approaches to the Installation of the Subsistence Level in the Context of the Food Security in Ukraine. *Journal of Economics and Management Sciences*. 2018. Vol. 1. No. 2: 122–128. <https://doi.org/10.30560/jems.v1n2p122>.
3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural

enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. *Agricultural and Resource Economics*. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.

4. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Ensuring food security in the context of the sustainable development of agriculture. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2021. №3(44). P.337-345. DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2021.%2030>

5. Shebanina O., Burkovska A., Lunkina T., Burkovska A. The aspects of food security formation in the context of epidemiological restrictions in the USA. *Ukrainian Black Sea Region Agrarian Science*. 2022. 26(1), 19-29. DOI: [https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26\(1\)-2](https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26(1)-2)

Pang Chongnan

graduate of higher education master's degree

E.P.P. 073 «Management of organization and administration» specialty «Administrative Management»

Scientific supervisor: Nataliya Stoyanets

Doctor of Economics,

Sumy National Agrarian University

MANAGEMENT OF INNOVATION ACTIVITIES WITHIN ENTERPRISES

The management of innovation activities within enterprises is a crucial aspect of ensuring long-term success and growth. Effective management of innovation helps organizations stay competitive, adapt to market changes, and drive continuous improvement. Here are some key areas of research in this field: Innovation Strategy: Research focuses on how organizations develop and implement innovation strategies. This includes topics such as aligning innovation with overall business strategy, selecting the appropriate innovation portfolio, and managing a balance between exploration and exploitation of innovation opportunities.

Organizational Structure and Culture: This area explores how the structure and culture of an organization impact innovation. Research investigates the role of leadership in fostering innovation-oriented culture, the impact of organizational hierarchies on idea generation and implementation, and the role of cross-functional teams in driving innovation [1].

Idea Generation and Selection: This research area focuses on how organizations generate and select innovative ideas. It examines techniques for idea generation, such as open innovation, crowdsourcing, and design thinking. Additionally, studies explore methods for evaluating and prioritizing ideas to ensure the most promising innovations are pursued. Innovation Process Management: Research explores how organizations manage the innovation process from idea generation to commercialization. Topics include project management techniques, stage-gate

processes, and methods for managing risks and uncertainties associated with innovation.

Intellectual Property Management: This area examines how organizations protect and manage their intellectual property rights. Research investigates strategies for patenting, licensing, and managing intellectual property portfolios to maximize the value derived from innovation.

Innovation Metrics and Performance Measurement: Research focuses on developing metrics and performance measurement systems to effectively track and evaluate innovation activities. This includes identifying appropriate key performance indicators (KPIs) for innovation, developing methods for measuring intangible outcomes, and benchmarking innovation performance against industry peers.

Open Innovation and Collaboration: Research explores the role of open innovation and collaboration in driving innovation within enterprises. This includes studying the benefits and challenges of collaborating with external partners, such as suppliers, customers, and universities, and examining the strategies for managing open innovation ecosystems [2].

Managing Disruptive Innovation: This area investigates how organizations manage disruptive innovation that fundamentally changes industries and markets. Research explores strategies for identifying and responding to disruptive threats, managing the tension between disruptive and incremental innovation, and creating a culture that embraces disruptive ideas.

Innovation Leadership and Talent Management: Research examines the role of leadership in driving and managing innovation within organizations. This includes studying the characteristics and behaviors of effective innovation leaders, developing methods for identifying and nurturing innovation talent, and exploring strategies for creating an innovative workforce.

Innovation Diffusion and Adoption: Research focuses on understanding how innovations diffuse and are adopted within organizations. This includes studying the factors that influence the adoption and diffusion of innovations, such as organizational culture, resistance to change, and the role of champions and change agents.

Overall, research on the management of innovation activities within enterprises aims to provide insights and best practices for organizations to effectively harness innovation as a source of competitive advantage and long-term success.

Establish an innovation department or team responsible for coordinating and coordinating the innovation activities of the enterprise. Develop clear innovation goals and strategies that are aligned with the overall strategy of the enterprise. Provide sufficient resource support, including funding, manpower, and equipment, to ensure that innovation activities are fully supported. Establish a good communication and collaboration mechanism to enable effective communication and cooperation among departments and teams, and promote the smooth progress of innovation activities. Establish an effective evaluation and feedback mechanism to regularly evaluate and provide feedback on innovation activities, identify problems in a timely manner, and make adjustments and improvements, enterprises can better manage and

promote innovation activities, improve their competitiveness and sustainable development capabilities.

References

1. Hrabchuk, I., Bugaichuk, V., & Alyab'eva, V. (2022). STRATEGY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE. *Economy and society*, (44). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-84>.

2. Migus, I., & Koval, Ya. (2021). INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY. *Scientific notes of the University "KROK"*, (2 (62), 159–165. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2021-62-159-165>

Пекара А. В.

здобувач освітньо-наукового рівня

доктора філософії

ОНП “Менеджмент”

Спеціальності “Менеджмент”

Науковий керівник: доктор

філософії, Бурковська А. І.

Миколаївський національний

аграрний університет

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ УСКЛАДНЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ МАРШРУТІВ

Ускладнення логістичних маршрутів може негативно впливати на ефективність та швидкість доставки продуктів харчування, підвищуючи ризик порушень продовольчої безпеки. Збільшення тривалості транспортування може спричинити зниження якості продуктів харчування через погіршення умов зберігання та транспортування.

Забезпечення продовольчої безпеки України в умовах ускладнення логістичних маршрутів є актуальним завданням, яке вимагає комплексного підходу та співпраці різних секторів економіки. Ускладнення логістичних маршрутів може викликати затримки у постачанні та збільшення вартості транспортування продуктів харчування, що потенційно загрожує їх якості та безпеці [1]. Співпраця між державними органами, логістичними компаніями, виробниками продуктів харчування та іншими зацікавленими сторонами є ключовою для розробки та впровадження стратегій, спрямованих на забезпечення стабільності постачання та якості продуктів. Необхідно акцентувати увагу на впровадженні сучасних технологій у логістичному секторі, розробці альтернативних маршрутів доставки, а також на підвищенні кваліфікації персоналу, що займається зберіганням та транспортуванням продуктів харчування [2].

Важливим є також забезпечення прозорості та відкритості інформації про логістичні процеси, що дозволить ефективно координувати дії всіх учасників ланцюга постачання та швидко реагувати на можливі виклики або проблеми [3]. Крім того, важливо здійснювати постійний моніторинг стану логістичних маршрутів, аналізувати ризики та розробляти стратегії їх мінімізації для

забезпечення надійності та безпеки постачання продовольства населенню України.

Необхідність використання альтернативних логістичних шляхів може призвести до збільшення витрат на логістику та зниження доступності деяких продуктів для споживачів. Ефективне управління логістикою та впровадження сучасних технологій можуть допомогти зменшити негативний вплив ускладнення логістичних маршрутів на продовольчу безпеку [4]. Співпраця між галузевими учасниками та владними структурами на різних рівнях може сприяти вирішенню проблем, пов'язаних з ускладненням логістичних маршрутів, та забезпеченню продовольчої безпеки. Стратегії забезпечення продовольчої безпеки України в умовах ускладнення логістичних маршрутів вимагають системного та інтегрованого підходу, що базується на взаємодії різних секторів економіки та участі державних та приватних структур.

Перш за все, ключовою є оптимізація логістичних процесів за допомогою впровадження сучасних технологій, автоматизації та цифровізації управління ланцюгом постачання [5]. Це дозволить знизити витрати, підвищити швидкість доставки та забезпечити якість зберігання продуктів харчування. Другий аспект полягає у створенні альтернативних логістичних маршрутів та резервних механізмів постачання [5], що дозволить зменшити ризики заторів та затримок у постачанні продуктів харчування до споживачів. Також необхідно акцентувати увагу на розвитку місцевого виробництва продуктів харчування [5], що допоможе знизити залежність від імпорту та забезпечити стабільність постачання основних видів продуктів для населення.

Крім того, важливо підвищувати кваліфікацію працівників у сфері логістики, впроваджувати стандарти та норми щодо зберігання та транспортування продуктів харчування, а також проводити систематичний моніторинг та аналіз ринкової ситуації для своєчасного виявлення та реагування на можливі ризики [3]. Врахування цих аспектів дозволить розробити ефективні стратегії забезпечення продовольчої безпеки в умовах ускладнення логістичних маршрутів та забезпечити стійкість продовольчого ринку України до зовнішніх та внутрішніх викликів.

Отже, в умовах ускладнення логістичних маршрутів забезпечення продовольчої безпеки України вимагає системного та інтегрованого підходу, що базується на взаємодії різних секторів економіки, впровадженні сучасних технологій у логістиці, розвитку місцевого виробництва, підвищенні кваліфікації працівників та систематичному моніторингу ринкової ситуації. Це дозволить забезпечити стабільність постачання продуктів харчування, підвищити їх якість та безпеку, а також забезпечити стійкість продовольчого ринку країни до зовнішніх та внутрішніх викликів.

Список використаних джерел

1. Бурковська А.І. Організаційно-економічні засади інвестиційного забезпечення продовольчої безпеки України: дисертація. МНАУ. 2022 р. 299 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11706/3/BURKOVSKA%20PhD%20DISSE RTATION_1.pdf
2. Shebanina O., Burkovska A. Approaches to the Installation of the Subsistence Level in the

Context of the Food Security in Ukraine. *Journal of Economics and Management Sciences*. 2018. Vol. 1. No. 2: 122–128. <https://doi.org/10.30560/jems.v1n2p122>.

3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. *Agricultural and Resource Economics*. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.

4. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Ensuring food security in the context of the sustainable development of agriculture. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2021. №3(44). P.337-345. DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2021.%2030>

5. Shebanina O., Burkovska A., Lunkina T., Burkovska A. The aspects of food security formation in the context of epidemiological restrictions in the USA. *Ukrainian Black Sea Region Agrarian Science*. 2022. 26(1), 19-29. DOI: [https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26\(1\)-2](https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26(1)-2)

Перепелиця Маргарита

Максимівна,

учениця 11 класу Приватного ліцею

«Онлайн-школа «Альтернатива»

Науковий керівник:

Дзюба Олександр Олександрович,

студент 3 курсу Харківського

національного економічного

університету Семена Кузнеця,

В.о. Проектного директора МГО

“УКРТІНСАЄНС”

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

З огляду на теперішні проблеми в Україні, а саме: воєнний стан, малий дохід у великої частини населення, високий рівень корупції та наживи на тендерах і громадських бюджетах, розроблений шлях розвитку розрахований на перспективу майбутніх 5-10 років за умов завершення війни та подолання нагальних проблем.

1. Розвиток екологічної інфраструктури переробки сміття із грошовим заохоченням її використання

Найперший пункт включає в себе розвиток найпростішої первинної інфраструктури переробки сміття: мусорні баки для сортування сміття, пункти здачі одягу, алюмінієвих, скляних та пластикових тар на переробку.

Важливими рисами цієї інфраструктури є:

- Доступність: пунктів здачі на перобку повинно бути багато і розташовано у звичних місцях для людей по всіх районах міста

– житлові комплекси, вулиці, околиці, торгові центри тощо

- Вигода для користувачів – грошова виплата за певну кількість зданого сміття у пункт

- Легкість у взаємодії – автомати, що приймають сміття мають бути простими, інтуїтивними та не стресовими у використанні

Наприклад, у скандинавських країнах існують автомати, що виплачують певні суми грошей за здачу на переробку бляшанок та іншого сміття. Місто очищується від сміття, громадяни отримують гроші, а державі не потрібно витратити великі суми на очищення.

Основна мета 1 етапу – зменшити загальне сміттєве навантаження міст, сформувавши звичку сортувати та здавати сміття у громадян.

Будівництво такої інфраструктури можливе за рахунок іноземних інвестицій у сфері екології.

2. Створення екозаконодавства для підприємств

На другому етапі держава залучає бізнес до екологічного відновлення, створюючи спеціалізоване екологічне законодавство для виробництва. Україна вже мала досвід створення спеціалізованого новітнього законодавства в рамках масштабного проекту за стосунку “Дія”, у подальшому створивши Дія.City – законодавство для цифрових інвестицій, у тому числі іноземних.

Спираючись на досвід інших країн, можна виділити різні методи формування законодавства: критерії класифікації підприємства як екологічного, гранично допустимі кількості речовин, штрафи, грошові заохочення, заборони на використання певних матеріалів або збільшення податків на виробництво продуктів з них.

Наприклад, світова громадська організація Greenpeace у рамках вже згаданої кампанії “Detox” виділяла такі критерії для звітності брендів:

- Менеджмент хімічних речовин: нагляд за небезпечними чи неекологічними речовинами, що мають використовуватись
- Прозорість: звітування щодо кожного типу речовин
- Результат: відсоток виробленої екологічної продукції

Основна ціль 2 етапу – зменшити вплив на екологію найбільшого забруднило – промисловості, а також сформувавши прозорість екополітики на підприємствах, класифікуючи викиди як порушення законодавства.

3. Збільшення кількості громадських організацій та соціальних підприємств у сфері екології.

Третій етап передбачає активне створення та підтримку ГО і соціалізму при наявності вже активних громадян та підприємств у екології, тобто, за умови успішних 1-2 етапів.

Прикладом є згадана вище світова ГО Greenpeace, вони не тільки привертають увагу до глобальних екологічних проблем, а ще й дійсно ведуть масштабну діяльність. Їх кампанії та протести бачить весь світ та гартує навколо себе активну свідому молодь. Через це такі рухи стають відомими та привертають багато уваги, чим зумовлюють виникнення великого попиту в сфері і в результаті тренду та мейнстріму на цю діяльність. В Україні такою організацією є Let’s Do It Ukraine – молодіжна екоорганізація, визнана у світі. Соціальні підприємства разом із ГО створюють маркетинг навколо себе, чим підсилюють попит та формують поведінку споживачів.

Основна ціль 3 етапу – до формувати і закріпити новітній екопростір із певними встановленими закономірностями поведінки людей, організувати маркетинг для отримання попиту людей на певну продукцію.

4. Пільгове зменшення податків для екопідприємств

Заключним етапом є заохочення та підтримка бізнесу від держави шляхом запровадження пільг. Одна з найкращих умов для залучення бізнесу

– це знижені податки.

У свою чергу, ми ж пропонуємо зниження або загальне звільнення від ПДВ та податку на прибуток для підприємств легкої промисловості, які використовують екологічно чисті ресурси у своїй продукції або мінімізують вплив підприємницької діяльності на екологію шляхом переробки, повторного використання залишків тощо.

Так, наприклад, звільнення від ПДВ операцій з ввезення на митну територію України обладнання та інших засобів, що дозволяють зменшувати кількість викидів або інакше екологізувати виробництво (повторне використання залишків тощо) дасть поштовх до розширення наявних та створення нових підприємств легкої промисловості, формування додаткових робочих місць і головне — зменшення видатків держави на екологію.

Наприклад, теперішній проект капітального очищення річки Случ у м. Звягелі, що має бюджет у 23 млн. гривень [1], є характерним показником значних витрат на очищення з боку держави.

Таким чином, зниження податків навпаки збереже великі витрати бюджету на очисні проекти, адже докільля не буде доведено до критичного стану.

Основна ціль 4 етапу – залучити бізнес до екологічного та свідомого виробництва вигідними умовами розвитку, і, нарешті, суттєво зменшити негативний вплив на екологію.

Список використаних джерел:

1. Слободенюк О. У Звягелі планують реалізувати масштабний проект з розчищення та водозабору з річки Случ URL: <https://suspilne.media/588791-u-zvageli-planuut-realizuvati-masstabnij-proekt-z-rozcisenna-ta-vodozaboru-z-ricki-sluc/>.

Попадюк О.Д.

здобувач базової середньої освіти

Науковий керівник:

к.е.н. Дронова Т.С.

Університет митної справи та фінансів

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ

У сучасних умовах ті методи маркетингу, які бізнес традиційно використовував та використовує (друкована реклама, пряма поштова розсилка, радіореклама та багато інших) поступово йдуть і на зміну їм приходять цифрові технології. Зараз успіх будь-якого бізнесу багато в чому залежить від того, наскільки він ефективно застосовуватиме цифровий маркетинг, який є зовсім інноваційним підходом до споживача; новою тактикою, стратегією розуміння її поведінки, як у мережі, і на ринку. Цифровий маркетинг (Digital-маркетинг) -

використання цифрових технологій для залучення та утримання клієнтів. На рисунку 1 показано канали просування цифрового маркетингу.



Рис. 1. Канали діджитал-маркетингу

Цифрові канали просування мають багато переваг, які дають можливість вивести цифровий маркетинг на новий рівень розвитку.

До основних переваг діджитал-маркетингу належить, перш за все, можливість точно отримати та виміряти результати та ефективність. По-друге, за допомогою цифрових інструментів можна досить швидко за один рекламний показ охопити більше тисячі користувачів з різних країн світу, а також отримати від них інформацію та швидко проаналізувати її. І, по-третє, цифровими технологіями можуть користуватися велика кількість користувачів у світі, особливо через всесвітню мережу, вони дають змогу гнучко реагувати на цільову аудиторію інтернет-користувачів.

Проте, не завжди ефективний той чи інший канал. Мистецтво маркетолога у тому, щоб вміло застосовувати канали цифрового маркетингу. Наприклад, контекстна реклама принесе ефект, коли постає завдання просунути бренд серед невеликої цільової аудиторії. Ефект дасть використання контекстної реклами також у потенційних споживачів, у яких даний вид реклами такий популярний. Якщо фірма виробляє товар, споживачами якої є молодь, то для охоплення значної їх кількості доречно використовувати переваги соціальної мережі, мобільних додатків, інтернет-реклами і вірусного контенту.

Таким чином, маючи унікальні можливості, цифровізація дозволила створити цілий спектр переваг діджитал-маркетингу.

Ефективність цифрового маркетингу великою мірою залежить від умілого використання його інструментів. Одним із таких інструментів є SMM або соціальний маркетинг.

Величезна активна аудиторія, яка характерна для соцмережі, дозволяє використовувати її для того, щоб просувати бренд, розширювати аудиторію та

займатися активним продажем. За допомогою SMM є можливість знайти лояльну аудиторію і збільшити її активність, одночасно одержуючи зворотний зв'язок.

Особливістю компанії, її візитною карткою є Landing-сторінка (або цілий веб-сайт), де споживачі можуть знайти всю інформацію про її продукт. Ефективний цей сайт чи ні, можна визначити за конверсією — коефіцієнтом, що показує співвідношення числа покупців до відвідувачів сайту (вимірюється у відсотках).

Для підвищення впізнаваності бренду, розширення аудиторії, підвищення лояльності користувачів деякі компанії використовують такий інструмент як стратегічне партнерство, який дає можливість завдяки співпраці налагодити хороші взаємовигідні відносини з партнерами, які не є конкурентами компанії.

Традиційним інструментом, який дає можливість розсилати інформацію про продукт за допомогою електронної пошти певній особі чи групі користувачів, є Email. Але слід зауважити, що ефективність використання даного інструменту багато в чому залежить від того, наскільки він грамотно використаний.

Слід зазначити, що у сучасний період фірми найактивніше використовують такі інструменти цифрового маркетингу як маркетинг-вплив, нативна реклама, таргетовані оголошення, реклама у мобільних додатках.

Контекстна реклама підлаштовує зміст реклами в Інтернеті під контекст змісту сторінки, а також уподобань користувача. Наприклад, якщо рекламної мережі стало відомо якимось чином, що ви часто останнім часом шукали інформацію про кухонні меблі, а в даний момент відвідуєте сайт відомих меблевих фірм, система може дійти висновку, що вам не цікаво буде подивитися рекламну пропозицію з аксесуарами для кухонних меблів.

До розвинених інструментів цифрового маркетингу належать також таргетовані оголошення. Цей інструмент відноситься до перспективного напрямку просування продукції в соціальних мережах, таких як Твіттер, Facebook та Instagram. За допомогою цього виду реклами поширюються оголошення, що складаються з текстової та графічної інформації, спрямовані на цільову аудиторію, зацікавлену в товарах, що просуваються, або сервісі. Далі користувачі самі починають поширювати ролики, що їх зацікавили, або рекламні посилання, відправляючи їх своїм друзям або просто розміщуючи на своїй сторінці в соціальній мережі.

Активно розвивається і набирає обертів такий інструмент цифрового маркетингу, як нативна реклама, її ще називають природною рекламою, брендованим контентом. Нативна реклама орієнтована на певні цінності для аудиторії і має для них освітнє, інформативне і медійне значення. Дана реклама відрізняється від звичайної реклами і тому до неї аудиторія ставиться позитивно і з її допомогою також мине банерну сліпоту.

У порівнянні з традиційними банерами, у нативної реклами сильніший намір зробити покупку в Інтернеті. Споживачі мають намір зробити покупку після перегляду нативної реклами. Більшість з тих покупців, хто вже придбав

товар, що рекламується, повідомили, що стали ідентифікувати себе з брендом після перегляду нативної реклами.

Як бачимо, переваги нативної реклами є досить вагомими. Однак, перш ніж почати використовувати цей інструмент для просування ресурсу, необхідно ознайомитись з його недоліками.

Так, вона слабка, порівняно з банерною рекламою, може адаптуватися до розширення вимог і зростання обсягів вирішуваних проблем. До недоліків цього виду реклами можна віднести високу вартість. Цим, очевидно, пояснюється використання нативної реклами переважно великими компаніями. Хоча тут можна посперечатися. Ще немає єдиного стандарту роботи такого типу рекламу. І це зрозуміло, адже ринок ще не зовсім сформований, існує нещодавно і вимагає вдосконалення.

Як і в будь-якому іншому проекті, нативна реклама починається з ідеї, далі йде узгодження та закінчується запуском. Однак, на відміну від банерної реклами, її реалізація вимагає набагато більше часу і іноді, поки її запустять, вона може втратити свою актуальність.

Використання цифрових технологій у маркетинговій діяльності відкриє перед підприємствами широкі перспективи для збереження постійних клієнтів та розвитку з ними довгострокових партнерських відносин, зростання позитивного ставлення споживачів, довіри до його товарів та послуг, забезпечення індивідуального підходу до кожного клієнта та гнучкої реакції на зміни його смаків та переваг. Названі в роботі переваги цифрового маркетингу стануть ключовими напрямками для розвитку клієнтоорієнтованого підходу, використання якого дозволить організаціям посилити конкурентоспроможність та ефективно просувати свій бренд на ринку.

Попович М. Б.

*здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра*

ОПП “Менеджмент”

Спеціальності “Менеджмент”

**Науковий керівник: доктор
філософії, Бурковська А. І.**

*Миколаївський національний
аграрний університет*

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЗАПОРУКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

Ефективне управління персоналом сільськогосподарських підприємств є ключовим для забезпечення стабільності та розвитку аграрного сектору. Оптимальний підбір, навчання та розвиток співробітників в сфері сільського господарства сприяє підвищенню продуктивності праці та якості сільськогосподарської продукції. Впровадження сучасних методів управління

персоналом, включаючи мотивацію, навчання та підтримку, допомагає залучати та утримувати висококваліфікованих спеціалістів у галузі сільського господарства [1].

Ефективна комунікація між менеджментом та працівниками сприяє створенню сприятливої робочої атмосфери, що підвищує мотивацію та продуктивність праці. Професійний розвиток персоналу та постійне навчання є важливими елементами, які допомагають адаптуватися до змінних умов ринку, впроваджувати нові технології та підвищувати конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств [2]. Залучення та підтримка жінок та молоді в сільському господарстві сприяє збалансованому розвитку галузі та забезпеченню її сталості в майбутньому.

Створення системи стимулювання та мотивації, включаючи конкурентні зарплати, соціальні гарантії та можливості для професійного росту, є важливими для збереження та привернення кваліфікованого персоналу [3]. Співпраця з науковими установами, освітніми організаціями та іншими партнерами може сприяти впровадженню інноваційних підходів та технологій в аграрний сектор.

Ефективне управління персоналом сільськогосподарських підприємств відіграє важливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки країни. Персонал, який має високу кваліфікацію та мотивацію, забезпечує оптимальне використання ресурсів, впровадження сучасних технологій та дотримання стандартів безпеки та якості продукції. Крім того, ефективне управління персоналом сприяє підтримці стабільності в сільському господарстві, забезпечуючи неперервність виробництва та доставки продуктів харчування до споживачів [4]. Відповідальне ставлення до навчання, розвитку та безпеки працівників допомагає запобігти ризикам, пов'язаним зі забрудненням та іншими проблемами, що можуть впливати на якість та безпеку продуктів харчування. Таким чином, ефективне управління персоналом є важливим чинником, який сприяє забезпеченню продовольчої безпеки країни, забезпечуючи надійність та якість продуктів, доступних для населення.

Стратегії забезпечення ефективного управління персоналом сільськогосподарських підприємств для забезпечення продовольчої безпеки країни включають кілька ключових напрямків [5].

По-перше, це впровадження системи неперервного навчання та професійного розвитку працівників. Інвестування в навчальні програми та тренінги дозволяє підтримувати високий рівень кваліфікації персоналу, впроваджувати новітні агротехнології та забезпечувати дотримання вимог стандартів якості та безпеки [5].

По-друге, важливо створювати сприятливі умови праці та мотиваційні системи для працівників сільськогосподарських підприємств. Забезпечення конкурентоспроможних умов оплати праці, соціальних гарантій та можливостей для професійного зростання сприяє приверненню та утриманню кваліфікованого персоналу [5].

По-третє, стратегічне планування та управління ризиками відіграють важливу роль у забезпеченні стабільності виробництва та постачання

сільськогосподарської продукції. Аналіз потенційних загроз та розробка ефективних заходів протидії дозволяє підприємствам адаптуватися до змінних умов ринку та забезпечувати надійність продовольчих поставок [5].

Врахування цих стратегічних напрямків дозволить сільськогосподарським підприємствам не лише підтримувати високий рівень продуктивності та ефективності, але й відігравати ключову роль у забезпеченні продовольчої безпеки країни. Отже, ефективне управління персоналом сільськогосподарських підприємств є важливим фактором для забезпечення продовольчої безпеки, стабільності та розвитку аграрного сектору в Україні. Ефективне управління персоналом сприяє підвищенню продуктивності праці, збільшенню задоволеності та мотивації співробітників, що вимагає від керівництва глибокого розуміння потреб та інтересів працівників.

Список використаних джерел

1. Бурковська А.І. Організаційно-економічні засади інвестиційного забезпечення продовольчої безпеки України: дисертація. МНАУ. 2022 р. 299 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11706/3/BURKOVSKA%20PhD%20DISSE RTATION_1.pdf
2. Burkovska A., Romanchuk M. The ensuring of the competitiveness of the enterprises through the strategic human resource management. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2016. 2(4), 43-51. <https://doi.org/10.51599/are.2016.02.04.04>
3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. *Agricultural and Resource Economics*. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.
4. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Socio-Psychological Determinants of Food Security in Ukraine: Causal Aspect. *Economic Studies*. 2022. Vol. 31. No 5. P. 145-162.
5. Бурковська А.І., Гончаренко М.О., Різун В.Р. Управління кадровою політикою сільськогосподарських підприємств в контексті мотивації праці. *Modern Economics*. 2023. № 41(2023). С. 19-23. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-03](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-03).

Просолов О. О.

здобувач вищої освіти ступеня

бакалавра

ОПП “Менеджмент”

Спеціальності “Менеджмент”

Науковий керівник: доктор

філософії, Бурковська А. І.

Миколаївський національний

аграрний університет

ТЕНДЕНЦІЇ ПРОЦЕСІВ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Тенденції процесів зайнятості в Україні відображають складну динаміку ринку праці, де кількість робочих місць, їх розподіл та якість стають предметом глибокого аналізу. Сучасний стан ринку праці в Україні визначається

численними факторами, включаючи економічні, соціальні та демографічні чинники.

Однією з основних проблем є високий рівень безробіття, особливо серед молоді та жінок [1]. Додатково, відбувається процес деіндустріалізації, коли традиційні галузі втрачають свою активність, а нові ринки та сектори ще не можуть повністю компенсувати ці втрати. Демографічні тенденції, такі як зменшення робочої сили та старіння населення, можуть призвести до дефіциту робочої сили в деяких галузях індустрії. Також треба враховувати відтік кваліфікованих спеціалістів за кордон, що може погіршити ситуацію на ринку праці та зменшити конкурентоспроможність української економіки [2]. Глобальні економічні коливання, політична нестабільність та зовнішні виклики також мають потенціал впливати на зайнятість в Україні. Нестабільність на міжнародному рівні може обмежувати інвестиції та розвиток експортно-орієнтованих галузей, що, в свою чергу, може мати негативний вплив на зайнятість та економічний розвиток країни.

Крім того, проблеми у системі освіти та професійної підготовки призводять до розриву між навчальними програмами та реальними потребами ринку праці. Це призводить до того, що випускники навчальних закладів часто не мають необхідних навичок або кваліфікації для конкретних робочих місць [3]. Велике значення має також трудова міграція. На жаль, багато висококваліфікованих спеціалістів шукають роботу за кордоном через низькі зарплати та обмежені можливості для кар'єрного росту в Україні.

Тенденції процесів зайнятості в Україні свідчать про глибокі трансформації на ринку праці, які впливають на економічний розвиток країни та соціальне благополуччя населення [4]. Сучасна ситуація визначається комплексом внутрішніх та зовнішніх факторів, включаючи демографічні зміни, технологічні інновації, економічну нестабільність та глобальні виклики. На ринку праці спостерігається певний розрив між кваліфікаціями робітників та потребами роботодавців, що може обмежувати ефективність та конкурентоспроможність української економіки. Зростання безробіття, особливо серед молоді та жінок, є серйозним викликом, який потребує системного підходу для розв'язання.

Проте не можна ігнорувати позитивні тенденції. Деякі галузі, зокрема ІТ та аграрний сектор, демонструють стабільний ріст і потенціал для подальшого розвитку. Також спостерігається інтерес до розвитку малого та середнього бізнесу, який може створити нові робочі місця та сприяти розвитку регіонів [5]. Перспективи процесів зайнятості в Україні є багатограними та залежать від численних факторів. З одного боку, розвиток інформаційних технологій та цифровізація можуть відкривати нові можливості для створення робочих місць у секторах, які раніше не були так активними. Технологічний прогрес може сприяти створенню висококваліфікованих робочих місць, а також сприятиме формуванню нових професій та спеціалізацій.

З іншого боку, демографічні зміни та відтік робочої сили за кордон можуть створювати тиск на ринок праці, особливо у відношенні до галузей, які потребують висококваліфікованих спеціалістів. Також важливо розглядати вплив глобальних економічних тенденцій та зовнішньополітичних чинників на

ринок праці в Україні [4]. Соціально-економічні реформи, спрямовані на покращення бізнес-середовища та стимулювання підприємництва, можуть стати ключовими для забезпечення стабільності та росту зайнятості. Створення сприятливих умов для розвитку малого та середнього бізнесу, підтримка інновацій та залучення інвестицій можуть стимулювати створення нових робочих місць та розвиток різних галузей економіки [5].

Таким чином, прогноз працевлаштування в Україні вимагає комплексного аналізу та оцінки різних сценаріїв розвитку. Незважаючи на поточні виклики, можливості для створення нових робочих місць та розвитку ринку праці існують, і важливо активно працювати над створенням сприятливих умов для економічного зростання та соціального розвитку країни. Отже, розв'язання проблем зайнятості в Україні потребує комплексного підходу, який враховує всі аспекти ринку праці, від освіти та підготовки до регулювання економіки та стимулювання підприємництва. Важливо розробляти ефективні стратегії розвитку ринку праці, які будуть сприяти сталому економічному росту, соціальному благополуччю та підвищенню життєвого рівня населення.

Список використаних джерел

1. Бурковська А.І. Організаційно-економічні засади інвестиційного забезпечення продовольчої безпеки України: дисертація. МНАУ. 2022 р. 299 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11706/3/BURKOVSKA%20PhD%20DISSE RTATION_1.pdf
2. Burkovska A., Romanchuk M. The ensuring of the competitiveness of the enterprises through the strategic human resource management. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2016. 2(4), 43-51. <https://doi.org/10.51599/are.2016.02.04.04>
3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. *Agricultural and Resource Economics*. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.
4. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Socio-Psychological Determinants of Food Security in Ukraine: Causal Aspect. *Economic Studies*. 2022. Vol. 31. No 5. P. 145-162.
5. Бурковська А.І., Гончаренко М.О., Різун В.Р. Управління кадровою політикою сільськогосподарських підприємств в контексті мотивації праці. *Modern Economics*. 2023. № 41(2023). С. 19-23. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-03](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-03).

Рильський М.Г.

здобувач передвищої освіти ступеня
фахового молодшого бакалавра
ОПП «Облік і оподаткування»
спеціальності «Облік і
оподаткування»

**Науковий керівник: к.е.н., доц.,
викладач вищої категорії**

Рагуліна І.І.

ВСП «Вовчанський фаховий коледж
ДБТУ»

РОЛЬ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Управління виробничо-фінансовою діяльністю підприємств в умовах жорсткої конкуренції, обмеженості ресурсів, повсюдного впровадження інформаційних технологій передбачає високий рівень економічного обґрунтування прийнятих управлінських рішень різних рівнях управління. Значення інформації для системи управління організацією важко переоцінити, оскільки інформація утворюється внаслідок управління, а управління є наслідком інформації.

Складний комплексний процес, що служить для забезпечення інформаційних потреб управління, є інформаційним забезпеченням, під яким розуміється збір, обробка та передача фінансової та нефінансової інформації, що використовується менеджерами для планування та контролю за ходом діяльності довірених ним підрозділів, вимірювання та оцінки отриманих результатів.

Результативність управління підприємством значною мірою визначається рівнем організації процесу управління та якісними характеристиками його інформаційного забезпечення. Володіння інформацією та її адекватне сприйняття та розуміння – запорука успіху більшості навіть найбільш ризикованих організацій. Удосконалення системи управління підприємством пов'язане з модернізацією інформаційних систем.

У більшості випадків формування інформації, необхідної для обґрунтування та прийняття управлінських рішень, має проводитись у рамках обліково-аналітичного забезпечення. Обліково-аналітичне забезпечення – це інтегрована система, що включає питання як безпосередньо бухгалтерського обліку, так і планування, контролю та аналізу роботи підприємства з метою прийняття управлінських рішень щодо вдосконалення виробництва, зниження витрат та підвищення фінансових результатів діяльності.

В даний час не існує єдиної трактування поняття «інформаційне забезпечення» у тих прийняття управлінських рішень. Очевидно, що терміни «інформаційне забезпечення» та «обліково-аналітичне забезпечення» управління, в основному можна вважати аналогічними. Однак за певних умов

(наприклад, при частковому використанні даних бухгалтерського обліку) обліково-аналітичне забезпечення може бути менш інформативним. Близько 90% інформаційного забезпечення управління складає обліково-аналітичне забезпечення.

Підприємство як відкрита система також використовує у своїй діяльності інформаційні потоки. Йому важливо знати все про своїх зовнішніх контрагентів (інші підприємства), так і про всі господарські процеси, що відбуваються всередині власного. Ці інформаційні потоки надзвичайно великі і потребують якісного узагальнення та конкретизації. Для виконання цих завдань покликана обліково-аналітична система, яка формує новий вид стислої та зрозумілої інформації – обліково-аналітичної [1].

Під обліково-аналітичною системою управління розуміють систему, що ґрунтується на даних бухгалтерського обліку, зокрема оперативних даних і використовує для економічного аналізу статистичну, виробничу, довідкову та інші види інформації [2].

Інформація для цілей управління формується у внутрішній середовищі підприємства, оскільки управління суб'єктом господарювання складається на основі інформації, більшість якої поставляється системою бухгалтерського обліку, що включає фінансовий облік, управлінський облік і податковий облік. Дані, що не стосуються безпосередньо до облікових систем, але залучені до їх складу, розширюють межі збору, обробки та використання інформації для ухвалення відповідних управлінських рішень. Інформація, що формується в бухгалтерській системі, має унікальні якості та на її частку припадає більшість інформації про стан підприємства.

Відмінною особливістю обліково-аналітичної інформації є юридична повноцінність одержуваної інформації, заснованої на документальному підтвердженні кожної господарської операції, що відображається.

Таким чином, інформаційна складова є головною сполучною ланкою між керованою та керуючою системою підприємства. Вирішення проблем інформаційного забезпечення системи управління господарюючим суб'єктом має бути комплексним. Вважаємо, що інформація з метою управління підприємством повинна формуватися в інтегрованій обліково-аналітичній системі, що включає бухгалтерський фінансовий облік та звітність, фінансовий аналіз, бухгалтерський управлінський облік та звітність, управлінський аналіз, податковий облік, внутрішній контроль.

Список використаних джерел

1. Реслер, М.В. Значення обліково-аналітичної інформації в управлінні підприємством. *Науковий вісник Ужгородського університету : Серія: Економіка. Ужгород: Видавництво УжНУ "Говерла".* 2012. Вип. 3 (37). С. 146–148.
2. Іванюта П.В. Управлінські інформаційні системи в аналізі і аудиті. *Київ. Центр учбової літератури.* 2007. 180 с.

Салозуб К.К.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП «Публічне управління та
адміністрування»*

*спеціальності «Публічне управління
та адміністрування»*

**Науковий керівник: доктор філос. з
обліку і оподаткування, Роєва О.С.**

*Криворізький національний
університет*

СТИМУЛЮВАННЯ ТРУДОВОЇ МОТИВАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ ПІД ЧАС ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ

Публічна служба відіграє знакову роль в механізмі управління державою. Без ефективного функціонування інституту публічної служби, становлення України як демократичної, правової, соціальної держави з розвиненим громадянським суспільством та подальший шлях у європейській інтеграції просто неможливі.

Війна помітно вплинула на трудову мотивацію публічних службовців. Також вона доволі часто спонукає залишити публічну службу і піти працювати в будь-яку іншу організацію доволі цінний кадровий ресурс.

Водночас для значної частки службовців війна стала викликом, яка спонукає їх більше і краще працювати на публічній службі. Сьогодні чимало працівників публічної служби живуть і працюють в регіонах, де відбуваються бойові дії, в населених пунктах, що зазнають інтенсивних обстрілів. Отже, готовність публічних службовців виконувати свої трудові обов'язки в умовах війни має отримати визнання в суспільстві як прояв громадянської проактивності.

У зв'язку з цим всім гостро постає питання про створення якісного та ефективного механізму мотивації їх праці.

Підґрунтя мотивації публічних службовців, їх задоволеності роботою складають, насамперед, нефінансові чинники. Наприклад для багатьох працівників органів місцевого самоврядування бажання працювати на територіальну громаду має велику значущість - це свідчить про їхню прив'язаність до своєї спільноти та бажання запровадити позитивні зміни саме на місцевому рівні. З одного боку, ця обставина зменшує негативний вплив зниження рівня доходів, що відбулося через війну, а з іншого боку, обмежує арсенал стимулювання працівників. Групу ризику з точки зору можливого звільнення через незадоволеність оплатою праці становлять найперспективніші держслужбовці – молодь із сучасною освітою, яка вже має досвід роботи, а також особи з вченим ступенем. Втрата таких людей може завдати системі публічної служби значної шкоди.

Підвищення заробітної плати, поліпшення матеріального становища та соціального захисту публічних службовців в цілому прямо або опосередковано є передумовою для досягнення цілої низки інших важливих завдань: формування ефективної системи стимулювання співробітників, підвищення престижу професії публічного службовця, якісне оновлення кадрового складу служби, залучення на публічну службу молодих перспективних фахівців і висококваліфікованих спеціалістів, впровадження та ефективне використання сучасних інформаційних (цифрових) і управлінських технологій, формування серед службовців нульової толерантності до корупції та її викорінення [4].

Викорінення корупції розглядається як важливий чинник вдосконалення організаційної культури, передумова підвищення престижу публічної служби, формування в суспільстві позитивного іміджу служби та довірчого ставлення до службовців. Боротьба з хабарництвом визнається як актуальне завдання післявоєнного періоду, складова перебудови публічної служби після війни. Усвідомлення гостроти проблеми та щира підтримка службовцями боротьби з корупцією – це передумова для забезпечення успіху у подоланні цього явища.

Перспективним напрямом вдосконалення організаційної культури та системи стимулювання в органах влади є реалізація практики етичного лідерства, налагодження в організації командної роботи, що передбачає готовність керівника делегувати повноваження, а співробітників – брати на себе відповідальність, самостійно планувати свою роботу, ухвалювати рішення, реалізовувати їх. Для реалізації практики етичного лідерства та командної роботи в установах публічної служби має бути певне соціальне середовище (підґрунтя), відповідний соціально-психологічний клімат. Керівник і колектив повинні бути готовими до командної роботи, відповідати (бути адекватними) такому стилю управління за своїми поглядами, ціннісними установками та настроями [3].

Для формування необхідного соціального середовища слід реалізувати такі стратегії:

- Якісно оновити кадровий склад публічної служби, активно залучати на роботу молодих фахівців, призначати на керівні посади молодих, талановитих працівників із сучасним світоглядом.

- Впровадити нові норми та стандарти організаційної культури, підвищити роль і значення службової етики.

- Приділити належну увагу формуванню сприятливого психологічного клімату в колективах, активно використовувати заходи тимблдингу [1].

Якісне оновлення кадрового складу – це не тільки звільнення скомпрометованих, безініціативних, некомпетентних та залучення більш перспективних працівників. Оновлення кадрів – це також навчання співробітників, підвищення їхнього рівня компетентності та професіоналізму. Є три актуальні напрями освіти, якої вони потребують: регулярне ознайомлення зі змінами в законодавстві (правові новації); вивчення англійської мови; набуття навичок роботи з інформаційними технологіями (програмами), що впроваджуються в межах діджиталізації державного управління [2].

Службовці добре усвідомлюють зв'язок матеріально-технічного забезпечення організації та організаційної культури. Саме діджиталізація має стати важливою складовою післявоєнної перебудови публічної служби. Цифрові новації дозволять підвищити ефективність органів влади щодо надання послуг, сприятимуть економії ресурсів, а також поліпшать умови праці службовців – зменшать навантаження на працівника, дозволять активніше застосовувати гнучкий графік роботи, дистанційний формат роботи тощо.

Список використаних джерел

1. Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка. Проекти та дослідження. – Режим доступу: <https://www.uisr.org.ua/projects> (дата звернення 28.12.2023).
2. Міщенко К. С. Мотивація праці державних службовців у зарубіжних країнах: досвід для України. *Державно-управлінські студії*, 6(8), 2018. URL: <http://studio.ipk.edu.ua/motyvatsiya-pratsi-derzhavnykhsluzhbovtiv-u-zarubizhnykh-krayinakh-dosvid-dlya-ukrayiny> (дата звернення 25.12.2023).
3. Офіційний веб портал Національного агентства України з питань державної служби – Режим доступу: <https://nads.gov.ua/> (дата звернення 29.12.2023).
4. Статистичний звіт про результати моніторингу оплати праці державних службовців у 2020 р. URL: https://nads.gov.ua/storage/app/sites/5/%D0%9E%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96/statistichni_y-zvit-op-2020-z-pravkami-zmist.pdf (дата звернення 29.12.2023).

Саркова А. М.

здобувач вищої освіти ступеня бакалавра

ОПП “Менеджмент”

Спеціальності “Менеджмент”

Науковий керівник: доктор філософії, Бурковська А. І.

Миколаївський національний аграрний університет

ВПЛИВ СУЧАСНИХ МІГРАЦІЙНИХ ТРЕНДІВ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТА ПРОДОВОЛЬЧУ БЕЗПЕКУ КРАЇН ЄС

Сучасні міграційні тренди в Європейському Союзі значно впливають на демографічну структуру країн, створюючи нові виклики та можливості для економічного розвитку. Міграція сприяє розвитку глобального ринку праці, допомагаючи забезпечити поповнення вакансій в секторах, де є дефіцит робочої сили, таких як охорона здоров'я, освіта та інформаційні технології. Проте міграція також створює соціально-економічні виклики, зокрема в сфері інтеграції мігрантів, забезпечення їхніх прав та участі в економічному житті [1].

З іншого боку, міграція може викликати соціальні та економічні виклики для країн прийому. Наприклад, необхідність інтеграції мігрантів у суспільство може створювати тиснення на соціальні служби та інфраструктуру. Крім того, масова міграція може викликати додатковий тиск на ринок праці та викликати конкуренцію за робочі місця. Міграція також може мати вплив на культурний ландшафт країн ЄС, вносячи різноманітність та сприяючи культурному обміну

[2]. Однак, це також може викликати питання щодо ідентичності та соціального співіснування, що вимагає вироблення адекватних стратегій та політик інтеграції.

Тенденції міграції в країнах Європейського Союзу постійно еволюціонують і відображають різноманітні соціальні, економічні та політичні чинники. Крім того, міграція в ЄС є предметом дискусій щодо політики та регулювання. Країни ЄС намагаються збалансувати між захистом прав мігрантів, економічними інтересами та соціальною когезією. Це включає в себе впровадження строгих міграційних правил, а також ініціативи щодо інтеграції та адаптації мігрантів у суспільстві [3].

За умови правильного підходу до управління міграційними процесами, країни ЄС можуть отримати важливі економічні переваги, такі як збільшення потоків інвестицій, покращення інноваційного потенціалу та розвиток міжнародної торгівлі. Однак, враховуючи демографічні та культурні виклики, пов'язані з міграцією, необхідно забезпечити ефективний механізм інтеграції мігрантів у соціально-економічне середовище країни. Співпраця між країнами ЄС у сфері міграції та інтеграції може сприяти створенню спільних стратегій та рішень, що сприятимуть економічному розвитку та забезпеченню продовольчої безпеки в регіоні [4]. Міграція також впливає на аграрний сектор, забезпечуючи потік робочої сили для сезонних робіт та допомагаючи забезпечити стабільність виробництва та доступ до продуктів харчування. Проте, для забезпечення продовольчої безпеки та підтримки аграрного сектору, важливо забезпечити адекватні умови праці для мігрантів, враховуючи їхні права та потреби.

Успішне управління міграційними трендами в ЄС передбачає розробку комплексної політики, яка сприятиме економічному росту, соціальній стабільності та забезпеченню продовольчої безпеки на регіональному та глобальному рівнях [5].

Міграція в Європейському Союзі відіграє ключову роль у стимулюванні економічного розвитку. По-перше, мігранти часто займають вакансії в секторах, де є дефіцит робочої сили, таких як медицина, освіта та інформаційні технології. Їхня присутність допомагає заповнити ці прогалини, забезпечуючи продовольчу безпеку, освітні та медичні послуги для місцевого населення [3].

Крім того, мігранти часто приносять з собою нові навички, знання та досвід, які можуть сприяти інноваціям та підвищенню продуктивності. Вони можуть інтегруватися в економіку, розширюючи ринки, сприяючи міжнародним інвестиціям та стимулюючи торгівлю між країнами [4]. Міграція також може впливати на демографічну динаміку країн ЄС, забезпечуючи молодшу робочу силу, що може бути важливою для підтримки пенсійної системи та економічного зростання в цілому.

У контексті глобалізації, міграція також сприяє створенню міжкультурного діалогу та співпраці, що може стимулювати інновації та підвищувати конкурентоспроможність європейських економік на світовому ринку [1]. Таким чином, міграція в ЄС не лише компенсує дефіцит робочої сили, але й сприяє сталому економічному розвитку, розширює можливості для інновацій та сприяє глобальному впливу Європи в світовій економіці.

Проте міграція в Європейському Союзі може створювати ряд викликів для економічного розвитку. По-перше, необхідно враховувати, що нерівномірний розподіл мігрантів може призвести до перевантаження деяких регіонів та міст, зокрема щодо житлового господарства, освітніх та медичних служб. Це може спричинити соціальні та економічні напруги, зокрема в контексті зростання конкуренції на ринку праці та зниження зарплатних витрат для місцевого населення [2].

Додатково, необхідно звертати увагу на потенційні проблеми інтеграції мігрантів в економіку, зокрема в контексті культурних та мовних бар'єрів, а також недостатньої кваліфікації або незнання особливостей місцевого ринку праці [1]. Це може призвести до збільшення числа некваліфікованих робочих місць та зменшення ефективності виробничих процесів в деяких галузях.

Крім того, масова міграція може впливати на демографічну структуру країн ЄС, зокрема збільшуючи долю населення пенсійного віку та знижуючи рівень народжуваності [4]. Це може мати довгострокові наслідки для економічної стабільності та соціального забезпечення в країнах ЄС.

Таким чином, міграція, хоча і може мати позитивний вплив на деякі аспекти економічного розвитку Європейського Союзу, також вносить значні виклики, які потребують комплексного підходу та виваженого управління для забезпечення сталого та гармонійного розвитку.

Міграція в Європейському Союзі має безпосередній вплив на продовольчу безпеку регіону. По-перше, мігранти часто є споживачами продуктів харчування та вносять вклад у розширення споживчого ринку [2]. Це може стимулювати попит на різноманітні продукти та збільшувати асортимент доступних продуктів на ринку.

Однак, масова міграція може також викликати напруженість у сфері продовольчої безпеки. Наприклад, збільшений попит на деякі продукти може призвести до перевантаження постачальних ланцюгів та збільшення цін на деякі товари [3]. Крім того, мігранти можуть мати інші дієтичні звички та культурні переваги, що може вплинути на попит на певні види продуктів, а також на потребу у різних технологіях вирощування та обробки продуктів.

Додатково, міграція може впливати на аграрний сектор ЄС, зокрема на сезонну роботу та надання послуг у галузі сільського господарства. Недостатнє управління міграційними потоками може призвести до дефіциту робочої сили у деяких секторах, що може вплинути на збори та виробництво продуктів [1].

Крім того, важливо враховувати потенційні виклики, пов'язані з інтеграцією мігрантів у сільськогосподарські спільноти та ринки, зокрема в контексті культурних, соціальних та економічних відмінностей. Невідповідна інтеграція може призвести до зниження якості продуктів, втрати довіри споживачів та загрози здоров'ю та безпеці продуктів харчування [2].

Ще одним аспектом є потенційні виклики, пов'язані з інтеграцією мігрантів у місцеві сільськогосподарські спільноти та ринки. Недостатня інтеграція може впливати на якість та безпеку продуктів, оскільки мігранти можуть не мати відповідної підготовки або досвіду роботи з місцевими сільськогосподарськими практиками та стандартами [2].

У підсумку, міграція в ЄС впливає на продовольчу безпеку через ряд механізмів, які вимагають уваги та управління для забезпечення ефективності, стабільності та безпеки постачання продуктів харчування в регіоні.

Список використаних джерел

1. Бурковська А.І. Організаційно-економічні засади інвестиційного забезпечення продовольчої безпеки України: дисертація. МНАУ. 2022 р. 299 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11706/3/BURKOVSKA%20PhD%20DISSE RTATION_1.pdf
2. Poltorak A., Burkovska A., Khrystenko O, Sukhorukova A. Dovgal I. Monitoring of relationships between indicators of food security of the states. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2023. 1269(1), 012001. DOI:10.1088/1755-1315/1269/1/012001
3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. Agricultural and Resource Economics. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.
4. Shebanina O., Burkovska A., Poltorak A., Burkovska A., Petrenko V. Management of the Informational Potential of Eco-Hotels in the Conditions of Sustainable Development of Hospitality and Tourist Destinations Based on Agricultural Enterprises in Ukraine. Modern Economics. 2023. 41(2023), 147-155. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-21](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-21).
5. Бурковська А.І., Гончаренко М.О., Різун В.Р. Управління кадровою політикою сільськогосподарських підприємств в контексті мотивації праці. Modern Economics. 2023. № 41(2023). С. 19-23. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-03](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-03).

Скоробогата А. В.,
учениця 10 класу Криворізького
Центрально-Міського ліцею
Криворізької міської ради,
Науковий керівник: д.е.н, доцент
Котковський В.С,
завідувач кафедри соціально-
політичних та економічних
дисциплін Криворізького факультету
Національного університету
«Одеська юридична академія»

СТРАТЕГІЯ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН У СВІТЛІ ПРОГРАМИ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

В наш час детінізація доходів – поширене в світі явище і являє собою процес зниження різниці ціни між високими та менш високими доходами в суспільстві. Категорія «детінізація доходів» є винятково українською та майже не має аналогів у зарубіжних джерелах.

За допомогою детінізації доходів можна забезпечити додатковий приплив коштів до державного бюджету та налагодження офіційних відносин на ринку праці. Кожному громадянину гарантується право заробляти собі на життя

працею та отримувати за це винагороду у вигляді заробітної плати не нижче від визначеної законом, а виплата заробітної плати «у конвертах» призводить до значних негативних наслідків не тільки для бюджету, а й для самих працівників. До появи тіньових доходів призводять багато причин: відсутність декларування, нелегальні дії зі сторони людей чи підприємців, відсутність чесно системи оподаткування, зменшення доходів та перебільшення виплат.

Україна – одна з найбільш корумпованих країн Європи та світ, тому таке явище, як детінізація доходів та легалізація трудових відносин зможе усунути тіньові явища в системі оплати праці та отримання прибутку громадянами.

Говорячи про стратегію легалізації трудових відносин у світлі програми зайнятості населення в Дніпропетровській області, необхідно виділити масштаби та корені неформальної зайнятості на Дніпропетровщині.

Частка робітників, які працюють без оформлення трудових договорів і не сплачують податки в Дніпропетровській області, становить 24% залежно від галузі, кваліфікації тощо. За останніми оприлюдненими Держстатом даними (2021 рік), «кількість неформально зайнятого населення становила 193,4 тис. осіб, або 14,3% від загальної кількості зайнятого населення області» [1].

Незадекларована праця в Дніпропетровській області зазвичай проявляється у таких формах:

- ✓ економічна діяльність без державної реєстрації;
- ✓ наймана праця без оформлення трудових відносин;
- ✓ приховування від державних органів частини відпрацьованого робочого часу та зарплати;
- ✓ маскуванню трудових відносин під іншими формами діяльності (цивільні відносини, фіктивна самозайнятість, оформлення ФОП тощо).

Пріоритетними напрямки роботи Центру зайнятості Дніпропетровської області на 2024-2026 роки є [2]:

- орієнтація незайнятих громадян на потреби місцевого ринку праці: центр зайнятості допомагатиме шукачам роботи знайти роботу, яка відповідає їхнім професійним навичкам та інтересам, а також потребам економіки міста;
- активізація зусиль самих безробітних щодо пошуку роботи: центр зайнятості надаватиме безробітним консультаційну та інформаційну підтримку, а також допомогу в пошуку роботи;
- вдосконалення профорієнтаційної роботи з усіма категоріями користувачів послуг служби зайнятості;
- співпраця з роботодавцями щодо задоволення їх потреби у робочій силі: центр зайнятості працюватиме з роботодавцями, щоб допомогти їм знайти працівників, які відповідають їхнім вимогам.

На ринку праці Дніпропетровщини є «низка проблем, вирішення яких має значно вплинути на стан дотримання законодавства про працю та сприятиме створенню безпечних і здорових умов праці. Це законодавство створювалося у принципово іншій державі і внесення точкових змін не забезпечує його повну відповідність сучасним вимогам. Вирішити проблему можна, зокрема, через ухвалення законів про безпеку та здоров'я на робочому місці, врегулювання на рівні закону повноважень інспекторів праці» [3].

Нагальною проблемою є цифровізація управлінських процесів і процедур, розвиток ефективної, сучасної, стабільної та захищеної ІТ-інфраструктури, що дозволить вивести надання адміністративних послуг та моніторинг якості роботи інспекторів праці Дніпропетровської області на новий рівень. Україна обрала шлях на євроінтеграцію, тож необхідними є поглиблення взаємодії з інспекціями праці країн ЄС, проведення узгоджених кампаній, транскордонна взаємодія, синхронізація статистичних даних.

Ще один напрям – професійний розвиток інспекторів праці. Але жоден заклад вищої освіти в Україні не навчає таких фахівців. Крім того, попри величезну відповідальність та вимоги до кваліфікації інспекторів, їхня зарплата майже не перевищує мінімальну зарплату, що призводить до плинності кадрів. Розв'язати ці проблеми допоможе конкурентна заробітна плата, сталі кар'єрне зростання, сучасні навчальні програми професійної підготовки.

У результаті виконання вищеназваних програм та їх умов очікується, що у 2023-2026 роках будуть зростати тенденції на ринку праці Дніпропетровської області. Виконання даних заходів дозволить досягти таких цілей:

1. Створення нових робочих місць, у тому числі за рахунок розвитку малого підприємництва та самозайнятості населення, що сприятиме зростанню зайнятості та економічному розвитку Дніпропетровщини.

2. Підвищення професійного рівня та конкурентоспроможності економічно активного населення, що дозволить людям знайти роботу, яка відповідає їхнім інтересам та потребам.

3. Працевлаштування громадян на новостворені робочі місця, зокрема осіб з інвалідністю та таких, що потребують додаткових державних гарантій зайнятості. Це сприятиме соціальній справедливості та рівним можливостям для всіх громадян.

4. Професійне навчання безробітних для задоволення потреб роботодавців у працівниках, що дозволить безробітним знайти роботу та підвищити свій рівень доходу.

5. Матеріальна підтримка та тимчасова зайнятість 5,0 тис. безробітних осіб шляхом організації оплачуваних громадських та інших робіт тимчасового характеру. Це допоможе людям, які не можуть знайти роботу, отримати додаткові доходи та навички.

6. Охоплення профорієнтаційними послугами категорій громадян, у тому числі учнівську молодь, оскільки це допоможе людям зробити правильний вибір професії та кар'єри.

7. Підвищення рівня обізнаності населення про реальний попит та умови праці сучасного ринку праці, переваги легального працевлаштування. Це сприятиме легалізації зайнятості та підвищенню рівня життя населення.

8. Створення гідних умов праці та детінізацію відносин у сфері зайнятості населення, що сприятиме захисту прав працівників та підвищенню їхньої продуктивності праці.

9. Забезпечення зайнятості громадян, які потребують соціального захисту і не здатні на рівних конкурувати на ринку праці. Це сприятиме соціальній справедливості та рівним можливостям для всіх громадян.

10. Сприяння розвитку інклюзивного ринку праці (поліпшення можливості працевлаштування молоді, жінок, осіб з інвалідністю, та інших осіб, які мають ризики виключення з ринку праці тощо). Це сприятиме соціальній справедливості та рівним можливостям для всіх громадян.

11. Сприяння інноваційному розвитку послуг на ринку праці, що дозволить підвищити якість послуг на ринку праці та сприяти економічному розвитку Дніпропетровщини.

В умовах забезпечення інноваційного розвитку економіки важливе значення набуває кадрове забезпечення галузей економіки відповідно до реальних потреб ринку праці. Роботодавці потребують висококваліфікованих працівників, які володіють сучасними технологіями. Тому основним фактором ефективності виробництва, його конкурентоспроможності та економічного зростання є наявність людських ресурсів, здатних на високому професійному рівні вирішувати виробничі завдання економіки.

Список використаних джерел:

1. Ситуація на ринку праці та діяльність Дніпропетровської служби зайнятості у січні 2023 року. URL: <https://dnp.dcz.gov.ua/analytics/all>.
2. Програма зайнятості населення у місті Дніпрі на 2022-2026 роки: затверджена рішенням Дніпровської міської ради від 28.07.2021 р. №27/9. URL: <https://oblrada.dp.gov.ua/region-programmes>.
3. Південно-Східне міжрегіональне управління Державної служби з питань праці: Офіційний сайт. URL: <https://dp.dsp.gov.ua/category/novyny/https-dp-dsp-gov-ua-novyny-z-pytan-bezpeky-pratsi/page/6>.

Соколенко Т.М.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП “Облік і оподаткування
спеціальності “Облік і
оподаткування*

Науковий керівник: д.е.н., проф.

Кулик В.А.

*Національний університет
«Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»*

УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Цифровізація обліку бюджетних установ відбувається у рамках загального процесу цифрової трансформації як сучасного прояву циклічного процесу зміни технологічних епох у розвитку цивілізації.

Передумовою цифровізації у бюджетних установах стало впровадження програми «електронного уряду». В Україні технології «електронного уряду»

стали активно впроваджуватися в 2010-х роках в рамках реалізації програм розвитку електронної демократії та електронного урядування (Про схвалення Концепції розвитку електронної демократії в Україні, 2017; Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні, 2017). З 2018 року цей процес продовжено Концепцією розвитку цифрової економіки та суспільства (Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України, 2018) та передбачає, що велика частина взаємодії громадян і комерційних організацій з державними, муніципальними органами та бюджетними установами повинна здійснюватися в цифровому вигляді.

Завдяки реформі місцевого самоврядування та політиці децентралізації в становленні і розвитку цифрового місцевого самоврядування в Україні зроблено багато: успішно експлуатуються цифрові рішення в сфері комунікацій на муніципальному рівні; створено та підтримуються в актуальному стані цифрові системи та інформаційні ресурси з усіх найбільш пріоритетних напрямів життєдіяльності громад; більша частина інформаційних ресурсів країни формується і зосереджена як раз на муніципальному рівні; в більшості міст створено й успішно діють спеціалізовані підрозділи, які вирішують питання цифровізації; сформувався окремий напрям в діяльності організацій-розробників цифрового бізнесу, орієнтований на створення цифрових рішень для органів місцевого самоврядування. Саме такі підрозділи спонукають бюджетні установи до використання новітніх рішень, пов'язаних із цифровізацією системи управління.

Цифрова трансформація обліку бюджетних установ відбувається у певній послідовності, яка передбачає діджиталізацію облікових даних (оцифрування облікової інформації), облікових інструментів (впровадження цифрових технологій для обробки облікових даних), облікових процесів (реструктуризація каналів комунікації користувачів та впровадження необхідних технологій), облікової системи (формування цифрового облікового простору та технологій взаємодії з системою управління) [2; 3]. Цифровізація фінансово-облікової діяльності торкається таких процедур, як прогнозування і звітність, планування і бюджетування, перевірка даних, прийняття рішень. Діджиталізація обліку та фінансування забезпечує: точність виконання операцій та надійність інформації; можливість віддаленого доступу до фінансових даних; – зручність передачі звітності та підвищення продуктивності праці; безпеку і гнучкість інформації завдяки резервному копіюванню даних у хмарних сервісах; інтеграцію та синхронізацію даних з іншими сервісами та інструментами, які використовуються установою, зокрема формування ефективних інструментів звірки, що дозволяють легко відстежувати помилки та виявляти крадіжки й шахрайство.

Позитивний ефект цифровізації обліку можливий за умови синергії нових концепцій обробки та передачі інформації, а саме бухгалтерського обліку господарських операцій в режимі реального часу (RTA); обміну електронними даними – від первинних до звітних (EDI); міжнародних стандартів подання фінансової звітності (XBRL); «хмарних технологій»; штучного інтелекту як модернізації математичного моделювання сучасними технологічними

інноваціями (AI); підходів та методів обробки структурованих та неструктурованих даних великих об'ємів (BigData); цифрових реєстрів, у яких транзакції записуються у хронологічному порядку (Blockchain) тощо.

Застосування вказаних технологій при цифровізації системи управління бюджетних установ вимагає відповідних знань та навичок від управлінського персоналу [1], оскільки виконує низку функцій, а саме: 1) фінансового контролю і регулювання, оскільки цифровізація сприяє прозорості у розподілі, залученні і використанні ресурсів; 2) фінансового аналізу - завдяки процесам автоматизації збору, опрацювання і зберігання даних забезпечується швидкий доступ до актуальної інформації для планування і коригування бюджетів на макро-, мезо-, мікрорівнях; 3) комунікативну – цифровізація сприяє розбудові ефективних комунікацій як по вертикалі управління, так і по горизонталі; 4) підвищення ефективності використання ресурсів, що досягається за рахунок більш об'єктивного розподілу коштів, з урахуванням ефективності проєктів, на які вони спрямовуються, а також отримання економії внаслідок переходу від паперового адміністрування до електронного.

Список використаних джерел

1. Кулик В.А. *Вимоги до фахівця з диджитал-обліку. Перспективи розвитку обліку, контролю та фінансів в умовах інтеграційних і глобалізаційних процесів: Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, присвяченої 90-річчю з дня заснування Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка, 30 жовтня 2020 року / редкол.: Т.Г. Маренич [та ін.]; ХНТУСГ. – Х.: «Стильна типографія», 2020. С. 64-66.*

2. Кулик В.А. *Цифровізація економіки та її вплив на підприємницьку діяльність. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: сучасні виклики: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної інтернет конференції (м. Полтава, 5-6 жовтня 2021 року). Полтава : ПУЕТ, 2021. 273 с. С. 95-98.*

3. Пилипенко К.А., Кулик В.А. *Вплив технології Big Data на систему бухгалтерського обліку. Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 18 лютого 2021 р.) / відп. ред. О.М. Павлова, К. В. Павлов, Л. В. Шостак, А. М. Лялюк. Луцьк, 2021. С. 344-346.*

Стирська І.О.

здобувач передвищої освіти ступеня фахового молодшого бакалавра ОПП «Облік і оподаткування» спеціальності «Облік і оподаткування»

Науковий керівник: к.е.н., доц., викладач вищої категорії

Рагуліна І.І.

ВСП «Вовчанський фаховий коледж ДБТУ»

УДОСКОНАЛЕННЯ СКЛАДСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Щоб грамотно організувати складський облік, необхідно направити цілу систему заходів, що включає якісне і своєчасне виконання складських робіт за мінімальними витратами коштів праці.

Основне призначення складів – зберігання виробничих запасів. Крім того, на складах виконуються роботи пов'язані з підготовкою матеріалів до виробничого споживання та доставці безпосередньо споживачам. Втрати матеріалів при зберіганні і виробництві вантажно-розвантажувальних робіт впливають на збільшення собівартості продукції, робіт і послуг, а також створюють умови для безкарного розкрадання майна. Робота на складах будується з урахуванням вимог виробничого процесу та забезпечення його матеріалами. Від чіткої роботи складів залежить успіх роботи підприємства, розвиток виробництва, виконання виробничих завдань [1].

Крім того, на складах виконуються роботи, пов'язані з підготовкою матеріалів до виробничого споживання та доставки їх безпосереднім споживачам. Втрати матеріалів при зберіганні та перевезенні впливають на збільшення собівартості продукції, робіт і послуг, і навіть створюють умови для псування, розкрадання майна.

Початкова стадія складського процесу починається з операції надходження товару. Кількість операцій, пов'язаних з цим процесом і послідовність виконання залежать від розміру партії товару і виду транспортних засобів, якими їх доставили на склад. Слід зафіксувати час прибуття і кількість поступаючих на склад товарів, що дозволить правильно спланувати необхідні заходи щодо приймання та оприбуткування товарів. До підготовчих операцій можна віднести вибір місця розвантаження, яке максимально наближене до приміщення зберігання, визначення потрібної кількості працівників для розвантаження і точний розподіл робіт між ними, підготовка необхідної кількості підйомно-транспортного обладнання, визначення місць зберігання і підготовка документації з оформлення прийому-здачі товарів [2].

Приймання товарів є найважливішою складовою складського процесу, яка передбачає перевірку виконання договірних зобов'язань по асортименту, кількості, якості і комплектності товарів. Вона включає операції з перевірки

товарів, що надійшли, оформлення приймання в відповідних документах і прийнятті товарів на облік. Після надходження на склад готової продукції, заводиться картка складського обліку. Кількісний облік товару ведеться за найменуваннями, з урахуванням характерних ознак (марки, моделі, артикули, фасони, типорозміри), причому в тих же одиницях, які вказані в супровідних документах. Крім цього, облік може вестися за узагальненими групами товару. Порядок інвентаризації готової продукції аналогічний інвентаризації матеріалів. У разі нестачі товарів складається акт з підписами тих осіб, які виробляли приймання. [3]

Склади, будучи важливою ланкою технологічного процесу підприємств, що забезпечують безперебійний рух матеріалів, своєчасне виявлення недостатньої одиниці та запобігання нестачам.

Щоб визначити напрями вдосконалення складського обліку на підприємстві, необхідно виділити низку основних проблем, що виникають у процесі його ведення. Основними є такі проблеми:

- нерівномірні поставки, відсутність інформації про очікувані надходження матеріалів;
- неправильне розміщення товару на складі, неузгоджена з правилами розміщення товару;
- невідповідність замовленого матеріалу маршрутам комплектувальника при складанні замовлення;
- невчасне списання запасів зі складу;
- великий обсяг запасів на складі та нестача персоналу для ведення складського господарства;
- відсутність планування кількості продукції, що закуповується та термінів постачання;
- відсутність інформації про надлишкові запаси;
- невідповідність стану протипожежної безпеки, умов зберігання матеріалів, оснащеності складів різним обладнанням, приладами, а також стану охорони складських приміщень до норм.

Для вирішення вищевикладених проблем та вдосконалення складського обліку можна виділити такі напрямки:

1. Своєчасне проведення інвентаризації складу. Щоб правильно організувати роботу з проведення інвентаризації та перевірок запасів, необхідно враховувати структуру складського господарства. Склади підрозділів підприємства можуть бути як самостійними обліковими одиницями, і бути у складі інших облікових одиниць. В окремих структурних підрозділах підприємств склади можуть бути відсутні.

2. Автоматизація складського обліку, яка передбачає застосування програм, що забезпечують точність, контроль руху запасів. Реалізація процесу автоматизації роботи складу передбачає введення системи штрихового кодування в процесі прийому, розміщення, відпустки та інвентаризації товару. Дані пристрої розроблені для скорочення часу проведення стандартних складських операцій та мінімізації супутніх помилок під час приймання товару, його відвантаження, інвентаризації, обліку переміщень товару по території

складу. Реалізувати завдання будь-якої складності можна, застосовуючи термінали збору даних.

3. Регулярне планування закупівлі сировини та матеріалів тощо. Це необхідно для того, щоб на складі не було псування та залежалих матеріалів.

4. Забезпечення умов правильного зберігання сировини та матеріалів, а саме: їх раціональне розміщення, створення та підтримання оптимальні умови зберігання. За запасами, що зберігаються на складах, має бути забезпечений постійний контроль – регулярна перевірка їх стану, звертаючи у своїй увагу поява ознак псування, слідів комах, мишей⁷⁴.

Таким чином, складський облік є обов'язковим на підприємствах, оскільки без нього неможливо забезпечити безперебійність виробничого процесу, що безпосередньо впливає на ефективність його діяльності та остаточні фінансові результати.

Список використаних джерел

1. Рагуліна І.І., Нижня А.С. Організація складського обліку виробничих запасів на підприємстві. *Економічні читання: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 85-річному ювілею професора В.Й. Шияна, 19 лютого 2021 р. / Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків: ХНАУ. 2021. С. 403–404.*

2. Огійчук М.Ф., Сколотій Л.О., Беленкова М.І. та ін. Фінансовий та управлінський облік за міжнародними стандартами: Підручник / За ред. проф. М.Ф. Огійчука. 7-ме вид., перероб. і допов. Київ: Алерта. 2016. 1040 с.

3. Снісаренко Д.Я., Кулик Ю.М. Напрями удосконалення обліку та контролю виробничих запасів на підприємстві. *Облік, аналіз, аудит і оподаткування в умовах глобалізації економіки: тези доповідей I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Ужгород, 21 квітня 2017 р.) / Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла». 2017. С. 202–204.*

Стороженко О.Ю.

здобувач передвищої освіти ступеня фахового молодшого бакалавра ОПП «Облік і оподаткування» спеціальності «Облік і оподаткування»

Науковий керівник: к.е.н., доц., викладач вищої категорії

Рагуліна І.І.

ВСП «Вовчанський фаховий коледж ДБТУ»

ГРАФІК ДОКУМЕНТООБІГУ: ЗНАЧЕННЯ, ПОРЯДОК СКЛАДАННЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ДОТРИМАННЯМ

Кожна господарська операція має бути підтверджена відповідним документом. Тільки за цієї умови вона вважатиметься справді досконалою і може бути прийнята обліковими працівниками. Особлива увага має приділятися правильній організації вхідного, вихідного та внутрішнього руху документів.

Документування одна із елементів методу бухгалтерського обліку. Від того, наскільки раціонально організовано на підприємстві документування, значною мірою залежить ефективність ухвалення управлінських рішень.

Документообіг є процес руху первинних документів у бухгалтерському обліку господарюючого суб'єкта, що включає їх складання або отримання від інших підприємств, прийняття до обліку, обробку, систематизацію та передачу в архів.

Правові засади організації документообігу подані в Положенні про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку від 24 травня 1995 р. № 88. В Положенні вказано, що документообіг – це рух документів у процесі їх оперативного використання і бухгалтерського опрацювання з моменту складання або одержання документа від інших підприємств до передачі на зберігання в архів. Це визначає основну мету складання документообігу, яка полягає в упорядкованості руху та своєчасному одержанні для записів у бухгалтерському обліку первинних документів створених або одержаних від інших підприємств та установ, прийнятих до обліку, переданих в обробку та до архіву [1].

Згідно п. 5 ст.8 Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» підприємство на свій розсуд затверджує правила документообігу і технологію обробки облікової інформації, а п. 6 ст. 8 наполягає на тому, щоб керівник створив необхідні умови для бездоганного ведення обліку, забезпечив неухильне виконання всіма підрозділами, службами і працівниками, причетними до обліку, правомірних вимог бухгалтера щодо дотримання порядку оформлення і подання для обліку первинних документів [2].

Своєчасне та якісне оформлення первинних облікових документів, передачу їх у встановлені терміни для відображення в бухгалтерському обліку, а також достовірність даних, що містяться в них, забезпечують особи, які склали та підписали ці документи [3].

Раціональний документообіг на підприємстві значною мірою забезпечується плануванням руху первинних облікових документів відповідно до графіка.

Графік документообігу – це схема, що визначає рух первинних документів для підприємства від часу їх створення (отримання) досі передачі зберігання.

Роботу зі складання графіка документообігу організує головний бухгалтер. Графік документообігу затверджується розпорядженням (наказом) керівника організації.

Графік документообігу має сприяти покращенню всієї облікової роботи на підприємстві, посилення контрольних функцій бухгалтерського обліку, підвищення рівня оперативності та автоматизації робіт. Він може бути оформлений у вигляді схеми або переліку виконуваних кожним підрозділом підприємства (конкретним виконавцем) робіт зі створення, перевірки та обробки документів із зазначенням зв'язку між ними та строків виконання робіт.

Для складання графіка документообігу використовуються різні методики. Найбільш поширені полягають в описі процесу обліку за робочими місцями облікових служб. За підсумками такого опису складаються переліки вхідних та

вихідних документів щодо кожного робочого місця облікових працівників. Потім відбувається групування документообігу за підрозділами, що об'єднується потім у загальну схему (графік) документообігу по підприємству загалом.

Графік документообігу містить:

1) найменування, номер та код форм первинного обліку, реєстрів бухгалтерського та податкового обліку, що застосовуються на підприємстві при здійсненні господарської діяльності;

2) прізвище, ім'я, по батькові та посаду особи, яка склала документ;

3) прізвище, ім'я, по батькові посадової особи, відповідальної за своєчасне та якісне оформлення документа, достовірність даних, що містяться в ньому, передачу документа у встановлені терміни відповідному підрозділу та (або) бухгалтерії;

4) дата складання та подання документа;

5) прізвище, ім'я, по батькові посадових осіб, які здійснюють подальший контроль за заповненням та поданням документа;

б) термін зберігання документа.

Можна скласти графік документообігу у вигляді окремого документа, у вигляді наказу на підприємстві. Відобразити порядок руху документів теж можна по-різному шляхом як текстового опису, починаючи від відповідальних виконавців і закінчуючи термінами проходження документом окремих стадій, так і схематичного відображення.

Відповідальність за дотримання графіка документообігу, а також за своєчасне та доброякісне створення документів, своєчасну передачу їх для відображення в бухгалтерському обліку та звітності, за достовірність даних, що містяться в документах, несуть особи, які створили їх та підписали. Контроль над виконанням графіка документообігу здійснює, зазвичай, головний бухгалтер підприємства.

Слід зазначити, що схема документообігу розробляється кожним підприємством самостійно. Виходячи із завдань, поставлених перед складанням графіка документообігу, підприємства мають право затверджувати свої правила внутрішнього руху первинних документів. Важливо пам'ятати, що графік документообігу має відповідати не лише чинному законодавству, а й локальним документам підприємства, наприклад, розробленим посадовим інструкціям.

Список використаних джерел

1. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку: Наказ Міністерства фінансів України від 24.05.1995 р. № 88 (зі змінами та доповненнями). URL: <http://zakon.nau.ua/>

2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/>

3. Рагуліна І.І. Шляхи вдосконалення організації документообігу в бухгалтерському обліку. Актуальні проблеми розвитку обліку, аналізу та фінансів в агропромисловому виробництві: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 200-річчю ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 9-10 листопада 2016 р.) / Харк. нац. аграрн. ун-т. Харків. ХНАУ, 2016. С. 49–52.

Shaporeva Iryna

obtaining a bachelor's degree in higher education, majoring in "Accounting and Taxation"

Supervisor: Vira Shepeliuk,
Ph.D. (Economics), Associate Professor of Department of Accounting, Taxation, Public management and Administration
Kyryvyi Rih National University

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS AS THE BASIS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

In the current conditions of economic development in Ukraine, several social problems can be identified: the constantly growing level of unemployment, deteriorating working conditions, and unfair competition. Therefore, corporate social responsibility, implemented on a voluntary basis by both public and private economic entities, becomes increasingly relevant. The aim is to establish trusting relationships between the state, enterprises, and society.

The modern world is so interconnected that it is no longer possible to consider business separately from the rest of the community. Business has become an integrated element of the contemporary global environment, both in geographical terms and in the sense of the interdependence of all factors. The recognition of this fact characterizes the modern understanding of the concept of corporate social responsibility by businesses.

Corporate Social Responsibility (CSR) is an approach to conducting business that involves initiatives and decisions aimed at improving the environment, the lives of others, and society as a whole.

Business social responsibility is also its active stance and acknowledgment of concerns regarding socially important issues such as ecology, the level of well-being, city infrastructure, and so on.

In Ukraine, this issue became particularly acute after the onset of full-scale war, when citizens actively expressed their position, boycotting the products of the aggressor country and contributing to the struggle, expecting the same from others, including businesses. The year 2022 demonstrated which producers stood in support of the country and the economy, and which continued to collaborate with the enemy and refrained from making loud statements. This moment was pivotal in the development of CSR in Ukraine, as it highlighted the significance of not only products or services but also social-ethical norms and contributing to the public good.

The primary goal of business social responsibility is to contribute to the sustainable development of Ukraine, taking into account the expectations of stakeholders, engaging in integrated corporate activities, and operating based on current legislation and international norms.

At the present stage, managing a company in the field of social responsibility is closely linked to the formulation of a long-term development strategy for the enterprise.

This strategy defines the company's values, priorities, and goals over different developmental periods. Improving management helps enhance access to capital, increase income, and ensure the growth of company productivity. Furthermore, investments in environmentally-friendly technologies contribute to future revenue growth.

Ensuring the quality of products and services, considering the needs and rights of consumers.

Ensuring labor rights, creating conditions for collective representation of interests, and engaging in collective negotiations.

Socializing business through respecting human rights in the workplace, providing education, developing personnel and career growth, increasing wages, paying bonuses and compensations, implementing principles of fair business conduct, socially and environmentally balanced trade, transparency in activities and reporting to shareholders, respecting shareholder rights, ensuring dividends, risk and change management, social investments, socially responsible marketing, and other measures.

These actions aim to socialize business and consider its impact on various facets of society, emphasizing the importance of sustainable development and adherence to ethical principles in business operations.

Companies that adhere to corporate social responsibility typically launch initiatives in various directions, and one common area is:

1.Environmental Responsibility.

Environmental stewardship is one of the most widespread forms of CSR. Organizations can minimize environmental pollution, use resources efficiently, offset negative impacts on nature through tree planting initiatives, or invest in thematic research.

2.Ethical Responsibility.

Organizations that adhere to principles of ethical responsibility practice fair treatment of all stakeholders, including executives, investors, employees, suppliers, and customers. This can be achieved through various mechanisms, such as paying wages higher than market rates or ensuring that products are not produced through slavery or child labor.

3.Philanthropic Responsibility.

Philanthropy involves providing selfless assistance to those in need. Companies can engage in charitable activities, donate money, or launch volunteer initiatives among employees to support various social projects. For example, this could involve aiding individuals affected by natural disasters or conflicts.

4.Economic Responsibility.

This is a practice where a company aligns all its financial decisions with a commitment to contribute to the development of society in all the areas mentioned above. The ultimate goal is not only to increase shareholder profits but also to ensure that all business operations have a positive impact on the environment, society, and people.

The CSR programs of enterprises can be conventionally classified into the following types:

- In-house enterprise programs;
- Partnership programs with local and regional government authorities;
- Cooperation programs with civic and professional associations;
- Information cooperation programs with mass media.

As demonstrated by the analysis of socially responsible companies in Ukraine, the most pronounced directions of their social activity include: support for socially vulnerable population segments, development of social infrastructure, advancement of education, sponsorship assistance, youth programs, and provision of medical and recreational services to their employees.

Business plays a crucial role in the development of the country, and today Ukraine needs, more than ever, businesses that actively participate in shaping and implementing values. A business where corporate social responsibility is an integral part of the business strategy.

Social responsibility is actively and successfully implemented worldwide. Companies not only address societal issues by investing in education, healthcare, science, and industry, supporting socially vulnerable individuals, and caring for environmental initiatives, but they also derive specific benefits from these activities. In Western countries, social responsibility functions as a stable social institution, rational and efficient, distinguishing itself from traditional charity.

Таранець Є. О.

*здобувач вищої освіти ступеня
бакалавра*

ОПП “Менеджмент”

Спеціальності “Менеджмент”

***Науковий керівник: доктор
філософії, Бурковська А. І.***

*Миколаївський національний
аграрний університет*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ ЧЕРЕЗ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ЗАЙНЯТОСТІ НА МАКРОРІВНІ

Продовольча безпека – це один із фундаментальних показників соціально-економічного розвитку країни. Управління процесами зайнятості на макрорівні відіграє ключову роль у забезпеченні сталого росту аграрного сектора та гарантує населенню доступ до достатньої кількості якісних продуктів харчування. Продовольча безпека визначається як доступ населення до достатньої кількості безпечних продуктів харчування, що відповідає їх дієтичним потребам [1]. Україна має забезпечувати продовольчу безпеку своїм громадянам, однак це завдання вимагає комплексного підходу та дієвого управління, зокрема на макрорівні.

Управління процесами зайнятості має безпосередній вплив на продуктивність аграрного сектору. Зайнятість в аграрній сфері не лише забезпечує життєвий рівень місцевого населення, але й впливає на здатність країни ефективно відповідати на зовнішні та внутрішні виклики, пов'язані з продовольчою безпекою. Правильне управління зайнятістю може сприяти

стабільності цін, забезпеченню стабільного попиту на продукцію та зниженню ризиків продовольчих криз [2].

Однією з ключових стратегій управління на макрорівні є формування сприятливого інвестиційного клімату для аграрного сектору. Це передбачає створення правової бази, яка б сприяла інноваційному розвитку, впровадженню новітніх технологій та підвищенню конкурентоспроможності виробників. Також необхідно активізувати діяльність державних інституцій у сфері аграрного розвитку, забезпечуючи координацію різних галузей виробництва, відповідну підтримку малого та середнього бізнесу та формування стратегічних резервів продовольчих ресурсів [3]. Зайнятість в аграрному секторі є основним джерелом доходів для значної частини населення. Ефективне управління процесами зайнятості в цій сфері сприяє підвищенню виробництва, інноваційному розвитку та покращенню якості продукції. Правильна політика зайнятості може забезпечити стабільність цін, стимулювати інвестиції в аграрний сектор та підтримувати соціальну спрямованість.

Необхідно розглядати продовольчу безпеку в контексті глобальних та регіональних викликів, таких як зміна клімату, економічна нестабільність та політичні кризи. Україна повинна посилювати свою роль у міжнародних організаціях, співпрацювати з партнерами та розвивати національні стратегії для забезпечення сталої продовольчої безпеки [4].

Управління процесами зайнятості на макрорівні має величезний потенціал впливу на забезпечення продовольчої безпеки України. Зайнятість є одним з основних факторів, що впливають на стабільність аграрного сектору. Коли сільськогосподарські підприємства мають достатньо робочої сили, вони можуть ефективно виробляти продукцію, необхідну для внутрішнього споживання та експорту [5].

Підтримка та розвиток зайнятості в аграрному секторі може сприяти інноваційному розвитку галузі. Інвестиції в дослідження та розвиток, навчання та підвищення кваліфікації працівників можуть сприяти впровадженню новітніх технологій та методів виробництва, що підвищують продуктивність та якість продукції [1]. Зайнятість в аграрному секторі безпосередньо впливає на доходи місцевого населення. Високі доходи сприяють збільшенню попиту на продукти харчування, що, в свою чергу, може стимулювати розвиток внутрішнього ринку та забезпечувати стабільний попит на аграрну продукцію.

Ефективне управління зайнятістю на макрорівні дозволяє підтримувати високий рівень виробництва основних продуктів харчування, таких як зернові, овочі, фрукти, м'ясо тощо. Це важливо для забезпечення населення якісною та доступною їжею, а також для забезпечення національної безпеки в контексті глобальних та регіональних викликів [4].

Отже, забезпечення продовольчої безпеки в Україні є невід'ємною частиною соціально-економічного розвитку країни. Ефективне управління процесами зайнятості на макрорівні є ключовим фактором для досягнення цієї мети. Необхідно розробляти та впроваджувати стратегії, що сприяють сталому росту аграрного сектору, підвищенню життєвого рівня населення та забезпеченню продовольчої безпеки на довгострокову перспективу.

Забезпечення продовольчої безпеки в Україні є складним, але водночас ключовим завданням, яке вимагає системного підходу та активного управління на макрорівні. Інтегрований підхід до управління зайнятністю, спрямований на підтримку аграрного сектору, може стати основою для досягнення сталої продовольчої безпеки та економічного зростання країни.

Список використаних джерел

1. Бурковська А.І. Організаційно-економічні засади інвестиційного забезпечення продовольчої безпеки України: дисертація. МНАУ. 2022 р. 299 с. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11706/3/BURKOVSKA%20PhD%20DISSE RTATION 1.pdf>
2. Burkovska A., Romanchuk M. The ensuring of the competitiveness of the enterprises through the strategic human resource management. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2016. 2(4), 43-51. <https://doi.org/10.51599/are.2016.02.04.04>
3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. *Agricultural and Resource Economics*. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.
4. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Socio-Psychological Determinants of Food Security in Ukraine: Causal Aspect. *Economic Studies*. 2022. Vol. 31. No 5. P. 145-162.
5. Бурковська А.І., Гончаренко М.О., Різун В.Р. Управління кадровою політикою сільськогосподарських підприємств в контексті мотивації праці. *Modern Economics*. 2023. № 41(2023). С. 19-23. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-03](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-03).

Тибирица Ю.Б.

*здобувач вищої освіти ступеня
магістра*

*ОПП “Облік і оподаткування
спеціальності “Облік і
оподаткування*

Науковий керівник: д.е.н., проф.

Кулик В.А.

*Національний університет
«Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»*

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ВИТРАТ

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для ведення бухгалтерського обліку, складання та подання фінансової звітності. У міжнародній практиці використовують термін «облікові політики», що означає конкретні принципи, основи, домовленості, правила та практика, застосовані суб’єктом господарювання при складанні та поданні фінансової звітності [2]. Порівнявши вітчизняне та зарубіжне законодавство слід відмітити, що у нас облікова

політика розглядається в загальному до усіх об'єктів обліку. У той час як у міжнародній практиці, облікова політика стосується конкретного об'єкта обліку, а їх сукупність окреслює облікові політики підприємства.

Призначення облікової політики – встановити найвигідніші для конкретного підприємства методи обліку та на їх підставі скласти фінансову звітність, що відповідає встановленим якісним характеристикам. Отже, формуючи облікову політику, підприємство має обирати принципи, методи і процедури обліку так, щоб достовірно відобразити фінансовий стан і результати своєї діяльності та забезпечити зіставність фінансових звітів [1; 3].

Витрати є важливим об'єктом обліку, який прямо впливає на величину фінансового результату підприємства – прибутку або збитку. Найпоширенішим визначенням витрат з точки зору економіки є наступне. Витрати – це грошове вираження ресурсів, застосованих за певної мети. Це визначення акцентує увагу на грошове вираження застосованих ресурсів, бо саме для досягання цілей в обліку та управлінні застосовують, найчастіше, грошові показники. Це визначення базується на застосуванні такої категорії як ресурси, яка за своєю природою є дуже обширною. Далеко не усі ресурси, які застосовуються організацією вважаються витратами, тому що вони можуть бути недоцільно оцінені та нести досить обумовлений характер.

Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» визначає, що витрати – це зменшення економічних вигід у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками).

Для формування методичних аспектів облікової політики щодо витрат у розпорядчому документі про облікову політику підприємства необхідно передбачити: 1) порядок обліку та розподілу транспортно-заготівельних витрат; 2) обрані методи калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг); 3) перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг); 4) перелік і склад постійних і змінних загальновиробничих витрат; 5) бази розподілу змінних та розподілених постійних загальновиробничих витрат. Для того, щоб дізнатися альтернативні варіанти обліку елементів облікової політики щодо витрат необхідно детально вивчити зміст Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Запаси» та Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати».

Також слід враховувати, що обрані елементи облікової політики впливають на розмір фінансового результату до оподаткування. Облікова політика підприємства для цілей оподаткування повинна вирішувати такі основні завдання: організаційно-технічні: організація ведення податкового обліку, розробка системи податкових реєстрів, розробка системи документообігу для формування показників податкових реєстрів тощо; вибір найбільш прийнятних для підприємства способів обліку, відносно яких існують альтернативи, передбачені податковим законодавством; висвітлення окремих питань щодо справляння податкових платежів, за якими існують протиріччя в нормативних актах або які взагалі не регламентовані законодавством.

Для правильного складання облікової політики для цілей оподаткування платник податків повинен дотримуватись наступних правил: 1) підприємством здійснюється вибір одного з декількох способів, які регулюють порядок визначення податкової бази і обчислення податкових платежів з числа тих, які передбачені чинним податковим законодавством; 2) обрані способи обліку встановлюються для підприємства в цілому, у тому числі вони єдині для всіх його структурних підрозділів (включаючи й ті, що мають окремий баланс), незалежно від їх місця розташування; 3) дані способи обліку встановлюються на тривалий час – як правило, на звітний рік; 4) обрані варіанти податкового обліку повинні бути закріплені відповідним організаційно-розпорядчим документом.

Список використаних джерел

1. Кулик В. А. Багатоваріантність обліку для підприємств електронного бізнесу України. Перспективи розвитку обліку, аналізу та аудиту в контексті євроінтеграції : матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції. Одеса : ОНЕУ, 2021. С. 43-45.
2. Левченко З.М., Кулик В.А. Облікова політика підприємства : навч. посіб. 2019. 312 с.
3. Соколенко Т., Кулик В. Облікова політика бюджетної установи щодо основних засобів. Трансформація національної моделі фінансово-кредитних відносин: виклики глобалізації та регіональні аспекти: збірник матеріалів VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Ужгород, 1 грудня 2023 р.). – Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2023. С. 164-165.

Тимченко А. А.

здобувач вищої освіти ступеня

магістра

ОПП “Менеджмент”

Спеціальності “Менеджмент”

Науковий керівник: доктор

філософії, Бурковська А. І.

Миколаївський національний

аграрний університет

ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

У сучасному світі ефективність бізнес-процесів та продовольча безпека є критичними компонентами стабільності економіки країни. Україна, як аграрна держава, має великий потенціал для забезпечення продовольчої безпеки не лише для себе, а й для зовнішніх ринків.

Бізнес-процеси в агросфері – це систематизовані послідовності дій та операцій, спрямованих на досягнення конкретних цілей в сфері сільськогосподарської діяльності та агробізнесу [1]. Ці процеси відображають, як взаємодіють різні компоненти агросфери для ефективного виробництва, обробки, зберігання та реалізації сільськогосподарської продукції. Бізнес-

процеси можуть бути різноманітними, залежно від специфіки діяльності та потреб галузі.

Так, бізнес-процеси в агросфері, включають операції, пов'язані з вирощуванням сільськогосподарських культур, включаючи обробку ґрунту, посів, догляд за рослинами, збір урожаю, а також процеси, пов'язані з використанням агротехніки, механізації та автоматизації в агросфері, що допомагають підвищити продуктивність та якість продукції. Крім того, особливої актуальності набувають операції, спрямовані на організацію транспортування, зберігання та доставки сільськогосподарської продукції до споживачів [2].

Для забезпечення продовольчої безпеки необхідні ряд специфічних бізнес-процесів, які охоплюють весь продовольчий ланцюг від виробництва до споживання, включаючи впровадження найкращих сільськогосподарських практик для забезпечення безпечного вирощування продуктів; моніторинг якості ґрунту, води та повітря на місцях вирощування; контроль якості під час переробки продуктів на підприємствах; дотримання санітарно-гігієнічних норм та стандартів під час обробки та зберігання продукції; забезпечення правильного зберігання та транспортування продуктів для запобігання їхньому забрудненню або псуванню; відстеження постачання продуктів від виробника до споживача з метою швидкого реагування на можливі проблеми тощо [3].

Ефективні бізнес-процеси дозволяють підприємствам виробляти продукцію за менші витрати, знижуючи виробничі витрати та підвищуючи продуктивність. Швидкість реагування на зміни попиту або нові тренди може бути критичною для успіху на міжнародних ринках. Ефективні процеси контролю якості та стандартів допомагають підтримувати високу репутацію на ринках та впевненість споживачів у продукції. Ефективні бізнес-процеси дозволяють компаніям швидше та ефективніше адаптуватися до різних регуляторних стандартів та вимог різних країн. Оптимізовані логістичні процеси дозволяють ефективно забезпечувати постачання продукції, знижуючи час та витрати на доставку. Інтеграція інноваційних технологій та досліджень у бізнес-процеси може допомогти підприємствам стати лідерами у своїх галузях на міжнародному рівні [4]. Ефективне управління ризиками та стратегічне планування дозволяють компаніям адаптуватися до змін у глобальному середовищі та забезпечувати стабільність своєї діяльності.

Ефективні бізнес-процеси дозволяють забезпечувати стабільне виробництво сільськогосподарської продукції, зменшуючи ризики від погодних умов, шкідників або інших негативних факторів. Процеси якісного сортування, переробки та зберігання продукції забезпечують, що продукти відповідають стандартам безпеки та не містять шкідливих речовин. Впровадження сучасних агротехнологій допомагає підвищити врожайність, знизити витрати та покращити якість продукції, що сприяє забезпеченню продовольчої безпеки. Ефективні логістичні процеси дозволяють швидко та безпечно доставляти сільськогосподарську продукцію з полів до споживача, забезпечуючи неперервність постачання. Оптимізовані бізнес-процеси дозволяють забезпечувати доступні ціни на продукти для населення, підтримуючи їхню

доступність та відповідність вимогам харчування [5]. Рациональне використання природних ресурсів, таких як вода та ґрунт, забезпечує довгострокову стійкість сільськогосподарського виробництва та зменшує негативний вплив на довкілля.

Чітко визначені бізнес-процеси сприяють оптимізації виробництва, забезпечуючи ефективне використання ресурсів, мінімізацію втрат та підвищення продуктивності. Процеси стандартизації дозволяють встановлювати якісні та безпечні стандарти для продуктів харчування. Контроль якості на різних етапах виробництва, переробки та постачання забезпечує відповідність цим стандартам [1]. Бізнес-процеси дозволяють забезпечити відстежуваність продукції від постачальника до споживача, що важливо для швидкого виявлення та вирішення проблем, які можуть вплинути на безпеку продуктів.

Ефективні бізнес-процеси включають у себе аналіз та управління ризиками, пов'язаними з можливими загрозами продовольчої безпеки, такими як забруднення, псування або невідповідність стандартам. Бізнес-процеси дозволяють організаціям ефективно реагувати на зміни в економічних, соціальних та екологічних умовах, що може впливати на продовольчу безпеку. Через взаємодію між різними стейкхолдерами в продовольчому ланцюгу, такими як виробники, постачальники, дистриб'ютори та регуляторні органи, бізнес-процеси сприяють підвищенню рівня довіри та співпраці у сфері продовольчої безпеки [3]. Сталі вдосконалення та інновації в бізнес-процесах допомагають впроваджувати нові технології, методи вирощування та переробки, що підвищують безпеку та якість продуктів.

Бізнес-процеси в агросфері в умовах євроінтеграції стають ключовим інструментом для забезпечення високого рівня продовольчої безпеки, відповідності міжнародним стандартам та підвищення конкурентоспроможності українських товарів на європейських ринках.

В умовах євроінтеграції бізнес-процеси в агросфері та продовольчій промисловості набувають особливої вагомості та актуальності. Євроінтеграція передбачає адаптацію національного законодавства, стандартів та підходів до європейських норм і стандартів. Бізнес-процеси допомагають організаціям адаптувати свої виробничі процеси до європейських стандартів та вимог, що сприяє вдосконаленню якості та безпеки продукції. Впровадження систем сертифікації та регулярних аудитів дозволяє перевіряти відповідність продукції європейським стандартам безпеки та якості. Взаємодія з європейськими партнерами, обмін досвідом та найкращими практиками сприяє підвищенню рівня продовольчої безпеки в Україні. Євроінтеграція стимулює впровадження новітніх технологій та інновацій в агросфері, що сприяє покращенню якості та безпеки продукції [1]. Впровадження систем управління ризиками допомагає ідентифікувати потенційні загрози для продовольчої безпеки та розробляти ефективні стратегії їх запобігання.

Бізнес-процеси в агросфері регулюються законодавством країни, яке встановлює правила та норми, які повинні дотримуватися суб'єктами агросектору. Закони встановлюють стандарти якості, безпеки та етикетування сільськогосподарської продукції. Законодавство регулює правила

транспортування, зберігання та доставки сільськогосподарської продукції, включаючи вимоги до інфраструктури та логістичних послуг тощо [4].

Отже, ефективність бізнес-процесів в Україні великою мірою впливає на забезпечення продовольчої безпеки країни. Завдяки правильним стратегіям та інвестиціям можна досягти значущих покращень у цій сфері, забезпечуючи стабільність та розвиток українського аграрного сектору.

Список використаних джерел

1. Бурковська А.І. Організаційно-економічні засади інвестиційного забезпечення продовольчої безпеки України: дисертація. МНАУ. 2022 р. 299 с. URL: https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11706/3/BURKOVSKA%20PhD%20DISSERTATION_1.pdf
2. Poltorak A., Burkovska A., Khrystenko O, Sukhorukova A. Dovgal I. Monitoring of relationships between indicators of food security of the states. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2023. 1269(1), 012001. DOI:10.1088/1755-1315/1269/1/012001
3. Shebanina O., Burkovska A., Petrenko V., Burkovska A. Economic planning at agricultural enterprises: Ukrainian experience of increasing the availability of data in the context of food security. Agricultural and Resource Economics. 2023. Vol.9. No.4. Pp.168–191. <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.08>.
4. Shebanina O., Burkovska A., Poltorak A., Burkovska A., Petrenko V. Management of the Informational Potential of Eco-Hotels in the Conditions of Sustainable Development of Hospitality and Tourist Destinations Based on Agricultural Enterprises in Ukraine. Modern Economics. 2023. 41(2023), 147-155. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-21](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-21).
5. Бурковська А.І., Гончаренко М.О., Різун В.Р. Управління кадровою політикою сільськогосподарських підприємств в контексті мотивації праці. Modern Economics. 2023. № 41(2023). С. 19-23. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-03](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-03).

Шевченко Н. М.

здобувач вищої освіти ступеня

бакалавра

ОПП “Менеджмент”

Спеціальності “Менеджмент”

Науковий керівник: доктор

філософії, Бурковська А. І.

Миколаївський національний

аграрний університет

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ВИКОРИСТАННЯМ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Уміле управління використанням виробничих ресурсів на сільськогосподарських підприємствах в умовах євроінтеграції ґрунтується на комплексному підході, враховуючи сучасні виклики та потреби галузі. Підприємства акцентують на стратегічному плануванні, спрямованому на довгострокові перспективи, з врахуванням міжнародних стандартів. Суттєвий

акцент робиться на використанні передових технологій та їхній постійній модернізації для забезпечення конкурентоспроможності на світовому ринку.

Екологічна відповідальність стає невід'ємною частиною стратегій управління, враховуючи потребу у сталому розвитку та збалансованому використанні ресурсів [1]. Керівництво підприємств активно взаємодіє з міжнародними організаціями, адаптуючи виробництво до високих стандартів якості та безпеки. Управління ризиками стає важливою частиною стратегій у зовнішньоекономічних умовах, вимагаючи аналізу потенційних небезпек та впровадження ефективних заходів з їхнього управління. Важливою є інтеграція ресурсів у виробничі процеси, забезпечуючи їхню синергію та ефективність.

Вдосконалення кадрового потенціалу визнається як ключовий аспект, оскільки висококваліфікований персонал виступає драйвером інновацій та впровадження нових ідей. Підприємства вирішують виклики євроінтеграції через постійне вдосконалення своїх підходів та забезпечення відповідності найвищим стандартам та вимогам міжнародного ринку [2]. Успішне управління вимагає врахування стратегічних аспектів розвитку. Підприємства повинні бути готові до впровадження передових технологій для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності. Окрім цього, ефективне використання виробничих ресурсів вимагає уваги до екологічних аспектів, таких як раціональне використання земель та водних ресурсів [3].

Управління ризиками стає значущим елементом в умовах нестабільного зовнішнього середовища [4]. Застосування стратегій для попередження та зменшення ризиків дозволяє підприємствам уникати негативних наслідків та забезпечувати стійкість виробничих процесів. Важливою частиною управління стає взаємодія з міжнародними стандартами. Підприємства повинні відповідати високим вимогам якості та безпеки, щоб забезпечити доступ на міжнародні ринки та підтримувати конкурентоспроможність. Крім того, розвиток кадрового потенціалу та стимулювання працівників визнаються як важливі аспекти в умовах євроінтеграції. Висока кваліфікація працівників та їхній активний внесок у впровадження новацій стають ключовими факторами для досягнення успіху в галузі сільськогосподарського виробництва.

Умови євроінтеграції визначають необхідність розробки та впровадження стратегій управління використанням виробничих ресурсів на сільськогосподарських підприємствах [5]. Зокрема, важливою є стратегія стратегічного планування, спрямована на визначення довгострокових цілей та шляхів досягнення сталості виробництва. Це передбачає аналіз ефективності та ризиків у контексті європейських та світових трендів. Стратегія використання передових технологій визначає необхідність постійного вдосконалення технічної бази підприємства для відповіді вимогам європейських стандартів. Однією з ключових стратегій є врахування екологічних аспектів у виробництві [3]. Сільськогосподарські підприємства здійснюють перехід до сталого розвитку, раціонального використання ресурсів та зменшення впливу на навколишнє середовище.

Таким чином, принципи управління використанням виробничих ресурсів на сільськогосподарських підприємствах в умовах євроінтеграції визначають

новий рівень вимог та підходів. Управління стає більш стратегічним та орієнтованим на міжнародні стандарти, що вимагає від підприємств не тільки відповідності вимогам, але й активної участі у формуванні та розвитку галузі. Сучасне управління розглядається як комплексний підхід, що включає в себе стратегічне планування, використання передових технологій, адаптацію до екологічних стандартів, управління ризиками та постійне вдосконалення. Підприємства акцентують увагу на важливості екологічної відповідальності та сталого розвитку, впроваджуючи інноваційні підходи у виробництво. Людський фактор визнається як ключовий елемент успішного управління, і розвиток кадрового потенціалу стає необхідністю для впровадження нових технологій та стратегій. Євроінтеграція вимагає від підприємств не лише виконання стандартів, але й активної участі в глобальних та європейських ініціативах для забезпечення стабільності та конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Список використаних джерел

1. Lunkina T., Burkovska A., Burkovska A. Features of forming socio responsible behavior in the consumer of organic production of the agricultural sector in Ukraine. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2020. №1(105). P. 11-18. DOI: 10.31521/2313-092X/2020-1(105)-2
2. Lunkina T., Burkovska A., Burkovska A., Gannichenko T. Corporate social responsibility in banking institutions: foreign experience. Modern Economics. 2022. №31. P. 77-81. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V31\(2022\)-11](https://doi.org/10.31521/modecon.V31(2022)-11)
3. Shebanina O., Burkovska A., Lunkina T., Burkovska, A. The aspects of food security formation in the context of epidemiological restrictions in the USA. Ukrainian Black Sea Region Agrarian Science. 2022. 26(1), 19-29. DOI: [https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26\(1\)-2](https://doi.org/10.56407/2313-092X/2022-26(1)-2)
4. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Ensuring food security in the context of the sustainable development of agriculture. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2021. №3(44). P.337-345. DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2021.%2030>
5. Burkovska A., Shebanina O., Lunkina T., Burkovska A. Socio-Psychological Determinants of Food Security in Ukraine: Causal Aspect. Economic Studies. 2022. Vol. 31. No 5. P. 145-162.

Штакін О.В.

здобувач вищої освіти ступеня
магістра

ОПП “Облік і оподаткування”
спеціальності “Облік і
оподаткування”

**Науковий керівник: д.е.н., проф.
Назаренко О.В.**

Сумський національний аграрний
університет

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ НЕОБОРОТНИХ МАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ, ПРИ ЗАРАХУВАННІ НА БАЛАНС ОКРЕМОГО БІЗНЕС СУБ’ЄКТА

У сучасних умовах господарювання відображення надходження на підприємство необоротних матеріальних активів в обліку залишається важливим, та досить складним завданням для обліково-фінансової служби. Процедура представлення та формування первісної вартості даної групи активів безпосередньо залежить від умов їх надходження до господарюючого суб’єкта. Різноманітні шляхи надходження необоротних матеріальних активів визначають порядок застосування різних видів вартості при їх оцінці в умовах окремого підприємства (рисунок 1).

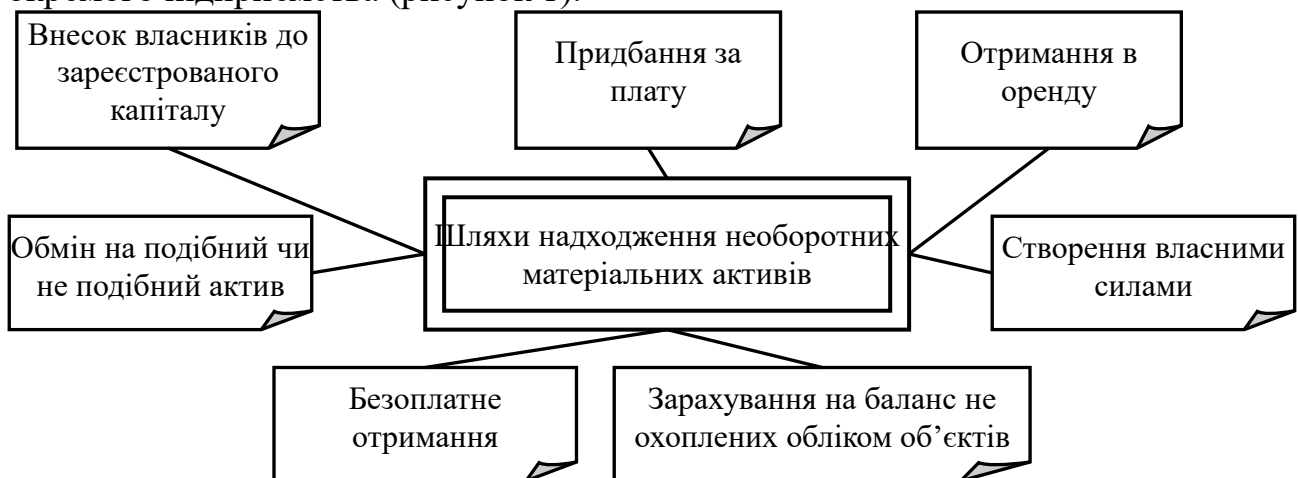


Рисунок 1 - Шляхи надходження необоротних матеріальних активів на окремо визначене підприємство

Джерело: узагальнено автором

Відповідно, необоротні матеріальні активи можуть надходити у розпорядження бізнес суб’єкта різними шляхами: можуть бути створені власними силами або внаслідок отримання від інших юридичних або фізичних осіб. При надходженні, необоротні матеріальні активи зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю. Застосування різних видів вартості при оцінці необоротних матеріальних активів, що надходять до підприємства зумовлено можливими різноманітними шляхами надходження даної компоненти активів. В ході проведеного дослідження, було виявлено, що

більшість необоротних матеріальних активів надходять до суб'єктів господарювання шляхом реалізації капітальних інвестицій.

Діюча міжнародна концептуальна основа (в т.ч. Міжнародні стандарти фінансової звітності) не забороняє використання для визначення справедливої вартості необоротних матеріальних активів інформації, представленої третіми сторонами: брокерами, сервісами ціноутворення тощо, якщо вони працюють у відповідному правовому полі [2].

Особливості оцінки необоротних матеріальних активів, при зарахуванні на баланс, в окремих країнах Європи представлено на рисунку 2.



Рисунок 1.1 – Особливості оцінки необоротних матеріальних активів, при зарахуванні на баланс, в окремих країнах Європи

Джерело: узагальнено автором на підставі [1]

Як висновок, можемо зазначити, що формування первісної вартості необоротних матеріальних активів у різних країнах суттєво не відрізняється.

Список використаних джерел

1. Кафка С. М., Степанюк О. С. Методичні підходи до обліку операцій з надходження необоротних активів. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*.

Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2014. № 797. С. 225-234.

2. Назаренко О.В. Формування справедливої вартості нефінансових активів підприємства в умовах невизначеності. *Основні напрями удосконалення бухгалтерського обліку, аудиту та оподаткування в умовах євроінтеграції*: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції / Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. Петра Василенка, 12 травня 2021 року; редкол.: Т.Г. Маренич [та ін.]. Харків: Стильна типографія, 2021. С. 85-88

YIHAO FENG

graduate of higher education master's degree

E.P.P. 073 «Management of organization and administration» specialty «Administrative Management»

Scientific supervisor: Nataliya

Stoyanets

Doctor of Economics, Professor

Sumy National Agrarian University

MANAGEMENT OF THE EFFICIENCY OF THE ORGANIZATION'S EMPLOYEES

How to effectively improve the efficiency of an organization's workforce is a topic that every organization is constantly researching, and improving the efficiency of an organization's employees is an important management goal. In today's competitive business environment, effectively improving employee effectiveness is critical to the success of an organization. By setting clear goals and expectations, providing the necessary training and development opportunities, and establishing an atmosphere of good communication and teamwork, employees' potential can be stimulated and the performance of the entire team can be enhanced. In this study, I will analyze the existing strategies to enhance employee effectiveness and critically examine how to improve employee effectiveness in organizations.

Currently available methods to improve the efficiency of corporate employees are broadly categorized as follows: improve the assessment; use of psychological guidance; increase economic incentives.

Improving employee assessment is often used as a way to improve the efficiency of running a business, but at the same time the initiative can also improve the efficiency of the employee's work. The process of improving employee assessment allows you to identify the strengths and weaknesses of your employees, create personal development plans, and make timely adjustments to personnel decisions [4]. This initiative allows each employee to work in his or her area of strengths, thus increasing the effectiveness of the organization's workforce.

The development of positive psychology also enhances the efficiency of the employees in the organization to some extent. Unlike traditional psychology, psychology focuses on the positive traits of individual employees rather than treating the negative psychology of individuals. In a study by Ayundasari the authors showed that organizations should develop strategies to identify positive traits in employees and develop policies accordingly, these traits are integral to employee well-being and if nurtured by the organization will ultimately lead to a more willing employee and improve their performance, which can also enhance the efficiency of the corporate workforce[1 p.588].

Financial incentives tend to enhance the productivity of an organization's employees in many ways. Financial incentives, such as bonuses, commissions, or other forms of additional compensation, can serve as an incentive for employees to work harder, and such incentives may result in employees being more focused on their tasks and more productive. Financial incentives may increase employees' job satisfaction, especially if they feel fair and incentivized to match their efforts. Higher job satisfaction is usually associated with higher productivity and performance. At the same time, financial incentives may trigger internal competition and stimulate employees' desire to strive for rewards and recognition, and this competitive atmosphere can sometimes lead to more active participation in the workplace, which in turn improves overall efficiency. Financial incentives may also be viewed as a career development opportunity, especially when employees believe that their efforts will have a direct impact on their personal career advancement and development. This may motivate employees to become more engaged in their work and increase their efficiency.

However, all three methods are linked rather than used separately, and there are many limitations to their use in practice. Improved employee assessment requires a period of time to determine the characteristics of the employee, which is costly for many organizations, and requires regular feedback and communication between the leader and the employee, which leaders often do not have the time to do. At the same time, managers' values can also have a significant impact on the effectiveness of employee assessments [3]. Therefore, there are major limitations to improving employee assessment in practical application.

Positive psychology also has some limitations. According to Donaldson's study, positive psychology is able to show a positive impact in the short term, but the positive impact of the intervention diminishes over time, meaning that a more enduring and sustainable approach is needed to maintain its effects [2]. Also intervention effects vary from person to person, different individuals may respond differently to positive psychology interventions, this variability may stem from factors such as personal traits, background and occupational environment, therefore more individualized and differentiated intervention approaches are needed, which means that companies need to increase costs to carry out the enhancement of the efficiency of the company's employees.

The biggest limitation of economic incentives is their cost, as they will inevitably increase the cost of the business, and it is worth considering whether it is worthwhile for the business to undertake this approach when compared to the

benefits of the increased efficiency of its employees. Economic incentives also have the disadvantage of, for example, having a short-term effect, as they usually motivate and energize employees in the short term, but the long-term effect may be limited. Employees may gradually lose motivation after the stimulus ends, especially if other aspects of the work environment and management are not synchronized to support it. Also, and most importantly, financial incentives may trigger competition and a sense of unfairness. If the financial incentives are primarily based on performance appraisals or a competitive reward system, they may lead to intensified competition among employees, while triggering resentment and a sense of unfairness. This may have a negative impact on teamwork and the overall work atmosphere, which may ultimately reduce corporate teamwork leading to a reduction in the collective efficiency of the organization.

To summarize, in order to improve the efficiency of the enterprise, these methods are not isolated in the practical application, but are interconnected. Considering them comprehensively and choosing the appropriate strategy according to the characteristics of the enterprise may be an effective way to improve the efficiency of employees. However, each method has its limitations, and enterprises need to be flexible in practice and adjust their strategies to different situations at any time. Regarding the selection and implementation of these methods, enterprises need to consider factors such as time, cost, and individual employee differences to develop a comprehensive and effective program that meets their own circumstances.

References

1. Ayundasari, D. Y., Sudiro, A., & Irawanto, D. W. (2017). IMPROVING EMPLOYEE PERFORMANCE THROUGH WORK MOTIVATION AND SELF-EFFICACY MEDIATED BY JOB SATISFACTION. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 15(4), 587–599. <https://doi.org/10.21776/ub.jam2017.015.04.05>
2. Donaldson, S. I., Lee, J. Y., & Donaldson, S. I. (2019). Evaluating Positive Psychology Interventions at Work: a Systematic Review and Meta-Analysis. *International Journal of Applied Positive Psychology*, 4(3), 113–134. <https://doi.org/10.1007/s41042-019-00021-8>
3. Neher, A., & Maley, J. (2020). Improving the effectiveness of the employee performance management process: A managerial values approach. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(6), 1129-1152.
4. Smyrnova, I. I., & Osadchy, D. A. (2023). Improving employees assessment as a tool of business efficiency management. *MININGMETALTECH 2023 – the MINING and METALS SECTOR: INTEGRATION of BUSINESS, TECHNOLOGY and EDUCATION*. Volume 2. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-361-3-183>

Яковлєв М.В.

здобувач передвищої освіти ступеня фахового молодшого бакалавра ОПП «Облік і оподаткування» спеціальності «Облік і оподаткування»

Науковий керівник: к.е.н., доц., викладач вищої категорії

Рагуліна І.І.

ВСП «Вовчанський фаховий коледж ДБТУ»

БУХГАЛТЕРСЬКА ЕКСПЕРТИЗА ЯК ДІЄВА ФОРМА КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Бухгалтерська експертиза є найбільш дієвою формою контролю фінансово-господарської діяльності підприємства, дозволяє як найбільш точно і правильно виявити, а й запобігти несприятливій події.

Бухгалтерську експертизу необхідно призначати з метою виявлення порушень та недоліків у бухгалтерському обліку та звітності, а також системі внутрішнього контролю підприємства. Підставами призначення експертизи можуть бути розпорядження власників, акціонерів чи керівників підприємств.

Експертиза – це спосіб аналізу причинно-наслідкових зв'язків не тільки стосовно того, що вже відбулося, а й того, що очікується, має або може відбутися; це спосіб пізнання певної реальності, коли ця реальність не піддається прямому вимірюванню, обрахуванню й узагалі якому завгодно «об'єктивному дослідженню» [1].

У процесі проведення бухгалтерської експертизи на підприємствах вирішується низка завдань:

- перевірка та встановлення наявності чи відсутності нестач або надлишків товарно-матеріальних цінностей, коштів, періоду їх утворення, а також розміру завданих збитків;
- перевірка та визначення факту здійснення господарських операцій, які не отримали належного відображення у даних бухгалтерського обліку;
- виявлення фактів відхилень від вимог податкової, бюджетно-кошторисної чи касової дисципліни;
- визначення та аналіз недоліків у системі бухгалтерської обліку та звітності;
- визначення правильності методики проведення ревізії.

Методику дослідження бухгалтерських документів підприємства при здійсненні бухгалтерської експертизи можна планувати в п'ять етапів, кожен з яких обумовлений конкретним методом дослідження та видом перевірки.

І етап Формування первинної облікової документації. Вивчення окремого облікового документа. Види перевірок: формальна, арифметична, нормативна.

II етап Формування взаємозалежних документів. Дослідження різних екземплярів одного документа та зіставлення різних категорій документів (не тільки бухгалтерських). Види перевірок: зустрічна перевірка та взаємний контроль.

III етап Складання бухгалтерської кореспонденції. Дослідження виходячи з первинного облікового документа бухгалтерської проводки. Види перевірки: ухвалення документа до обліку.

IV етап Формування реєстрів бухгалтерського обліку. Дослідження правильності перенесення даних первинного документа в обліковий реєстр та обґрунтованість бухгалтерського запису. Вид перевірки: простеження.

V етап Рівність підсумкових оборотів з дебету та кредиту з усіх рахунках головної книги. Дослідження дотримання контрольної рівності. Вид перевірки: контрольні рівності.

Істотною перевагою дотримання запропонованої методики є те, що за результатами контрольних дій кожного етапу можна виявити конкретні порушення та запропонувати заходи щодо їх подальшого запобігання.

Таким чином, бухгалтерську експертизу можна визначити як дослідження документів, що відображають господарські та фінансові операції підприємства. Методика перевірки бухгалтерських документів при здійсненні бухгалтерської експертизи вирішить питання дотримання правил ведення бухгалтерського обліку, виявлення причин порушень, осіб, відповідальних за їх вчинення та документальне оформлення, а також формування пропозицій щодо усунення виявлених порушень, їх профілактики та попередження у майбутньому

Список використаних джерел

1. Литвин З.Б. Економічна експертиза як функція попередження економічних злочинів. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії.* 2017. № 6 (12). С. 118–123.

Наукове видання

МАЙБУТНЄ – АУДИТ

Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
(м. Кривий Ріг, 15 січня 2024 р.)

**Редколегія: М.І. Ступнік, В.С. Адамовська, М. Л. Крапивко,
Є.В. Міщук**

Комп'ютерне редагування: П.В. Поросла

Підписано до друку 07.02.2024
Формат 60×84/16. Обл.-вид. арк. 25,87.

Видавець Р. А. Козлов
вул. Рокоссовського, 5/3, м. Кривий Ріг, 50027
(0564) 92-20-77

Свідоцтво про реєстрацію суб'єкта видавничої діяльності ДК № 4514 від 01.04.2013