Міністерство освіти і науки України
Мукачівський державний університет
Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України
Державна вища техніко-економічна школа
ім. Броніслава Маркевича в Ярославі (Польща)
Вища школа економіки і менеджменту в публічному
адмініструванні у Братиславі (Словаччина)
ВПГО «Спілки аудиторів України»
Аудиторська компанія ТОВ «Варіанта»

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКОВО - АНАЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ»

МАТЕРІАЛИ ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ - КОНФЕРЕНЦІЇ

28 жовтня 2021 року

Мукачево
Ministry of Education and Science of Ukraine
Mukachevo State University
The Federation of Professional Book-keepers and Auditors of Ukraine
High state technical and economic school of Bronislav Markevych in Yaroslav (Poland)
High school economics and management in public management in Bratyslava (Slovakia)
Ukrainian professional public organization «Union of Auditors of Ukraine»
Public accountant company LTD «Variant»

"URGENT PROBLEMS OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL PROCESS IN THE MANAGEMENT OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY "

OF THE IX INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL INTERNET - CONFERENCE

October 28, 2021
Mukachevo

УДК 657:658
А43

Актуальні проблеми обліково – аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю: Матеріали IX Міжнародної науково-практичної інтернет - конференції, 28 жовтня 2021 р., м. Мукачево. – 229 с.

Збірник містить матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет - конференції «Актуальні проблеми обліково – аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю», в яких розглядаються методологічні, методичні та практичні засади обліку, аналізу та аудиту в контексті розвитку економічної науки та практики. Окреслено коло проблем і запропоновані пропозиції щодо покращення змісту і якості обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю будуть цікавими і корисними для науковців і практиків усіх галузей економіки.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Редакційна колегія не несе відповідальності за достовірність статистичної та іншої інформації, що надана в рукописах, та залишає за собою право не розділяти поглядів деяких авторів на ті чи інші питання, розглянуті на конференції.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет Науково-технічною радою Мукачівського державного університету (протокол №4 від 18 листопада 2021 р.)

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Інтернет Вченою радою Мукачівського державного університету (протокол №8 від 25 листопада 2021 р.)

Науковий комітет:

Асист. проф. Ж. Пристром	Університет в Білостоку, Польща
Проф. Р. Пукало	Державна вища техніко-економічна школа ім. Броніслава Маркевича в Ярославі, Польща
Проф. В. Гозора	Вища школа економіки і менеджменту в публічному адмініструванні у Братиславі, Словаччина
Проф. Т. Мартинюк	Вища школа в Сопоті, Польща
Доц. Н. Ліба	Мукачівський державний університет, Україна
Доц. Д. Максименко	Мукачівський державний університет, Україна
Доц. В. Головачко	Мукачівський державний університет, Україна
Доц. О. Гаврилець	Мукачівський державний університет, Україна
Доц. І. Чучка	Мукачівський державний університет, Україна
Л. Кручак	Мукачівський державний університет, Україна
М. Зозуляк	Мукачівський державний університет, Україна
О. Королович	Мукачівський державний університет, Україна
О. Лендєл	Мукачівський державний університет, Україна
Н. Бора	Мукачівський державний університет, Україна

Scientific Committee

Assoc. prof. J. Prystrom	University of Białystok, Poland
Prof. R. Pukalo	High state technical and economic school of Bronislav Markevych in Yaroslav, Poland
Prof. V. Gozora	High school economics and management in public management in Bratyslava, Slovakia
Prof. T. Martyniuk	Sopot University of Applied Science, Poland
Assoc. prof. N. Liba	Mukachevo State University, Ukraine
Assoc. prof. D. Maksymenko	Mukachevo State University, Ukraine
Assoc. prof. V. Golovachko	Mukachevo State University, Ukraine
Assoc. prof. O. Havrylets	Mukachevo State University, Ukraine
Assoc. prof. I. Chuchka	Mukachevo State University, Ukraine
M. Zozuliak	Mukachevo State University, Ukraine
O. Korolovich	Mukachevo State University, Ukraine
O. Lendiel	Mukachevo State University, Ukraine
N. Bora	Mukachevo State University, Ukraine

Організаційний комітет:

Т. Щербан	ректор Мукачівського державного університету, Україна
В. Гоблик	перший проректор Мукачівського державного університету, Україна
В. Пігош	проректор з науково-педагогічної роботи та економічних питань-головний бухгалтер Мукачівського державного університету, Україна
М. Реслер	декан факультету економіки, управління та інженерії Мукачівського державного університету, Україна
В. Легка	виконавчий директор Федерації професійних бухгалтерів і аудиторів, України
Я. Голубка	директор аудиторської компанії ТОВ «Варіанта», Україна
Ю. Кілару	голова ЗТВ ВПГО «Спілка Аудиторів України», заступник голови ради ЗТВ АППУ, директор ПП «Аудит», Україна

Organising Committee

T. Shcherban	rector of the Mukachevo State University, Ukraine
V. Hoblyk	first Vice-Rector of Mukachevo State University, Ukraine
V. Pigosh	vice-Rector for Scientific and Pedagogical Work and Economic Affairs, Chief Accountant of Mukachevo State University, Ukraine
M. Resler	dean of the Faculty of Economics, Management and Engineering, Mukachevo State University, Ukraine
V. Legka	executive Director of the Federation of Professional Accountants and Auditors, Ukraine
J. Golybka	director of audit company "Option" Ukraine
Y. Kilaru	chairman of ZTV VPGO "Union of Auditors of Ukraine", Deputy Chairman of the Board of ZTV APPU, director of PE "Audit", Ukraine

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ОБЛІКУ І АУДИТУ	
Renkas J., Renkas I. TERMODYNAMICZNE PODSTAWY TEORII RACHUNKOWOŚCI	13
Агапчук Б.Ф., Монич Н.О. РОЛЬ ПОДВІЙНОГО ЗАПИСУ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ	15
Аніщенко Г.Ю., Підлуна О.Д. БУХГАЛТЕРСЬКЕ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО ТА ЙОГО СУЧАСНИЙ ЗМІСТ	17
Бабіч В.В., Максименко Д.В. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ	19
Головачко В.М., Ремета М.М. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЙ ПОДОЛАННЯ	21
Голубка Я.В., Зозуляк М.М. ПРОГРАМИ СЕРТИФІКАЦІЇ З ПИТАНЬ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ	23
Дяченко Р.В., Королович О.О. ЗМІСТ ТА ЗНАЧЕННЯ КАЛЬКУЛЮВАННЯ	26
Заяць О.Є., Зозуляк М.М. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ	28
Кафка С.М. МОДЕЛЬ КОНТРОЛЮ ЗА ПІДПРИЄМСТВАМИ, ЯКІ ВКЛЮЧАЮТЬСЯ ДО КОНСОЛІДОВАНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МСФЗ 10	31
Колесник С.-В. П., Максименко Д.В. ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ	33
Крочак О.І. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ У БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ	34
Кучеренко Т.Є. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ	36
Ліба Н.С. РОЗВИТОК БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ПРОФЕСІЇ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ	38
Макарович В.К. ОБЛІК ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ	40
Матрос О.М. ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ	42
Мигаль Д.Ю. ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	44
Михайловина С.О.	46

МОДЕЛІ SAAS (ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ПОСЛУГА): ПЕРЕВАГИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ВИБОРУ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ	
Нестерова С.В., Пристая В.В. ПОКАЗНИКИ ОБОРОТНОСТІ В СИСТЕМІ ОСНОВНИХ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ	48
Павлюх Б.Б., Головачко В.В., Головачко В.М. ТЕНДЕНЦІЯ ДО ЦИФРОВІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	50
Пентюхіна І.О. СУЧАСНІ ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ, ЇХ ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ	52
Пігош В.А. ЗМІНИ ДО КОШТОРИСУ ЯК ПЕРЕДУМОВА ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ	53
Поліщук О.М. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ОБЛІКУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	56
Путраш Д.І., Головачко В.М. ВИМОГИ ДО ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ	58
Радзіховська Ю.М. ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВИ	60
Радіонов В.В. ОРГАНІЗАЦІЯ АУДИТУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	61
Ремета М.М., Головачко В.М. ЗНАЧЕННЯ ТА РОЛЬ АУДИТУ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	64
Решетар Д.В. ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ	66
Ткачук І.М. ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВНУТРІШНЬОМУ КОНТРОЛІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	68
СЕКЦІЯ 2. ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД	
Андрейків Т.Я., Остапчук І.О. КРИТЕРІЇ ТА ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ	71
Братюк В.П., Мигович В.В. ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ	74
Гомба А.В. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР У ОФШОРНИХ ЗОНАХ	77
Gomba M.	78

MODERN E-COMMERCE TRENDS	
Мединська Т.В., Мутян І.Є. ПЛАНУВАННЯ ВИДАТКІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ В СИСТЕМІ РОЗПОДІЛУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЕРЖАВИ	80
Петричко М.М., Гладинець Н.Ю. ДО ПИТАННЯ ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ	83
Пугачевська К.Й. АДАПТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ КОРОНАКРИЗИ	85
Рущишин М.О. ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	86
Рущишин Н.М., Маланюк І.Р. ДЕПОЗИТНА ДІЯЛЬНОСТЬ БАНКІВ ТА НАПРЯМИ ЇЇ РОЗВИТКУ	89
Черничко Т.В., Черничко С.Ф. СУПЕРЕЧНОСТІ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНКЛЮЗІЇ	91
Шестак А. МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА	93
СЕКЦІЯ 3. **ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНУ НА ОСНОВІ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**	
Бабинець А.В., Лизанець А.Г. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ	96
Бутко Н.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ПРИ ДІАГНОСТИЦІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА	98
Ворончак І.О. ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	100
Гобрей М.В. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ У СТРУКТУРІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	102
Димчинко Д.Т. ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	104
Ігнатишин М.В., Росола У.В., Росола О.А. МІНІМІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ	107
Кельман В.Д., Королович О.О. ОСОБЛИВОСТІ АДМІНІСТРУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ МЕРЕЖЕВОГО РИТЕЙЛУ	109
Козик І.М. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО ЕТАПУ РОЗВИТКУ	111

ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ	
Конопельнюк Т.А. НЕОБХІДНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	114
Korolovych O., Dankanych A. BASIS OF REORIENTATION OF THE NATIONAL ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT	116
Кукурудзяк Л.В., Меліховець Г.А. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ВІННИЧЧИНИ	118
Лизанець А.Г., Ремета М.М. РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	120
Лизанець А.Г., Тайглер Є.В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СФЕРІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ	122
Ліба Н.С. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА АРХІТЕКТОНІКА РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ	124
Максименко Д.В. ЕНЕРГЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДЕРЖАВИ	126
Максименко Д.В., Нодь І.А. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН	128
Маслиган Р.М., Гоблик В.В. ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ЗВ'ЯЗКІВ УЧАСНИКІВ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКТІВ КІБЕРСПОРТУ	130
Микуланинець С.І. ХАРАКТЕРИСТИКА ТИПІВ РИНКОВИХ СТРУКТУР	132
Морозов О.Ю. СУЧАСНЕ РОЗУМІННЯ ДЕФІНІЦІЇ «СТАЛИЙ РОЗВИТОК»	134
Обіцький А.А. КАПІТАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНІВ НА ОСНОВІ АКТИВІЗАЦІЇ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	137
Ожубко Г.В. СТРУКТУРА СОЦІАЛЬНОГО ІНТЕЛЕКТУ	138
Оршанська М.І. ПОТОКИ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	140
Папуша К.А. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	141
Паулик А.Я. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК ОДНА З ПЕРЕДУМОВ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ	143
Поневач А.І., Королович О.О. ІННОВАЦІЙНІ ТИПИ ЗМІННОГО ТА ГНУЧКОГО ТОРГОВОГО	145

ПІДПРИЄМНИЦТВА	
Popovych O.P., Kupriyenko I.V., Meshko L.Y. INFORMATION SUPPORT AND ITS ROLE IN ENTERPRISE MANAGEMENT	147
Процишин О.Р. КОНКУРС ПРОЄКТІВ МІСЦЕВИХ ІНІЦІАТИВ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНЦІЇ	149
Рейс Т.Т. ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО РЕГІОНІВ УКРАЇНИ: ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В УКРАЇНСЬКІЙ ЕКОНОМІЦІ	151
Реслер М.В. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ	154
Рибчук А.В. ЕВОЛЮЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ ПРОСТОРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	155
Лизанець А.Г., Скуба А.М. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗМІНИ ЯК ОБ'ЄКТ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	157
Торіна В.І. ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ТЕОРІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА	159
Феєр А.Є. ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ГІРСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	161
Чизмар І.І. МОДЕЛЬ ТЕХНІЧНОГО РОЗВИТКУ КІБЕРСПОРТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	163
СЕКЦІЯ 4. СУЧАСНІ ПІДХОДИ У ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАСАД РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	
Бабинець А.В., Кручак Л.В. ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ	**166**
Бора Н.Ю. MYSTERY SHOPPING (ТАЄМНИЙ ПОКУПЕЦЬ) ЯК ІНСТРУМЕНТ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ	**168**
Гаврилець О.А., Гаврилець О.В. РОЛЬ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	**170**
Гаврилець О.В. СОЦІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	**171**
Гегедош К.В. МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ У ТРАНСКОРДОННОМУ СПІВРОБІТНИЦТВІ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	**173**
Гегедош К.В., Чучка І.М.	**176**

МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ У КАРПАТСЬКОМУ ЄВРОРЕГІОНІ НА ОСНОВІ ТРАНСКОРДОННОГО МАРКЕТИНГУ	
Гладинець А.Ю., Бора Н.Ю. СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ	**179**
Горовенко Д.В., Бора Н.Ю. МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ У З ПРИВОДУ ОЦІНКИ НОВИХ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ	**180**
Дочинець Н.М., Кампо Г.М. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	**182**
Зозуляк М.М., Гладинець А.Ю. ПСИХОЛОГІЯ МАРКЕТИНГУ	**184**
Кручак Л.В., Турок Я.М. ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ І ЇХ РОЛЬ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	**187**
Кучерява Д.В. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ, ПЛАНУВАННЯ ЗБУТУ І КОНТРОЛЮ ПРОДУКЦІЇ	**191**
Лендєл О.Д. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛЕКСУ РЕГІОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ	**194**
Мовчан К.М., Бондарєва Д. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ МДУ В УМОВАХ КАРАНТИНУ	**196**
Пасєка Р.С. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІАГНОСТИКИ ДОХОДІВ	**198**
Пилипчук В.П. ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	**200**
Стегней М.І., Неймет В.В., Ковач В.В. СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ	**202**
Чучка І.М. КЛЮЧОВІ РЕЗУЛЬТАТИ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ КАФЕДРИ ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ ТА МАРКЕТИНГУ ЗА 2015-2020 РР. (НАПРЯМОК 075 «МАРКЕТИНГ»)	**204**
Юрик М.І., Кручак Л.В. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ	**207**
Ясюк А.С., Кручак Л.В. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	**210**
СЕКЦІЯ 5. **ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ**	
Воронова О.Ю., Барчій М.С. ОСВІТНЬО-РЕФЛЕКСИВНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЗВО ЯК УМОВА	**213**

ПРОФЕСІЙНОГО САМОРОЗВИТКУ ЗДОБУВАЧІВ	
Кучінка Т.В. ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ВЧИТЕЛЯ ДО ВИХОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	**214**
Ліба Н.С., Головачко В.М., Максименко Д.В. ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНИХ ГАЛУЗЕЙ	**216**
Лібак Н.А. ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ВЧИТЕЛІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ	**218**
Марценюк М.О. ШЛЯХИ ПРОФЕСІЙНОГО ТА ОСОБИСТОГО САМОВДОСКОНАЛЕННЯ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ	**221**
Матвійчук С.С., Коваль Т.В. ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ ДУАЛЬНОЇ ОСВІТИ В МУКАЧІВСЬКОМУ ДЕРЖАВНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ПРИ ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	**223**
Паласевич М.Б. ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ОСВІТИ	**225**
Симонян В.В. ЕТНОКУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ФАХОВОГО ЦИКЛУ У ПРОЦЕСІ ВОКАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ	**226**

СЕКЦІЯ 1.

РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ У ПОДОЛАННІ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ ТА РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Dr Jurij Renkas,
Adiunkt Katedry Rachunkowości,
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie,
Numer ORCID: 0000-0001-7139-5458
Mgr Iryna Renkas,
Wyższa Szkoła Bezpieczeństwa Publicznego i
Indywidualnego w Krakowie APEIRON,

TERMODYNAMICZNE PODSTAWY TEORII RACHUNKOWOŚCI

Powiązania teorii rachunkowości z zasadami fundamentalnymi, jak pierwsza i druga zasada termodynamiki oraz zasada minimalnego działania, ujawniają się przy głębszym rozpoznaniu zasady dualizmu. Przeprowadzone badania naświetlają znaczącą rolę zasad termodynamiki w teoretycznych podstawach rachunkowości, prowadząc do postrzegania tej dziedziny wiedzy jako progresywnego naukowego programu badawczego z punktu widzenia epistemologii Imre Lakatosza [1]. Rdzeniem tego programu jest zasada dualizmu i wynikająca z niej teoria kapitału i zysku, a wszystkie znane teorie podlegają ustawicznemu rozwojowi i aktualizacji do zmieniających się warunków rzeczywistości.

Jak wiadomo, nauki naturalne charakteryzują trzy podstawowe cechy: respektowanie fundamentalnych praw natury, istnienie stałych wielkości oraz abstrakcyjność używanych pojęć wymagająca zastosowań matematyki. Dla rachunkowości podstawową abstrakcyjną kategorią jest kapitał. Już Y. Ijiri [2] zauważył, że w odróżnieniu od heterogenicznych aktywów kapitał jest homogeniczny, a zatem też abstrakcyjny. Wyraziście to wywiódł M. Dobija [3], wychodząc z fundamentalnej dla rachunkowości zasady dualizmu. Wskazał, że abstrakcyjny kapitał musi podlegać zasadom termodynamiki. Faktycznie podwójny zapis jako konsekwencja zasady dualizmu nie dozwala aby kapitał powstawał z niczego. Ponadto, jako kategoria abstrakcyjna reprezentująca zdolność obiektu do wykonywania pracy kapitał podlega losowemu i spontanicznemu rozpraszaniu [4]. A ta właściwość jest określona przez drugą zasadę termodynamiki. Relacje teorii rachunkowości z fundamentalnymi prawami natury oraz abstrakcyjność kapitału i powiązanych z nim kategorii (jak praca, wartość itp.) stały się podstawą prowadzonych badań w kierunku poszukiwania wielkości stałych w naukach ekonomicznych. Zasady termodynamiki miały w tym swój nieodzowny udział.

Ważnym jest fakt, że sformułowanie drugiej zasady termodynamiki określone przez Sir Kelvina odnosi się także do człowieka, którego organizm działa na zasadzie silnika cieplnego [5]. Rzecz w tym, że człowiek żyjąc i pracując, rozprasza część energii do otoczenia, które spełnia rolę chłodnicy. W tym stanie rzeczy naturalnie pojawia się hipoteza, że godziwe wynagrodzenie powinno równoważyć to naturalne rozproszenie, określone drugą zasadą termodynamiki, dzięki czemu pracownik nie odczuje deprecjacji swojego personalnego kapitału. Dla zachowania pierwotnej wartości kapitału ludzkiego

określa się wielkość płacy minimalnej W(a) równą dyspersji kapitału (Dsp). To rozumowanie prowadzi do formuł: Dsp = s × H(a,T); W(a) = Ĕ[s × H(a,T)] = a × H(a,T), gdzie: Dsp – poziom naturalnej dyspersji kapitału ludzkiego, s – tempo losowego rozpraszania kapitału, H(p,T) – wartość kapitału ludzkiego pracownika, a = E(s) = 0.08 [1/rok] jest stałą przyrody.

Wartość stałej *a* na poziomie 0.08 [1/rok] potwierdzają badania przeprowadzone na podstawie danych z USA i Ukrainy. Podstawą estymacji były rzeczywiste płace minimalne w USA i oczekiwania płacowe osób poszukujących pracy na Ukrainie. W przypadku Ukrainy danych dostarczyły 3 920 ankiet sporządzonych w Urzędach Pracy z pięciu różnych regionów. Zatem, jak wykazały badania empiryczne przeprowadzone w obu wymienionych krajach, wartość stałej *a* oscyluje wokół 0.08 [1/rok].

Stałą *a* również badano na różnych zbiorach danych, jak premia za ryzyko występująca w badaniach giełdowych lub sprawozdania finansowe przedsiębiorstw należących do Standard&Poor1500 [6]. Niniejszy referat jest prezentacją badań zainicjowanych w artykułach [7, 8, 9].

Bibliografia

1. Renkas J., *Ekonomia pracy: teoria godziwych wynagrodzeń* (Economics of Labor: Theory of Fair Remuneration), Research Papers of the Wroclaw University of Economics / Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wroclawiu, Issue 439, pp. 284-301, 2016.

2. Ijiri Y., Segment Statements and Informativeness of Measures: Managing Capital vs. Managing Resources. *Accounting Horizons,* Vol 9, No 3, pp. 55-67, 1995.

3. Dobija M., Abstract Nature of Money and the Modern Equation of Exchange, *Modern Economy*, Vol. 2, No. 2, pp. 142-152, 2011. doi: 10.4236/me.2011.22019.

4. Dobija M., and Renkas J., The thermodynamic principles as the theoretical basis of fair remuneration, *International Journal of Physical Research*, vol. 9(1), pp. 1-6, 2021.

5. Atkins, P., *Palec Galileusza. Dziesięć wielkich idei nauki*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2005.

6. Kurek B., An Estimation of the Capital Growth Rate in Business Activities, *Modern Economy*, Vol. 3(4), pp. 364-372, 2012.

7. Dobija M., and Renkas J., Accounting among the Natural Sciences. *Modern Economy*, vol. 11, pp. 2081- 2100, 2020.

8. Dobija M., and Renkas J., How the Inclusion of Thermodynamic Principles Recovers Economic Sciences, *International Journal of Accounting and Economics Studies*, vol. 9, no. 2, pp. 21-31, 2021. DOI: 10.14419/ijaes.v9i2.31608, CC: CC-BY

9. Renkas J., Termodynamiczne pochodzenie stałej ekonomicznej, [w:] *Wiedza - Gospodarka - Społeczeństwo: wyzwania współczesnych organizacji i gospodarek*, ss. 15-25, Instytut Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk, Warszawa, 2021.

Агапчук Богдана Федорівна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 071 «Облік і оподаткування»,
Монич Наталія Олександрівна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності «Облік і оподаткування»
Науковий керівник: д.е.н., доцент кафедри
обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівського державного університету **Ліба Н.С.**

РОЛЬ ПОДВІЙНОГО ЗАПИСУ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

За весь час поки розвивалася бухгалтерська справа відбулося багато змін і нових відкриттів. Кожний наступний етап розвитку бухгалтерської науки цілком пов'язаний із попереднім. Бухгалтерський облік вдосконалювався завдяки інтерпретації та досягнень вчених і практиків минулих часів. Питаннями історії розвитку бухгалтерського обліку займалися чимало вітчизняних та зарубіжних науковців, а саме слід зазначити велику працю: Д. Москетті, Л. Флорі, Б. Вентурі, Ф. Гаратті, П. Савона, М. Фюстела, М. Тома, І. Андре, Л. Пачолі, Т.Н. Малькова, Я.В. Соколов, Ф.Ф. Бутинець, Ф.В. Єзерський, І.П. Шмельов, Н.С. Ліба [3], В.М. Головачко [4], В.Г. Швець та багато інших. Нескінченний процес людського пізнання в певний момент розвитку бухгалтерського обліку примушує переусвідомити систему знань про подвійний запис.

Роль Луки Пачолі полягає в тому, що він перший ясно і повно передав практичні засоби подвійного запису, які існували в ті часи. Своєю працею він відкрив шлях для майбутніх поколінь, завдання яких було в подальшій розробці його вчення і застосування в усіх видах практичної діяльності, а не тільки в торгівлі [1].

Подвійний запис є невід'ємною частиною бухгалтерського обліку. Ні одне підприємство чи організація не може без нього обійтися. Виникаючі в процесі господарської діяльності операції не можуть порушити баланс, так як при їх реєстрації використовується принцип подвійного запису - одна і та ж господарська операція відображається на рахунках як мінімум двічі: по дебету одного і кредитом іншого рахунку в одній і тій же сумі. У зв'язку з цим завжди підтримується баланс: сума активу дорівнює сумі пасиву.

Таким чином, подвійний запис - це спосіб реєстрації господарських операцій на рахунках бухгалтерського обліку, при якому відомості про вчинення кожної господарської операції знаходять одночасне відображення на двох різних рахунках в рівних сумах.

Із застосуванням подвійного запису в бухгалтерському обліку забезпечується реєстрація не лише кількісних змін, що відбуваються з майном підприємства, але й змін, які впливають на розмір вимог щодо цього майна. На

бухгалтерських рахунках шляхом подвійного запису реєструється наявність та рух майна, а також виникнення, зміна та призупинення прав і зобов'язань, що

виникають між господарюючими суб’єктами, тобто відображається не лише факт існування об’єкта бухгалтерського спостереження, але і його причина, чим забезпечується повнота записів у бухгалтерському обліку [2].

Отже, суть і значення подвійного запису:

- спосіб подвійного запису зумовлений змістом самих господарських операцій, які викликають взаємопов'язані подвійні зміни у складі засобів та їх джерелах в процесі господарської діяльності;

- при відображенні кожної господарської операції способом подвійного запису обов'язково кореспондують два рахунки, один з яких дебетують, а другий кредитують на одну і ту ж суму;

- якщо господарська операція відображається складною проводкою, то загальна сума записів на одній стороні кількох рахунків повинна дорівнювати загальній сумі, записаній на протилежній стороні кореспондуючого з ними рахунка;

- оскільки кожна господарська операція в одній і тій же сумі відображається на дебеті одного і кредиті іншого рахунка, то підсумок записів по дебету всіх рахунків має дорівнювати підсумку записів по кредиту рахунків. Відсутність такої рівності свідчить про помилки в облікових записах.

Таким чином, подвійний запис забезпечує контроль за правильністю облікових записів шляхом звірки рівності загальних підсумків дебетових і кредитових оборотів, а також залишків на рахунках.

Список використаної літератури:

1.Васільєва Л. М. Внесок Луки Пачолі в розвиток бухгалтерського обліку/Л.М. Васільєва // Агросвіт. – 2014. - № 7. – С. 13-16 [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2014_7_4.

2. Пилявець О.В. Подвійний запис як методологічний прийом в забезпеченні якості бухгалтерської інформації / О.В. Пилявець // Збірник наукових праць ВНАУ Серія: Економічні науки. – 2011. - №2 (53), том 3. – С. 84-88.

3. Ліба Н. С. Подвійний запис у теоретично-історичному аспекті / Н. С. Ліба, Я. В. Голубка, У. Ю. Староста // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – Карпатська вежа, 2017. – №Випуск 23 (18). – С.268-274.

4. Ліба Н. С. Подвійний запис як невід'ємна частина бухгалтерського обліку / Н. С. Ліба, В. М. Головачко, О. Заяць // Сучасні тенденції розвитку науки і освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів : збірник тез доповідей III Всеукраїнської науково-практичної конференції (16-17 травня 2019 р., м. Мукачево) / ред.кол. : Т.Д.Щербан (гол.ред.) та ін. – Мукачево : МДУ, 2019. – С. 463-465.

Аніщенко Галина Юріївна,
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування,
Підлуна Ольга Дмитрівна,
викладач кафедри обліку і оподаткування,
Уманський національний університет садівництва

БУХГАЛТЕРСЬКЕ ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО ТА ЙОГО СУЧАСНИЙ ЗМІСТ

Сучасна бухгалтерська наука охоплює чимало сфер суспільних відносин, які мають пряме чи опосередковане відношення до господарської діяльності економічних суб'єктів. Через унікальну важливість документації для бухгалтерського обліку, юриспруденції, менеджменту та інших сфер господарського життя питання документування визначаються на найвищому законодавчому рівні. Встановлено, що підставою для бухгалтерського обліку операцій є первинні документи [1]. Лише на підставі підтверджених документами господарських операцій можна складати податкову звітність (податкові розрахунки, декларації) [2]. Унікальність, важливість та незамінність документів як носіїв інформації обумовлюють необхідність дотримання усіма суб'єктами діяльності вимог щодо документального забезпечення записів у бухгалтерському обліку [3]. Для виконання вказаних норм необхідно на кожному підприємстві незалежно від його розміру чи обсягів діяльності побудувати власну систему документування, яка б розкривала зміст його діяльності, технологію господарських процесів та процесу звітування. У зв'язку з цим в обліковій практиці накопичилось чимало досвіду щодо використання новітніх форм бухгалтерського обліку та організації документування. Разом з тим у світлі зростаючих вимог до економічної інформації виникає постійна необхідність розробки нових форм бухгалтерських документів (їх уніфікації, стандартизації), можливості автоматизації складання чи обробки. Очевидними є зміни в розумінні сутності і призначення документування. Нині мало уваги приділяється розробці принципів побудови документаційно-комунікаційних систем. Це обумовлено тим, що облікові технології вносять докорінні трансформаії у форми документів, хід облікового процесу та документообіг у цілому, що потребує подальшого дослідження та напрацювання відповідних методологічних основ облікового документознавства.

Взаємодія різних об'єктів обліку, взаємозв'язок та поєднання методів їх дослідження, а також відображення даних про них обумовлюють використання сукупності документів як інформаційної основи про наявність ресурсів, отримані доходи, понесені витрати, фінансові результати, сформований капітал, його вартість та зміни. Множина документів певної господарської одиниці та напрацьовані методи збору, обробки й зберігання облікових даних визначає функціонування унікальної системи бухгалтерської документації, яка притаманна лише конкретній юридичній особі. Вона формується під впливом законодавчих

норм та напрацьованої облікової політики. Така система охоплює процеси створення документів та їх наступного використання, звітування на їх основі та зберігання облікових даних. Незважаючи на єдність норм і вимог щодо документування саме під впливом власної облікової політики процеси бухгалтерського документування на кожному підприємстві стають унікальними. Тому при розробці методичних прийомів, способів і процедур організації та ведення бухгалтерського обліку необхідно ретельно прописати правила документообороту, технології обробки облікової інформації як основи побудови документаційних процесів.

Бухгалтерський облік надає системі діловодства підприємства особливого змісту, адже більша частина даних фіксується саме у бухгалтерських первинних документах і використовується у фінансовому, управлінському обліку, статистичних спостереженнях, податковій звітності. Облікові технології, які застосовуються для реєстрації первинних операцій, передачі даних, їх узагальнення, формування й подання звітності, визначають особливості організації роботи з документами та обумовлюють моделі для звітної комунікації. У сучасних умовах відбувається відхід від регламентованих до рекомендованих форм документів, надання широких можливостей суб'єктам діяльності розробляти власні форми первинних документів та облікових регістрів, дотримуючись принципів оптимізації документів за кількістю відображених у них елементів. Разом з тим за умови використання спеціалізованих програм документаційний процес різних підприємств стає уніфікованим за формами носіїв облікових даних, що сприяє швидшій обробці та опрацюванні інформації про типові господарські операції. Із запровадженням цифрових технологій та переходом на електронний документообіг підприємства відмовляються від використання й зберігання паперових носіїв облікових даних до їх архівування в електронних сховищах. Хмарні технології в обліку забезпечують доступ до спеціалізованих програм, уможливлюють одночасну роботу над одними й тими ж документами різними користувачами, дозволяють консолідувати документацію за певні часові проміжки, синхронізувати документи різних версій, робити звітний процес автоматичним. У перспективі з допомогою хмар можна вирішувати багатофункціональні облікові задачі з високим ступенем достовірності та надійності облікових даних. Таким чином, процес документування на підприємстві повинен проходити системно з дотриманням сучасних методів, способів і засобів документування, а вектор розвитку для бухгалтерського документознавства має спрямовуватись на спрощення, пришвидшення, оцифрування та захист облікових і звітних даних.

Список використаної літератури:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996–XIV. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14. (назва з екрану).

2. Податковий кодекс України: кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (назва з екрану).

3. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку: наказ Міністерства фінансів України від 24.05.1995 р. № 88. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95#Text. (назва з екрану).

Бабіч Віктор Вікторович,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності «Облік і оподаткування»,
Максименко Діана Вікторівна,
к.е.н, доцент, завідувач кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу,
Мукачівського державного університету

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

Однією зі складових ефективного функціонування бухгалтерського обліку є його організація. Організація бухгалтерського обліку на підприємствах не регламентується нормативними документами, однак це не зменшує її значення, а лише підкреслює всю складність цієї проблеми, яку необхідно вирішувати у науковому, методологічному та практичному аспектах. Організація обліку – це сукупність дій зі створення цілісної системи бухгалтерського обліку, підтримання і підвищення рівня її організації, функціонування якої спрямоване на забезпечення інформаційних потреб користувачів облікової інформації, включаючи вибір форм організації та формування матеріального й інформаційного забезпечення облікового процесу.

Основними завданнями організації обліку дебіторської заборгованості є [1]:

– вибір оптимальних для підприємства критеріїв класифікації дебіторської заборгованості;

– вибір методу визначення резерву сумнівних боргів;

– розробка графіка документообігу для документів, що підтверджують виникнення дебіторської заборгованості за товари, та доведення цієї інформації до виконавців;

– достовірне відображення дебіторської заборгованості у реєстрах і звітності.

– вибір облікових регістрів, в яких відображається дебіторська заборгованість, та доведення цієї інформації до конкретних виконавців.

– організація передачі інформації з облікових регістрів до центральної бухгалтерії для її відображення у звітності.

– Головними завданнями управління дебіторською заборгованістю є:

– підвищення конкурентоспроможності продукції на ринку за допомогою відстрочення платежів;

– сприяння зростанню обсягу продажів шляхом надання комерційного кредиту;

– розрахунок прогнозного розміру резерву сумнівних боргів;

– надання рекомендацій щодо зменшення кількості фактично або потенційно неплатоспроможних покупців.

– визначення ступеня ризику несплати рахунків покупця [2].

Довгострокова дебіторська заборгованість – сума дебіторської заборгованості, яка не виникає в ході нормального операційного циклу та буде погашена після дванадцяти місяців з дати балансу [1]. При цьому слід розуміти, що при віднесенні заборгованості до поточної або довгострокової до уваги береться не загальний очікуваний строк оплати згідно з договором, а очікуваний строк до погашення, який залишився з дати балансу.

Достовірна оцінка довгострокової дебіторської заборгованості має суттєвий вплив на правильне відображення інформації в облікових регістрах і звітності. Важливу роль при цьому відіграє принцип обачності, який передбачає застосування в бухгалтерському обліку таких методів оцінки дебіторської заборгованості, які будуть запобігати завищенню оцінки активів.

Порядок і форми розрахунків між постачальником і покупцем визначаються у господарських договорах. Бухгалтер повинен звернути увагу на відповідальність істотних умов договору вимогам чинного законодавства.

На сьогодні в Україні розповсюджений такий вид розрахунків, як бартерні операції. Товарообмінна (бартерна) операція – це господарська операція суб’єкта підприємницької діяльності, яка передбачає розрахунок за продану продукцію (роботи, послуги) в іншій, ніж грошовій, формі, включаючи різні види погашення взаємозаборгованості між сторонами господарської операції без проведення грошових розрахунків.

При відвантаженні товару (виконанні робіт, наданні послуг) за бартерним обміном в обов'язковому порядку складаються рахунки – фактури, накладні, акти тощо, в яких зазначається окремим рядком сума податку на додану вартість, дата складання, найменування і адреса постачальника та покупця. [2].

Поточна дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги визнається активом одночасно з визнанням доходу від реалізації товарів, виконання робіт, надання послуг і оцінюється за первісною вартістю. У випадку відстрочення платежу з виникненням від цього різниці між справедливою вартістю дебіторської заборгованості та номінальною сумою грошових коштів, що підлягають отриманню за товари, така різниця визнається дебіторською заборгованістю за нарахованими доходами (відсотками) в період її нарахування.

Облік операцій по дебіторській заборгованості здійснюється на підставі господарських договорів та первинних документів, що засвідчують факт здійснення господарської операції. Завдання організації документування цих операцій – скласти графік документообігу із зазначенням конкретних виконавців, дат виписки та передачі документів до архіву.

Належна організація обліку дебіторської заборгованості сприяє ефективному управлінню її розмірами і термінами на підприємстві та посиленню контролю за своєчасним здійсненням розрахунків.

Список використаної літератури:

1. Чебанова Н.В., Василенко Ю.А. Бухгалтерський фінансовий облік: Посібник. - К.: Видавничий центр "Академія", 2012. – 672 с.

2. Шип В.Ю. Дебіторська заборгованість: сутність та класифікація / В. Ю. Шип // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. - 2016. - Вип. 29, Ч. 2 : Удосконалення обліку, аналізу, аудиту і звітності в сучасних умовах глобалізаційних процесів у світовій економіці.- С. 96-99.

Головачко Василь Михайлович,
к.е.н., доцент кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу,
Ремета Михайло Михайлович,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЙ ПОДОЛАННЯ

Запровадження елементів ринкової економіки, кардинально змінивши умови функціонування суб'єктів господарювання та переклавши на них відповідальність за результати діяльності, зумовило зростання вимог до якості управлінських рішень, а тому і до інформації як основи для їхнього прийняття. Основним напрямом вирішення проблем інформаційного забезпечення управління є системне вдосконалення бухгалтерського обліку: «Оскільки якість інформації залежить від системи її збору, обробки, тому удосконалення самої методології обліку не вирішить усіх проблем» , а «на перший план виходять питання удосконалення способів і прийомів збирання, узагальнення та сегментації в необхідних розрізах управлінської інформації» , тобто питання організації обліку.

Питання проблем бухгалтерського обліку в контексті України розглядали у своїх працях багато вчених, зокрема: Соколов Я. В., Сопко В. В., Пушкар М. С., Малюга Н. М., Ловінська Л. Г., Гуцайлюк З. В., Войналови О. П., М. І. Бондаря, Ф. Ф. Бутинця, З. В. Гуцайлюка, В. П. Завгороднього, Ю. Я. Литвина, Л. Г. Ловінської.

Вагомим напрямом реформування бухгалтерського обліку в Україні є гармонізація фінансової звітності вітчизняних підприємств з міжнародними стандартами. Практика свідчить про наявність теоретичних і практичних проблем реформування системи бухгалтерського обліку в Україні, які зумовлені: розбіжностями у підходах до обліку в Україні та в західних країнах; суперечливими положеннями міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ), покладеними в основу П(С)БО; відсутністю комплексності в реформуванні державних інституцій України; відмінностями у трактуванні управлінського обліку. Ведення бухгалтерського обліку в Україні регулюється Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні". Цим Законом передбачено застосування Національних положень (стандартів)

бухгалтерського обліку (ПСБО) та затвердженого Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій. У ряді випадків, підприємство самостійно визначає доцільність застосування Міжнародних Стандартів Фінансової Звітності (крім випадків, коли застосування МСФЗ визначено законодавчо).

Не зважаючи на схожість концептуальних основ бухгалтерського обліку в Україні з Міжнародними стандартами фінансової звітності, дані української фінансової звітності, складеної за українськими стандартами бухгалтерського обліку (ПСБО) істотно відрізняються (крім випадків, коли МСФЗ застосовується в обов'язковому порядку - в цьому випадку дані фінансової звітності по ПСБО і МСФЗ практично ідентичні, і однаково недостовірні). Насамперед, відмінності фінансових даних та управлінської інформації пов'язані з тим, що дані бухгалтерського обліку покладені в основу податкового обліку та звітності підприємства. Таким чином, істотний вплив на бухгалтерський облік в Україні мають різні постійно мінливі думки податкових органів. Фактично з часів здобуття Україною незалежності основною функцією бухгалтерського обліку в Україні є фіскальна, і юридична форма незмінно має превагу над економічною сутністю. Таке застосування українських Положень (стандартів) бухгалтерського обліку не дозволяють виробити правильне судження про діяльність підприємства в цілому. Фактично в обліковій або звітній інформації підприємств мають місце пропуски, що змінюють її смисл, а у деяких випадках і представлені бухгалтерські дані є неправдиві, що робить звітність дезорієнтуючою і недосконалою. Облікова методологія допускає невизначеність і неясність, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності внаслідок цього стає залежним від трактування (тлумачень) окремих бухгалтерів і державних органів.

Існує три ключові проблеми ведення бухгалтерського обліку в Україні, які таким методом не дозволяють перейти на МСФЗ:

– прив'язка положень Податкового Кодексу України до даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності, незалежно від використовуваних стандартів (українські власники і бухгалтери не готові в умовах особливостей українського адміністрування податків до прозорої фінансової звітності; проблеми, які будуть очікувати тих небагатьох сміливців, які в бухгалтерському обліку підприємства почнуть класифікувати операції "по суті", а "не по формі" складно недооцінити);

– єдиний замовник і зовнішній користувач цієї "міжнародної" фінансової звітності - держава (фондового ринку як не було, так і немає, так і не передбачається; закону на зразок американського SOX - відповідно немає; банки керуються якимись власними міркуваннями при видачі кредитів, і їх логіку зрозуміти не уявляється можливим);

– менталітет і професійний досвід українських бухгалтерів в більшості випадків не відповідає поставленому завданню (необхідно визнати, що в Україні в більшості випадків весь бухгалтерський облік зводиться лише до підрахунку податків; економічну ефективність бізнесу, т.зв. "управлінський облік"

здійснюють власники безпосередньо (на невеликих підприємствах) або інші фахівці, найчастіше без "українсько-бухгалтерської" освіти та досвіду).

Проведене дослідження показало, що основними шляхами вдосконалення бухгалтерського обліку як складної, багаторівневої системи є:

- пошук оптимальної за складом та обсягом облікової інформації, яка забезпечить реалізацію завдань, поставлених менеджментом;
- втілення та запровадження удосконалених форм носіїв облікової інформації, найбільш адаптованих до структури, змісту та характеру інформації;
- розробка та запровадження раціональної технології вирішення облікових завдань, що забезпечить злагоджене функціонування облікового механізму.

Отже , є значна кількість проблем в галузі бухгалтерського обліку в Україні та суттєві позиції міжнародних організацій щодо необхідності законодавчого й нормативного регулювання цієї вкрай важливої сфери діяльності відповідно до вимог міжнародних стандартів. Подолання цих проблем допоможе вдосконалити систему державного регулювання та реформування бухгалтерського обліку, адаптація до ринкових змін, міжнародних стандартів та потреб користувачів, в системі прийняття рішень, що буде позитивною зміною для бухгалтерського обліку загалом.

Список використаної літератури:

1. Корягін М. В. Проблеми та перспективи розвитку бухгалтерської звітності: [монографія] / М. В. Корягін, П. О. Куцик. – Львів : ЛКА, 2016. – 276 с.
2. Державна служба статистики України. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/.
3. Войналови О. П. Організація бухгалтерського обліку: теоретико-методичні засади : авт. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук за спец. 08.06.04 – Бухгалтерський облік, аналіз та аудит / О. П. Бусел. – Житомир, 2006. – 18 с.
4. Сопко В. В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу : підручник / В. В. Сопко, В. П. Завгородній. – К. : КНЕУ, 2004. – 411 с.
5. Стецiв І. І. Організація облікового процесу в умовах реформування системи бухгалтерського обліку України : авт. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук за спец. 08.06.04 – Бухгалтерський облік, аналіз та аудит / І. І. Стецiв. – Львів, 2002. – 19 с.

Голубка Ярослав Володимирович,
к.е.н., ст. викладач кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Зозуляк Марта Михайлівна,
ст. викладач кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівського державного університету

ПРОГРАМИ СЕРТИФІКАЦІЇ З ПИТАНЬ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Фахівці з бухгалтерського обліку України на сьогодні мають достатньо великий вибір міжнародних програм сертифікації з питань міжнародних стандартів бухгалтерського обліку і фінансової звітності. Зважаючи на стрімко зростаючий попит на ринку праці на спеціалістів з міжнародних стандартів ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, надзвичайно важливо обрати саме ту сертифікацію, яка відповідатиме потребам та цілям як самого бухгалтера, так і його роботодавця, а також наполегливо працювати задля підвищення свого професійного рівня, що відповідатиме вимогам часу.

Зміни, внесені до Закону України від 16.07.99р. № 996-XIV «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», зробили Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) невід'ємною частиною національного законодавства. Фінансова звітність та консолідована фінансова звітність складаються за міжнародними стандартами фінансової звітності публічними акціонерними товариствами, банками, страховими компаніями, кредитними спілками, фінансовими компаніями, ломбардами, професійними учасниками ринку цінних паперів [1].

Будь-яка компанія може добровільно прийняти рішення щодо застосування МСФЗ, адже розвиток бізнесу та вихід на зовнішні ринки без зрозумілої зовнішньому користувачеві звітності неможливий. До того ж, перехід на МСФЗ (навіть без прагнень щодо залучення іноземних інвестицій) сприяє побудові раціональних процесів і новій якості управління бізнесом [2]. Зростання кількості компаній, що застосовують міжнародні стандарти в якості стандартів фінансової звітності, а також постійний процес гармонізації національних стандартів бухгалтерського обліку з міжнародними, сприяє постійно зростаючому попиту на фахівців з питань ведення обліку та складання звітності за міжнародними стандартами.

На сьогодні в Україні існує чималий вибір міжнародних сертифікацій, а на ринку послуг представлено велику кількість різноманітних програм з професійного навчання. Вибір програми навчання та сертифікації залежить від таких факторів, як:

– практична користь сертифікації, якість отриманих знань та можливості їх практичного застосування;

– фінансові можливості та наявність вільного часу на навчання;

– цілі майбутнього працевлаштування, обізнаність потенційних роботодавців з міжнародними сертифікаціями;

– знання іноземної мови тощо [3].

За даними аналітичних досліджень, найбільш популярними серед роботодавців та найпоширенішими в Україні бухгалтерськими сертифікаціями з питань міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності є CAP/CIPA і ACCA DipIFR (rus) [3].

Сертифікат із кваліфікацією CAP (Certified Accounting Practitioner – сертифікований бухгалтер-практик) підтверджує здатність фахівця вести систему бухгалтерського обліку на підприємстві та складати всі основні звіти, включаючи податкові декларації, володіння відповідними компетенціями, а також такими

рівнями пізнавальних навичок, як знання, застосування, аналіз [4].

Сертифікацію CIPA (Certified International Professional Accountant – сертифікований міжнародний професійний бухгалтер) проводить Євразійська Рада сертифікованих бухгалтерів та аудиторів, штаб-квартира якої знаходиться в Республіці Казахстан (ECCAA – Eurasian Council of Certified Accountants and Auditors) [4]. Фахівець із кваліфікацією CIPA може продемонструвати навички синтезу й оцінки; він не лише володіє правилами ведення обліку й складання звітності, але й розбирається в суміжних науках, таких як аудит, управлінський облік, інформаційні технології, податки, фінансовий аналіз.

Сертифікація CAP/CIPA передбачає кілька рівнів навчання тривалістю трохи більше року. Для того, щоб отримати сертифікати CAP/CIPA, необхідно скласти письмові іспити з фінансового обліку, управлінського обліку, оподаткування, правознавства, аудиту, фінансового менеджменту, управлінських інформаційних систем [4].

Сертифікати CAP/CIPA в Україні видають своїм членам чотири професійні організації, зокрема:

– Українська асоціація сертифікованих бухгалтерів і аудиторів (УАСБА) [5];

– Українське товариство фінансових аналітиків (УТФА) [6];

– Федерація аудиторів, бухгалтерів і фінансистів агропромислового комплексу України (ФАБФ АПКУ) [7];

– Федерація професійних бухгалтерів та аудиторів України (ФПБАУ) [8].

Варто зауважити, що сертифікати CAP та CIPA популярні у компаній-роботодавців малого та середнього бізнесу, а також в аудиті.

ACCA – сертифікація, яку проводить Асоціація сертифікованих присяжних бухгалтерів Великобританії (ACCA – The Association of Chartered Certified Accountants) [9]. Фахівець з дипломом з міжнародної фінансової звітності ACCA DipIFR отримує поглиблене розуміння основних принципів і правил МСФЗ, знання конкретних вимог МСФЗ щодо визнання, оцінки, подання та розкриття елементів фінансової звітності, навички складання фінансової звітності за МСФЗ, в тому числі консолідованої фінансової звітності та досвід формування професійного судження з питань практичного застосування МСФЗ [9]. Диплом ACCA DipIFR визнається на міжнародному рівні. Даний документ видається при проходженні повного курсу на отримання професійного сертифікату ACCA англійською мовою. Для отримання диплому необхідно скласти один іспит із МСФЗ. Диплом з Міжнародної фінансової звітності ACCA DipIFR популярний у компаній-роботодавців великого бізнесу та аудиторських фірм.

Таким чином, існуючі програми сертифікації з питань міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності є обов'язковою вимогою сучасності для фахівців, які працюють у великих іноземних компаніях, провідних аудиторських компаніях, НБУ, а також важливим фактором для працедавців. Дані програми є універсальною комбінацією теорії та практики освоєння міжнародних стандартів фінансової звітності. А вдале проходження

процедури сертифікації та отримання відповідного документа (сертифікату, диплому) підтверджують, що його власник має достатній практичний досвід, професійні знання, навички і вміння для виконання роботи, щодо якої проходив навчання.

Список використаної літератури:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV (редакція від 01.07.2021р.). Електронний ресурс. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text (дата звернення: 23.10.2021).
2. Жолнер, І.В. Фінансовий облік за міжнародними та національними стандартами. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
3. Вісник «Офіційно про податки». 2017. №25/Д (16). Електронний ресурс. URL: http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100005204-navchannya-mizhnarodnim-standartam (дата звернення: 26.10.2021).
4. Міжнародна спільнота CIPA-Україна. URL: www.capcipa.ua (дата звернення: 25.10.2021).
5. Українська асоціація сертифікованих бухгалтерів і аудиторів. URL: www.uacaa.org (дата звернення: 25.10.2021).
6. ГО «Українське товариство фінансових аналітиків». URL: www.usfa.org.ua (дата звернення: 25.10.2021).
7. ВПГО «Федерація Аудиторів, Бухгалтерів і Фінансистів АПК України». URL: www.faaf.org.ua (дата звернення: 25.10.2021).
8. Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України. URL: www.ufpaa.org (дата звернення: 25.10.2021).
9. Асоціація присяжних сертифікованих бухгалтерів (ACCA). URL: www.accaglobal.com (дата звернення: 25.10.2021).

Дяченко Розалія Вікторівна,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності 071 «Облік і оподаткування»,
Королович Оксана Омелянівна,
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівський державний університет

ЗМІСТ ТА ЗНАЧЕННЯ КАЛЬКУЛЮВАННЯ

Собівартість – важливий якісний показник, який відображає результати господарської діяльності підприємства, а також є інструментом оцінки техніко-економічного рівня виробництва і праці, якості управління та ін. Вона виступає як вихідна база для формування цін, а також безпосередньо впливає на величину прибутку та рівень рентабельності продукції. Калькулювання – сукупність прийомів аналітичного обліку витрат на виробництво й розрахункових процедур визначення собівартості продукту [1; с.169]. Калькулювання спрямовано на виявлення собівартості результату виробництва. Об'єктами калькулювання

виступають вироби, напівфабрикати різного ступеня готовності, часткові продукти (деталі, вузли), роботи і послуги.

Достовірність результатів калькулювання залежить від ступеня відповідності об'єкту обліку витрат та об'єкту калькулювання. Чим більше вони будуть співпадати, тим більше витрат будуть прямо включені до собівартості конкретних видів продукції, і тим точніше можна буде визначити собівартість виробів. Об'єкт обліку часто значно ширший об'єкту калькулювання. Це відбувається, по-перше, якщо немає можливості вести відокремлений аналітичний облік по кожному виду продукції; по-друге, коли ведення відокремленого обліку є недоцільним (наприклад, між окремими різновидами продукції встановлена залежність, яка визначає ступінь варіювання витрат по кожній з них); по-третє, коли ведення аналітичного обліку витрат по окремих видах продукції можливо і доцільно, але через недосконаліть організації ведеться, так званий "котловий" облік по відносно великих підгрупах продукції з наступним умовним розподілом витрат між окремими калькуляційними об'єктами [2; с.253].

Інформація, що міститься в калькуляціях, має не тільки бухгалтерське значення, але й є важливим засобом управління процесом формування собівартості. Тому калькуляції повинні містити науково обґрунтований мінімум показників, необхідних для економічної роботи.

Калькулювання як процес включає: статті групування витрат; розмежування витрат між об’єктами калькулювання і визначення собівартості продукції, робіт, послуг; відображення собівартості виробів у калькуляції; контроль плану із собівартості щодо нормативу; аналізу собівартості та визначення результату. Отже, калькулювання – це групування, розмежування та розподіл витрат між об’єктами калькуляції, обчислення їх фактичної собівартості з метою контролю за результатами праці прийняття управлінських рішень щодо підвищення ефективності виробництва. Калькулювання є широким поняттям, воно включає такі частини як калькуляційний облік та калькуляцію.

Оцінка виконання прийнятого підприємством або його підрозділом плану залежить від своєчасності калькулювання, яке необхідне для аналізу причин відхилень від планових завдань за собівартістю. Дані фактичних калькуляцій використовуються для наступного планування собівартості, для обґрунтування економічної ефективності впровадження нової техніки, вибору сучасних технологічних процесів, проведення заходів по підвищенню якості продукції. За результатами калькулювання можна прийняти рішення про проведення ремонту самостійно або з використанням послуг сторонніх підприємств [1; с.289].

Тривалий час калькуляційні системи мали лише одну мету – оцінити запаси готової продукції і напівфабрикатів власного виробництва, що необхідно для внутрішньовиробничих цілей, складання внутрішньої бухгалтерської звітності, а також визначення прибутку. Не зважаючи на важливість цього завдання, колишні системи калькулювання не містили інформації, необхідної для виконання багатьох управлінських завдань. Сучасні системи калькулювання більш збалансовані. Інформація, яка міститься в них, не тільки дозволяє виконувати традиційні завдання, але й допомагає при:

– визначенні цілеспрямованості подальшого випуску продукції;
– встановленні оптимальної ціни на продукцію;
– оптимізації асортименту продукції, що випускається;
– оцінці якості роботи управлінського персоналу.

Оцінка виконання прийнятого підприємством або його підрозділом плану залежить від своєчасності калькулювання, яке необхідне для аналізу причин відхилень від планових завдань за собівартістю. Дані фактичних калькуляцій використовуються для наступного планування собівартості, для обґрунтування економічної ефективності впровадження нової техніки, вибору сучасних технологічних процесів, проведення заходів по підвищенню якості продукції. За результатами калькулювання можна прийняти рішення про проведення ремонту самостійно або з використанням послуг сторонніх підприємств [1; с.289].

Список використаної літератури:

1. Белоусова И. Проблеми впровадження управлінського обліку на підприємствах / Бухгалтерський облік та аудит. - 2006. - №5. с.12-16
2. Ткаченко Н.М. Теоретико-методологічні аспекти формування бухгалтерського фінансового обліку. – К.: А.С.К., 2011. – 348 с.

Заяць Ольга Євгенівна,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності 071 «Облік і оподаткування»,
Зозуляк Марта Михайлівна,
ст. викладач кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівського державного університету

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ

В управлінській діяльності підприємств важливу роль відіграє обліково-аналітична діяльність. Її значення підвищується при реформуванні, відповідно до міжнародних стандартів, фінансової звітності. На сьогоднішній день обліковий працівник є не тільки рахівником, котрий фіксує події господарського життя, а й фахівцем, здатним зрозуміти і оцінити будь-які явища, передбачити їх, запропонувати шляхи вирішення проблеми. Для цього на підприємствах необхідно створювати і реалізовувати обліково-аналітичну систему - об’єднання бухгалтерського обліку, аналізу, внутрішнього аудиту та контролю в єдину систему у зв’язку з їх загальною цільовою спрямованістю.

Аналіз теоретичних і практичних питань формування обліково-аналітичного забезпечення довів, що в цілому ця проблема була досліджена великою кількістю вітчизняних та зарубіжних вчених, а також економістами-практиками, які висловлюють свої точки зору про сутність і функціональні можливості обліково-аналітичних систем в цілому (Ф.Ф. Бутинець, В.Є. Швець, Й.Я. Даньків, М.В. Реслер, М.Я. Остап'юк, В.Ф. Яценко, Л.М. Потапюк, В. Горбачевський, В. Царук

та інші).

Як стверджують Ф.Ф. Бутинець, В.Є. Швець, у світовій практиці історичний досвід формування інформаційно-аналітичного забезпечення систем управління суб'єктами господарювання у торгівлі почав привертати увагу вчених у XIX ст. Відомо, що професор математики Лючіні на прохання членів Міланської академії рахівників у 1869 році підготував лекцію з історії облікової практики, на якій оприлюднив відомості про першу друковану книгу, присвячену обліково-аналітичному забезпеченню діяльності торговельної спілки, автором якої був Лука Пачолі. Відтоді вчені високорозвинених країн всебічно досліджували питання історичного досвіду інформаційно-аналітичного забезпечення систем управління суб'єктами господарювання у різних галузях підприємництва; започаткувалися конференції з питань історії облікової практики, видавалися наукові часописи [1; 2].

Даньків Й. Я. та Потапюк Л. М. у своїх працях зазначають, що поява чисельних українських організацій кооперативного типу на законодавчому рівні вимагала впровадження у них практичної бухгалтерії (рахівництва): «…для українців-галичан і буковинців організовуються фінансово-господарські і професійні курси, видається економічна література з метою заохочення до активної економічної та господарської діяльності, облік вступає на новий щабель свого розвитку…»[3; 4].

Головним джерелом історичного досвіду з проблеми інформаційно-аналітичного забезпечення систем управління були фахові друковані видання: монографії, підручники та наукові статті часів УНР (1918–1920) [5].Одним із таких джерел, маловідомих в економічній літературі, є праця Олександра Грановського «Зразки й форми ділових паперів та торгових листів» (Київ: Самоосвіта, 1918) [6]. За структурою праця містить дві частини, у першій з яких наведено 49 зразків договорів, прохань, довіреностей і векселів. Зразки оформлення ділових документів забезпечували інформацією як державні органи, так і суб'єктів господарювання, серед яких здебільшого були підприємства торгівлі [6]. Для діяльності видавництва «Самоосвіта» на той час були характерними видання, пов'язані з поширенням української мови у всі сфери суспільно-політичного і господарського життя у зв'язку з розбудовою незалежної держави [6].

На думку Швець В.Є., особливої уваги заслуговують облікові реєстри, призначені для інформаційно-аналітичного забезпечення операцій з векселями, оскільки із впровадженням в Україні стандартів обліку, орієнтованих на міжнародний досвід, адаптований в ринкових умовах, бухгалтери зустрілися з проблемою відсутності форм реєстрів, які б відповідали новим умовам господарювання, тоді як вже існували такі форми книг з українською термінологією [5].

Кінець XX та початок XXI століття стали періодом значних та бурхливих змін у зовнішньому середовищі бізнесу: конкуренція в багатьох галузях набула глобального характеру, темпи впровадження інноваційних технологій у виробництво зростають з прискореною швидкістю, більш жорсткими стають

стандарти якості продукції та послуг, стрімко розширюються можливості інформаційних систем і технологій, посилюється контроль з боку суспільства до впливу діяльності підприємств на стан навколишнього середовища, спостерігається дефіцит та висока ціна енергетичних ресурсів [9]. Керівництво підприємств зрозуміло, що окрім функціональних поглядів на процеси їм потрібні нові елементи, які дозволять дати відповідь на зовнішні виклики та зберегти життєдіяльність бізнесу.

За останні два десятиліття на вітчизняних підприємствах відбулися зміни в еволюції функцій управління. Зокрема, як зазначає В.Ф. Яценко, планування трансформувалося у програмно - цільове планування (бюджетування), управління збутом та реалізацією – в маркетинг, бухгалтерський, статистичний, оперативний обліки та економічний аналіз – в систему обліково-аналітичного забезпечення управління [7]. Всі ці процеси зумовили необхідність здійснення системної інтеграції різних функцій управління підприємством, створення організаційної та методологічної основи для інформаційної підтримки процесу прийняття рішень.

Історичний розвиток здійснення бухгалтерського обліку зумовлено національними особливостями, відокремленістю та соціально-економічними умовами різних держав [8].

Отже, обліково-аналітична система підприємства повинна відповідати вимогам формування необхідних облікових даних, що забезпечують виконання її аналітичної та контрольної функцій.

Список використаної літератури:

1. Бутинець, Ф.Ф. Історія розвитку бухгалтерського обліку: навч. посіб. – Житомир: ЖІТІ, 1999. – 928 с.

2. Швець, В.Є. Розвиток обліково-аналітичних систем суб'єктів господарювання в Україні: моногр./Володимир Швець. − Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 448 с.

3. Даньків, Й.Я. Історичні аспекти становлення і розвитку бухгалтерської науки в Україні кінця XVIII і початку XXI століть / Й.Я. Даньків, М.Я. Остап'юк // Науковий вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2009. №1 (47). С. 86-93.

4. Потапюк, Л.М., Потапюк, І.П. Соціально-педагогічні засади розвитку системи національної кооперативної освіти на західноукраїнських землях (кінець XIX – початок XX століття) // Економічний форум. Серія «Економічна теорія та економічна історія». Збірник наукових праць Луцького НТУ. 2017. Вип. № 1. С. 11-18.

5. Швець, В.Є. Досвід обліково-аналітичного забезпечення діяльності підприємств торгівлі за часів Української Народної Республіки /В.Є. Швець // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: зб. наукових праць / відп. ред. О.Є. Кузьмін. – Львів: Львівська політехніка. 2012. С. 259-264.

6. Розвиток обліково-аналітичного забезпечення системи менеджменту підприємств: колективна монографія / За ред. проф. Куцика П.О. та проф. Пилипенка Л.М. – Львів: Растр-7, 2019. – 309 с. Електронний ресурс. URL:

https://oaz.conf.lviv.ua/wp-content/uploads/2019/10/Mono-Conf-4MOAZSMP-2019.pdf (дата звернення: 27.10.2021).

7. Яценко, В.Ф. Теоретико-методологічний генезис сутності та змісту обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством. Вісник ЖДТУ. 2013. №3 (65) Серія: Економічні науки. С. 75–83.

8. Царук В. Історичні засади розвитку бухгалтерського обліку як елемента системи корпоративного управління. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2019. №1-2. С. 15-25.

9. Реслер, М.В. Обліково-аналітичне забезпечення: розвиток та формування для потреб менеджменту / М.В. Реслер // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2013. Вип. 2 (39). С. 220-223. (Серія: Економіка). Електронний ресурс. URL:htts://elibrary.ru/contents.asp?id=34217750 (дата звернення: 27.10.2021).

Кафка Софія Михайлівна,
д.е.н., професор, в.о. завідувача кафедри
обліку та оподаткування,
Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу

МОДЕЛЬ КОНТРОЛЮ ЗА ПІДПРИЄМСТВАМИ, ЯКІ ВКЛЮЧАЮТЬСЯ ДО КОНСОЛІДОВАНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МСФЗ 10

Материнське підприємство зобов'язане готувати консолідовану фінансову звітність групи для цілей управління, до якої включають показники діяльності усіх його дочірніх підприємств, окрім випадків передбачених в п. 4 МСФЗ 10 «Консолідована фінансова звітність» [1, 2]. Підприємство консолідує об'єкт інвестицій з дати отримання контролю над цим об'єктом (п. 5) і до моменту втрати контролю над ним (Б97) [1].

Оцінювання наявності контролю над об'єктом інвестування є пріоритетом для прийняття рішення щодо включення показників окремої фінансової звітності підприємства, що контролюється, до консолідованої звітності. Звідси дослідження моделі контролю та алгоритму прийняття рішення про його наявність чи відсутність дозволяє прийняти рішення чи включати об'єкт інвестицій до консолідованої звітності.

Материнське підприємство-інвестор контролює об'єкт інвестування тоді, коли воно має владні повноваження щодо об'єкта інвестування (п. 10-14), зазнає ризиків або має права щодо змінних результатів діяльності об'єкта інвестування (п. 15 та 16) та здатне використовувати свої владні повноваження щодо об'єкта інвестування з метою впливу на результати інвестора (п. 17 та 18) [1, 3, 4].

Розуміння об'єкта інвестування, його сутності, умов володіння, визначення цілей і структури об'єкта інвестицій, встановлення значних видів діяльності, визначення способів прийняття рішень щодо значних видів діяльності вимагає від

управлінського персоналу провести аналітичну роботу, перш ніж досліджувати модель контролю та її основні елементи.

Визначення того, чи має інвестор владні повноваження, залежить від значущих видів діяльності, способу прийняття рішень стосовно значущих видів діяльності та прав, які має інвестор та інші сторони стосовно об'єкта інвестування. Тому для оцінки того, чи існують владні повноваження, слід розглядати лише суттєві права та права, які не є правами захисту інтересів інвесторів. Треба встановити, яким чином приймаються стратегічні рішення щодо значних видів діяльності: шляхом голосування (потенційні права голосу, інші домовленості згідно договору, правомочність де-факто) чи іншим способом (особливі взаємовідносини, значне реагування на ризик зміни доходів тощо).

Щоб контролювати об'єкт інвестицій, інвестор оцінює чи несе він ризики (або має права на отримання) доходів, що змінюються, пов'язаних з його участю в об'єкті інвестування. Інвестор зазнає ризиків, або має право щодо змінних результатів діяльності об'єкта інвестування у випадку, якщо результати інвестора від його участі мають потенційну здатність змінюватися внаслідок зміни показників діяльності об'єкта.

Змінні результати діяльності об'єкта інвестування можуть бути як тільки додатними і тільки від'ємними, так і одночасно додатними та від'ємними.

Такі доходи можуть надходити з таких джерел як:

– дивіденди, інші економічні вигоди від об'єкта інвестування, а також зміни вартості інвестиції інвестора в такому об'єкті інвестування;

– винагорода за обслуговування активів або зобов'язань об'єкта інвестування;

– гонорар;

– ризик збитків від надання кредитної підтримки або забезпечення ліквідності, частки в активах та зобов'язаннях об'єкта інвестування при ліквідації такого об'єкта інвестування;

– податкові пільги;

– доступ до майбутньої ліквідності, яку інвестор має завдяки своїй участі в об'єкті інвестування;

– доходи, недоступні для інших власників часток участі.

Перелік таких джерел свідчить про досить широкий спектр змінних результатів діяльності об'єкта інвестування.

Інвестор контролює об'єкт інвестування, якщо інвестор не лише має владні повноваження щодо об'єкта інвестування та має права щодо змінних результатів діяльності об'єкта інвестування чи несе пов'язані з ними ризики, але й здатний скористатися своїми власними повноваженнями, з метою впливу на результати діяльності об'єкта інвестування. Якщо інвестор, є агентом, то зв'язок між цими елементами відсутній.

Список використаної літератури:

1. МСФЗ 10 «Консолідована фінансова звітність» : затв. наказом М-ва фінансів України від 01.01.2013 р. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_065#Text (дата звернення :

03.10.2021).

2. МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» : затв. наказом М-ва фінансів України від 01.01.2012. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_006#Text (дата звернення : 03.10.2021).

3. Пантелеєв В. П., Безверхий К. В. Консолідація фінансової звітності групи підприємств: від теорії до практики. URL: https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Bezverhiy2015052218.pdf (дата звернення: 14.10.2021).

4. Остап'юк Н. А., Семчук І. В. Консолідована фінансова звітність в системі внутрішнього контролю групи підприємств. Міжнародний збірник наукових праць. Вип. 1(16). С. 183-192. URL: http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5112/1/20.pdf (дата звернення: 03.10.2021).

Колесник Стелла-Валентина Петрівна,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
Максименко Діана Вікторівна,
к. е.к. н., доцент, завідувач кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу
Мукачівський державний університет

ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Фінансове регулювання (англ. *Financial regulation*) — форма регулювання або нагляду, яка підпорядковує фінансові установи певним вимогам, обмеженням та керівним принципам, спрямованим на збереження цілісності фінансової системи. Це може бути вирішено як урядовою, так і недержавною організацією. Фінансове регулювання також вплинуло на структуру банківських секторів шляхом збільшення різноманітності наявних фінансових продуктів [1].

Органи фінансового регулювання по країнах:

– США - Федеральна резервна система ("Fed"), комісія з цінних паперів і бірж (SEC), служба регулювання галузі фінансових послуг (FINRA), комісія з торгівлі товарними ф'ючерсами (CFTC), федеральна корпорація зі страхування вкладів (FDIC).
– Велика Британія - Банк Англії (BoE).
– Німеччина – Федеральне управління фінансового нагляду (BaFin).
– Китай - Комісія з регулювання банківської діяльності (CBRC).
– Індія - Резервний банк Індії (RBI).
– Україна - Національний банк України (NBU).[1]

Регулювання в управлінні є однією з його загальних функцій, яка полягає в підтримці заданих параметрів в керованій системі шляхом усуненні відхилень і недоліків з боку керівних систем через вживання відповідних заходів, що пов'язує, таки чином, систему управління з зовнішнім середовищем. Так, організація як відкрита система може успішно функціонувати в зовнішньому середовищі та протидіяти негативним чинникам його впливу лише тоді, коли вона

в змозі змінюватися відповідно до швидкості змін в середовищі. Оскільки цей процес має підтримуватися постійно, функція регулювання має забезпечувати своєчасну реакцію системи на зміни та спрямована на адаптацію до зовнішнього середовища. Невизначеність щодо остаточного формулювання терміну «регулювання» зумовлена переважною концентрацією уваги дослідників на різних сферах економічного регулювання, серед яких найбільш дослідженими є фінансове, валютне, бюджетне, податкове, правове. В середовищі вітчизняних вчених та на пострадянському просторі фінансове регулювання розглядається як в широкому, так і в вузькому сенсі. Широкий погляд на сутність фінансового регулювання полягає у його визначенні як впливу держави на економічні й соціальні процеси шляхом перерозподілу фінансових ресурсів серед певних сегментів ринку задля запобігання можливих або усунення наявних диспропорцій та забезпечення макроекономічної рівноваги з використанням відповідних форм, методів та інструментів.

Економічні процеси (фази) – розвиток процесів безпосереднього виробництва, розподілу, обміну і споживання та дія зумовлених цими процесами виробництва спільних законів і властивих їм суперечностей.[2]

Послідовність економічних процесів змінюється залежно від форми економічних відносин. Економічні процеси розгортаються, переплітаються і тісно взаємодіють один з одним, відображаючи рух економічного базису суспільства. Життєві блага, знаходячись кожного разу на певній фазі відтворення, і виробляються, і розподіляються, і обмінюються, і споживаються, щоб зумовити новий цикл. Систематизація економічних відносин через фази відтворення дає дещо спрощене уявлення про них, оскільки в процесі виробництва не лише створюється продукт, який згодом розподіляється, обмінюється і споживається, а й формуються фактори його розподілу, обміну і споживання. Економічний закон розподілу за працею, закон вартості, наприклад, мають своїми причинами (сторонами причинно-наслідкового зв'язку) безпосередньо працю, тобто початок процесу виробництва [2].

Список використаної літератури:

1. Фінансове регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Фінансове_регулювання.
2. Економічна енциклопедія: У трьохтомах. Т. 1. / Редкол.:С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр.

Крочак Оксана Іванівна,
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування,
Уманський національний університет садівництва

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ У БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

Бюджетні установи є органами державної влади та місцевого самоврядування, які повністю утримуються за рахунок державного чи місцевого

бюджету. Їх діяльність є досить різноманітною. До них належать заклади освіти, охорони здоров'я, бібліотеки, судові органи, органи місцевої влади та державного контролю, міністерства та відомства, незалежне судочинство тощо. Особливістю діяльності цих установ є те, що отримання прибутку не є метою їх діяльності. Бюджетні установи мають на меті отримати передбачених планами та кошторисами показників, виконання поставлених в статуті або програмі фінансування завдань та функцій.

У бюджетних установах порядок ведення бухгалтерського обліку регламентується Державним казначейством України за погодженням з Міністерством фінансів України відповідно до національних стандартів бухгалтерського обліку.

Облік у бюджетних установах ведеться відповідно до загальноприйнятих у міжнародній практиці принципів. Виконує управлінську, контрольну та інформаційну функції. Бюджетні установи мають специфічні функції, що впливає і на виділенні власних специфічних об'єктів. У зв'язку з цим, бюджетні установи мають власну нормативну та методичну базу бухгалтерського обліку

Для виконання статутних завдань бюджетні установи отримують бюджетні асигнування, для здійснення платежів на утримання установи з метою виконання поставлених перед ними завдань. Тому, бухгалтерський облік в них складається з обліку виконання державного та місцевого бюджетів та бухгалтерського обліку безпосередньо самої бюджетної установи. Такий облік потребує удосконалення методології та переходу на єдині методологічні засади бухгалтерського обліку і звітності, а також створення уніфікованого організаційного та інформаційного забезпечення бухгалтерського обліку [2].

Одним із методів удосконалення обліку у бюджетних установах є використання в них управлінського обліку. Управлінський облік визначається як сукупність методів та процедур, які забезпечують підготовку та надання інформації для планування, контролю і прийняття рішень на різних рівнях управління підприємством, установою, організацією.

Управлінський облік, згідну Закону України «Про бухгалтерський облік і звітність в Україні» в підприємствах, організаціях та установах є не обов'язковим [3]. Він не тільки не регламентується, а й не передбачається Планом рахунків бюджетних установ (на відміну від Плану рахунків з обліку виконання бюджету). Основні причини вибору ефективних методів ведення та організації управлінського обліку в бюджетних установах є такі:

- у великих бюджетних установах, бюджет яких вимірюється десятками мільйонів гривень, у тому числі доходи і видатки за спеціальним фондом досягають двох третин. Виникає потреба в отриманні інформації не тільки в розрізі кодів бюджетної класифікації, а й за структурними підрозділами (відділеннями, факультетами тощо);

- управлінський облік орієнтується на докладний облік витрат (видатків) і калькулювання собівартості нематеріальних послуг. На сьогодні методика калькулювання таких послуг (освітніх, медичних, культурних, юридичних) потребує наукового обґрунтування. Існує необхідність адаптації категорій методів

обліку і калькулювання, об'єктів калькулювання, калькуляційних одиниць та похідних від них до методики калькулювання нематеріальних послуг [2].

Управлінський облік у бюджетних установах перебуває на початковому етапі становлення, але впевнено розвивається. Так, бюджетні установи Збройних сил України планують видатки і ведуть їх облік за кошторисом Міністерства оборони України в розрізі різних служб (речової, продовольчої, медичної тощо) [1]. Ця інформація використовується для оперативного управління видатками на відомчому рівні, тобто формується система управлінського обліку з деталізацією за центрами виникнення витрат і центрами відповідальності [4].

Облік у бюджетних установах є одним з важливих галузевих обліків в Україні, нормативна база якого продовжує розвиватися і сьогодні. Удосконалення методології та перехід на єдині методологічні засади бухгалтерського обліку і фінансової звітності, створення уніфікованого підходу щодо організаційно-інформаційного забезпечення обліку дасть змогу модернізувати систему обліку та звітності у бюджетній сфері.

Список використаної літератури:

1. Джога Р. Облік у бюджетних установах: основи побудови, нормативна база, реформування / Р. Джога // Бухгалтерський облік і аудит. - 2005. - № 8-9. – С. 36.

2. Прохорова О.С. Напрями реформування обліку і контролю в бюджетних установах / О.С. Прохорова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. - 2008. - №3. – С. 224-229.

3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996. Електронний ресурс. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14.

4. Романченко Ю.О. Облік у бюджетних установах: стан та перспективи розвитку. Електронний ресурс. – Режим доступу: http://magazine.faaf.org.ua/oblik-u-byudzhetnih-ustanovah-stan-ta-perspektivi-rozvitku.html.

Кучеренко Тамара Євгеніївна,
д.е.н., професор кафедри обліку і оподаткування,
Уманський національний університет садівництва

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

У процесі реформування бухгалтерського обліку як на міжнародному рівні, так і в Україні суттєві зміни внесені у методологічні засади складових компонентів сукупного доходу, зокрема, доходів звітного періоду, їх визнання у процесі реалізації, принципи реалізації, визнання іншого сукупного доходу та відображення їх у звіті про фінансові результати (перший розділ ф. № 2) і у звіті про інші сукупні доходи (другий розділ ф. № 2). В міжнародній практиці допускається формування інформації про фінансові результати та інші сукупні доходи або в одному фінансовому звіті, або у двох.

Бухгалтерський прибуток, який розраховується у звіті про фінансові результати, використовується, як правило, для розрахунку податку на прибуток, є підставою для розподілу прибутку, нарахування дивідендних виплат тощо. Інший сукупний дохід, що відображається у другому розділі форми № 2 національної фінансової звітності, характеризує «доходи і витрати, які не включені до фінансових результатів підприємства» і які, як правило, призводять до змін окремих складових власного капіталу [7].

Незважаючи на те, що принципи, організація та методологія формування звіту про фінансові результати (звіту про сукупні доходи) на національному рівні відповідають міжнародним стандартам фінансової звітності, все ж існує ряд розбіжностей в частині концептуальних підходів щодо визначення, визнання доходів, витрат звітного періоду, інших сукупних доходів. Також існує ряд проблем в національних і міжнародних стандартах фінансової звітності щодо класифікації доходів і витрат звітного періоду та інших сукупних доходів і витрат як з точки зору економічно однорідних, близьких за змістом господарських операцій, так і позицій їх впливу на кінцеві показники фінансових результатів та інших сукупних доходів, що в певній мірі спотворює їх, а отже не надає впевненості у їх достовірності.

Дискусійні аспекти складових фінансових результатів та інших сукупних доходів відповідно до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» розглядаються у працях Дерій В.А. [1], Воськало Н.М., Воськало В.І. [2], Ганусич В.О. [3] , Гуріна Н.В. [4], Попович О.В., Діденко Н.Ю. [8] та багатьох інших науковців.

Інформація про фінансові показники допомагає користувачам зрозуміти прибуток, який суб'єкта господарювання отримав від контрольованих економічних ресурсів, а також дає уяву як управлінський персонал виконав свої обов'язки для ефективного та результативного використання ресурсів суб'єкта господарювання. Одночасно, Концептуальна основа складання фінансової звітності виокремлює ту частину фінансових результатів, яка не виникає внаслідок отриманням додаткових ресурсів безпосередньо від інвесторів та кредиторів: «Переоцінка або перерахунок активів та зобов'язань веде до зменшення або збільшення власного капіталу. Хоча це збільшення або зменшення відповідає визначенню доходу та витрат, воно не входить до складу звіту про прибутки та збитки згідно з певними концепціями збереження капіталу. Замість цього дані статті входять до складу власного капіталу як коригування збереження капіталу або як резерви переоцінки» [5]. Таким чином, усі зміни цін, які впливають на активи та зобов'язання суб'єкта господарювання, розглядаються як зміни в оцінці фізичної виробничої потужності суб'єкта господарювання, а тому вважаються коригуванням збереження капіталу, що є частиною власного капіталу, а не прибутком.

Згідно МСБО 1 «Подання фінансової звітності» частина власного капіталу, яка утворилася внаслідок його збільшення за рахунок переоцінки активів, визнається іншим сукупним прибутком, що «…містить статті доходів або витрат (включаючи коригування перекласифікації), які не визнані у прибутку або збитку,

як вимагають або дозволяють інші МСФЗ» [6]. НПСБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» класифікує такі операції як «інший сукупний дохід – доходи і витрати, які не включені до фінансових результатів підприємства» [7]. За своїм економічним змістом такі операції не є доходами чи витратами, оскільки безпосередньо впливають на величину окремих складових власного капіталу, наприклад, капіталу у дооцінках. Деякі господарські операції безпосередньо збільшують прибуток, наприклад, недоамортизована частина дооцінених основних засобів, нематеріальних активів, які реалізовують; реалізація основних засобів, нематеріальних активів, придбаних за рахунок цільових фінансувань чи отриманих безкоштовно, які мають залишкову вартість, деякі інші операції.

На наш погляд, питання щодо облікового відображення операцій з необоротними активами за операціями із зміною їх справедливої вартості слід відображати безпосередньо через зміни власного капіталу.

Список використаної літератури:

1. Дерій В.А. Проблеми обліку витрат і доходів підприємства та перспективи їх вирішення в Україні. Бухгалтерський облік і аудит. 2008. № 4. С. 7–11.

2. Воськало Н.М., Воськало В.І. Обліково-податкові аспекти розкриття інформації про доходи підприємства // Причорноморські економічні студії. 2020. Випуск 51. С. 195-200.

3. Ганусич В.О. Поняття сукупного доходу та його відображення у фінансовій звітності // Науковий вісник Ужгородського університет. 2014. Серія Економіка. Випуск 3 (44). С. 169-172.

4. Гуріна Н.В. Економічна сутність доходів та їх класифікація: проблеми і шляхи вирішення // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Випуск 12. Частина 1. С. 203-205.

5. Концептуальна основа фінансової звітності // [Електронний ресурс] Режим доступу - http://www.minfin.gov.ua/file/link/392433/file/c.pdf

6. Міжнародний стандарт фінансового обліку 1 «Подання фінансової звітності» // [Електронний ресурс] Режим доступу - http://www.minfin.gov.ua/file/link/392433/file/c.pdf

7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 „Загальні вимоги до фінансової звітності”, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.13. №73 // https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13

8. Попович О.В., Діденко Н.Ю. Тлумачення економічної сутності категорії «дохід». Економіка і суспільство. 2016. Вип. 7. С. 975-978.

Ліба Наталія Степанівна,
д.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет

РОЗВИТОК БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ПРОФЕСІЇ В УКРАЇНІ:

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Для ефективного функціонування будь-якої структури в умовах ринкової економіки потрібно, щоб її учасники, приймаючи рішення, мали правдиву й об'єктивну інформацію про майно, грошовий та фінансовий стан, результати роботи організації, а також особливості їх формування і на своєму підприємстві, і у партнерів. Таку інформацію надає бухгалтер.

Сьогодні бухгалтери вже перестають бути фіксаторами здійснених подій, а стають активними учасниками системи менеджменту підприємства, приймаючи на себе додаткові функції аналітика, прогнозиста, контролера тощо. За таких умов бухгалтер не лише стає фінансовим порадником, а й бере участь у формуванні управлінської політики.

Сьогодні поняття «професійний бухгалтер» застосовується до осіб, які працюють у сферах, пов'язаних із бухгалтерським обліком, аудитом, фінансами та оподаткуванням, та мають відповідну підтверджену кваліфікацію [1].

На думку бухгалтерів-практиків сьогодні необхідно робити ряд кроків, які допоможуть у майбутньому, а саме: перехід на хмарні технології; використання штучного інтелекту; вивчення криптовалют та блокчейну; навчання впродовж життя та розвиток комунікативних навичок [3].

Важливим є зміна філософії підготовки облікових фахівців через перехід від отримання на виході начального процесу бухгалтера, що здійснює просту реєстрацію фактів господарського життя до бухгалтера-аналітика, що є ключовою постаттю прийняття управлінських рішень з елементами Big Data Analysis та інших технологічний інновацій.

Розвиток підходів до підготовки облікових фахівців повинен здійснюватись за наступними напрямами, шляхом [2]:

1) формування креативного мислення, що є відмінним від традиційного підходу в підготовці бухгалтерів через превалювання підходу до навчання обліковому процесу через призму його регламентації;

2) забезпечення орієнтації в цифровому просторі, набуття технічних навичок через вивчення технологічних інновацій, їх можливостей та стратегії застосування в діяльності конкретної бізнес-одиниці;

3) володіння іноземними мовами професійного спрямування на рівні, не нижчому В2;

4) формування емоційного інтелекту як запоруки налагодження правильної комунікації в середині компанії із врахуванням різних протидій, емоційної насиченості посадової особи та суб'єктів взаємодій задля ефективного вирішення поставлених практичних завдань;

5) формування стратегічного бачення.

Отже, на даному етапі розвиток бухгалтерського обліку і бухгалтерської професії неможливі без якісної підготовки здобувачів освіти, гідної оплати праці бухгалтерів, можливості розвиватися та вдосконалюватися, без досконалого програмного забезпечення.

Список використаної літератури:

1. Гуцалюк О.М. Сучасний бухгалтер: його місце та роль в світі / О.М. Гуцалюк. URL: http://intkonf.org/ gutsalyuk-om-suchasniy-buhgalter-yogorol-ta-mistse-v-sviti (дата звернення: 12.10.2021).

2. Лаговська О.А. Розвиток бухгалтерської професії: перспективи та проблеми/О.М. Лаговська//Актуальні проблеми розвитку обліку, аналізу, контролю і оподаткування у контексті Європейської інтеграції та сучасних викликів глобалізації: матеріали IX міжнародної науково-практичної конференції / [відповідальні за випуск: проф. Куцик П.О., проф. Воронко Р.М., доц. Марценюк Р.А.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2021. –77-78С.

3. Vetter A. 4 steps to prepare for the future of accounting / Amy Vetter // Journal of accountancy. – Режим доступу: https://www.journalofaccountancy.com/ newsletters/ 2018/nov/prepare-future-accounting.html.

Макарович Вікторія Костянтинівна,
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту,
Закарпатський угорський інститут
імені Ференца Ракоці II

ОБЛІК ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ

Комерційні банки у умовах конкурентного ринку для ефективної роботи змушені нарощувати обсяги активних операцій, так як вони приносять прибуток банку і опосередковано збільшують його капітал. Здійснення депозитних операцій передбачає розробку кожної банківської установи власної депозитної політики, під якою слід розуміти сукупність заходів комерційного банку, спрямованих на визначення форм, завдань, змісту банківської діяльності з формування банківських ресурсів, їх планування та регулювання.

Комерційні банки пропонують своїм клієнтам різні умови залучення коштів на депозити, внаслідок чого кожний вкладник може вибрати депозит, який задовольнить його індивідуальні потреби стосовно термінів депозитів, виду валюти і банківського металу, можливості поповнення вкладу та дострокового отримання коштів. Така різноманітність пропозицій щодо депозитних операцій зумовлює особливості облікового їх відображення.

Відкриття та обслуговування всіх видів депозитних рахунків передбачає складання і оформлення між банком і клієнтом відповідного договору (банківського рахунку або банківського вкладу). У договорі банківського вкладу банк, який прийняв від вкладника грошову суму, зобов'язується виплачувати вкладникові таку суму та проценти на неї на умовах і в порядку, передбачених договором.

Залучені банком депозитні ресурси відносяться до категорії фінансових зобов’язань, які є одними із видів фінансових інструментів.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про фінансові зобов'язання, до яких відносяться також залучені банком депозити, регламентуються такими МСФЗ: МСБО 32 «Фінансові інструменти: подання», МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка», МСФЗ 9 «Фінансові інструменти» [1].

В залежності від виду депозиту, облікове відображення цих операцій має власну специфіку та здійснюється в розрізі різних груп рахунків (рис.1).

Рахунки для обліку залучених коштів за своїми характеристиками відносяться до групи пасивних рахунків. За кредитом цих рахунків відображаються суми, що надійшли на депозити: безпосередньо від власника коштів і інші кошти, призначені для зарахування на депозит; нараховані відсотки, якщо умовами договору передбачено приєднання відсотків до суми депозиту. За дебетом рахунків відображають суми, що вибули з депозиту: виплачуються (перераховуються) суми депозитів; виплачуються відсотки.

Рис. 1. Облікове відображення депозитних операцій в банківських установах.

Для конкретизації інформації до зазначеного переліком рахунків відкриваються синтетичні рахунки другого порядку в розрізі видів і термінів

депозитів. Аналітичний облік по пасивних операціях ведеться на окремих особових рахунках, відкритих клієнту, згідно з договорами банківського вкладу для нарахування відсотків за рахунками. В аналітичному обліку відкриваються окремі особові рахунки з урахуванням термінів зберігання і розмірів процентної ставки. Діюча система рахунків дозволяє оперативно збирати інформацію для забезпечення обліково-операційної роботи банку.

Операції пов'язані з залученням банком грошових коштів на депозит є пасивними операціями. Але прибуток від таких операцій банк може отримати лише якщо депозитні операції будуть активними, тобто операції з розміщення банком коштів на депозит на міжбанківському ринку. Таким чином, депозитом визнають залучені або розміщені кошти на конкретних умовах зворотності з виплатою відсотків або на безвідсотковій основі, що не забезпечені з боку банку будь-якою власністю або гарантіями.

Таким чином, за рахунок вибору методологічних прийомів облікового відображення депозитних операцій наявна можливість відобразити в певному ракурсі фінансовий стан комерційного банку і його фінансовий результат та забезпечити прозорість наведеної інформації.

Список використаної літератури:

1. Фінансовий облік у банках (у контексті МСФЗ) / Литвин Н. Б. . – 2-ге вид., доп. і перероб.. – Київ : Центр учбової літератури, 2020 . – 676 с.

Матрос Олена Миколаївна,
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування,
Уманського національного університету садівництва

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

Адміністрування податку на додану вартість вже не перший рік - одна з найбільш гострих проблем, що стоїть перед податковими органами. У той же час в арбітражних судах останнім часом зростає кількість судових розглядів, пов'язаних з неправомірним нарахуванням податків та накладення штрафних санкцій на організації через помилки податкових органів. Проблемою в питанні з ПДВ можна назвати відсутність передбачуваності, яка є приводом критики від бізнесу. Існує проблема із практичним застосуванням принципу безспірності податкового кредиту та невиконання судових рішень.

Тому невипадково, що проблеми вдосконалення оподаткування доданої вартості знаходяться в центрі уваги теоретиків і практиків, які поряд з окремими заходами щодо поліпшення процесу функціонування ПДВ пропонують заходи аж до заміни податку на додану вартість податком з продажів.

Незважаючи на значну кількість досліджень [1,2,3], присвячених процесу оподаткування доданої вартості, ряд питань даної проблеми ще остаточно не вирішені.

Метою дослідження є визначення можливих напрямків удосконалення

процесу управління податком на додану вартість в аспекті формування облікової політики підприємства.

Під податковою політикою підприємства розумілася ціла система схем, методів і способів мінімізації податкових платежів, в тому числі і тих, які суперечили чинному законодавству [4]. Це призвело до суттєвих втрат бюджету в наслідок скоєних податкових правопорушень і злочинів та до дискредитації суті самого процесу податкового планування на підприємствах. У міру стабілізації економічних умов діяльності підприємств, зростання власного капіталу зміцнилося цивілізоване розуміння податкової політики підприємства, яке передбачає баланс інтересів держави і суб'єкта господарювання на основі об'єктивного дотримання податкового законодавства, як з боку підприємств, так і з боку податкових органів.

На нашу думку, податкова політика підприємства - це частина його фінансової стратегії, що представляє собою сукупність методів і заходів регулюючого характеру, які забезпечують дотримання податкового законодавства, і полягає у виборі найбільш ефективного варіанту планування і сплати податку на додану вартість з метою мінімізації відповідних податкових ризиків.

Процес управління податком на додану вартість в системі податкової політики підприємства включає формування облікової політики підприємства в частині оподаткування його доданої вартості, планування розрахункової суми податкових платежів з ПДВ, прогнозування податкових ризиків підприємства, пов'язаних зі сплатою ПДВ, і розробку заходів щодо їх зниження.

Податкова політика підприємства в досліджуваній нами сфері оподаткування включає порядок ведення окремого обліку елементів податкової бази при здійсненні підприємством операцій, що не є об'єктом оподаткування ПДВ, операцій звільнених від оподаткування ПДВ, при здійсненні операцій, які обкладаються ПДВ за різними ставками, а також порядок формування документів, необхідних для підтвердження права на застосування податкової ставки 0%.

Податкове планування дозволяє передбачити розміри податкового зобов'язання до сплати і контролювати достовірність його нарахування. У разі виникнення нових умов господарювання, планування дає можливість аналізувати податкові фактори і враховувати їх в процесі реалізації податкової політики. Однією з цілей податкового планування є зниження податкових ризиків і попередження ситуацій щодо неправомірного нарахування штрафних санкцій зі сторони фіскальних органів.

На наш погляд, податкове планування є матеріальною основою реалізації податкової політики підприємства шляхом розробки і здійснення заходів, що забезпечують досягнення цілей її податкової політики.

Податкове планування ПДВ - це сукупність законних цілеспрямованих дій платника податків, пов'язаних з використанням ним визначених прийомів і способів, а також всіх наданих законом пільг і звільнень з метою оптимізації платежів з ПДВ, а також з метою запобігання неправомірних санкцій з боку фіскальних органів.

В ході дослідження визначено сутність і зміст податкової політики підприємства в частині податку на додану вартість; досліджено зони податкових ризиків, пов'язаних із сплатою ПДВ. Розглянуто поняття податкового планування, визначено його прямий вплив на показники ефективності господарювання підприємства.

Список використаної літератури:

1. Михайловина С.О., Матрос О.М. Облікова політика аграрних підприємств як дієвий механізм регулювання бухгалтерського обліку // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2019. №3. https://doi.org/10.25313/2520-2294-2019-3-4821.
2. Нікіфорова М.О. Підстави та умови застосування принципу пріоритетності застосування податкового законодавства // Часопис Київського університету права. 2019. №. 1. С. 110-115.
3. Осадча О.О. Податкове планування та податкова оптимізація в системі управління підприємством //Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Економіка. 2019. №. 14. С. 125-130.
4. Словник фінансово-правових термінів / [за заг. ред. д.ю.н., проф. Л.К. Воронової]. 2-ге вид., переробл. і доповн. К.: Алерта, 2011. 558 с.

Мигаль Дар'я Юріївна,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
Науковий керівник: к.е.н., доцент економіки
підприємства, обліку і аудиту **Уманська В.Г.**
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

ОБЛІК РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Розглядаючи Закон України «Про оплату праці» заробітна плата (оплата праці) − це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу [1]. Якщо ж розглядати заробітну плату як соціально-економічну категорію – це вагомий рушій, що дозволяє підвищити продуктивність праці працівників і в свою чергу стимул для розвитку та підвищення конкурентоспроможності виробництва.

Облік розрахунків з оплати праці ведеться в обов'язковому порядку, тому і посідає одне із центральних місць в системі бухгалтерського обліку на підприємствах. Зокрема, адекватний та своєчасний розрахунок зобов'язань з оплати праці дозволяє підтримувати вмотивованість працівників на належному рівні та неперервність робочого процесу на підприємстві. Тому стосовно оплати праці до сьогоднішнього часу залишається актуальним питанням правильність нарахування, обліку та оподаткування заробітної плати на підприємстві.

Питання організації обліку розрахунків з оплати праці на підприємствах висвітлювали у працях відомі науковці: О. Ф. Вербило, Л.В. Мельянкова [8], Ю.М. Кулик [9], Л. Андрущенко, А. Батура, Ф. Бутинець та інші.

Основними нормативно-правовими документами з організації та регулювання оплати праці з Україні є: Закон України про оплату праці [1], Кодекс законів про працю [2], Закон України «Про відпустки» [3], Закон України «Про охорону праці» [4], Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку обчислення середньої заробітної плати» [5], П(С)БО 16 «Витрати» [6], П(С)БО 26 «Виплати працівникам» [7] та інші.

Згідно П(С)БО 26 «Виплати працівникам» організація обліку з розрахунків з оплати праці здійснюється відповідно до внутрішніх розпорядчих документів підприємства (наказ про облікову політику, положення про організацію бухгалтерського обліку тощо).

Одним із шляхів спрощення ведення обліку розрахунків з оплати праці є його автоматизація. На сьогоднішній день більшість підприємств використовує програмний продукт «1С : Бухгалтерія». Також IT-Enterprise розробили програмне забезпечення зокрема саме для обліку розрахунків з оплати праці – «Зарплата і кадри». Дані програми забезпечують економію часу, що витрачається на розрахунки і облік оплати праці, а також дозволяють швидше отримати доступ до інформації, що необхідна для ефективного управління підприємством.

Розрахунок оплати праці включає введення первинних документів для розрахунку заробітної плати. На думку Ю.М. Кулик, одним із способів удосконалення ведення обліку розрахунків з плати праці є спрощення документообігу, зокрема зменшити кількість документації шляхом упровадження накопичувальних документів [9].

Також однією з проблемних ланок в організації обліку розрахунків з оплати праці залишається вмотивованість працівників на підприємстві. В сучасних умовах ринкової економіки саме оплата праці забезпечує підвищення результативності діяльності персоналу. Так на більшості підприємствах наявна недостатня матеріальна стимуляція – мало уваги приділяють преміям, надбавкам (недостатньо розвинена преміальна система). В зв’язку з цим виникає потреба в запроваджені індивідуальної заробітної плати, яка діє на підставі оцінки конкретних досягнень працівників. Це дозволить керівникам в більшій мірі впливати на бажання працівників розвивати власні професійні здібності, що дозволить оптимізувати витрати підприємства.

Проаналізувавши нормативно-правову базу та праці науковців можна зробити висновок, що спостерігається позитивна тенденція поступового розвитку організації розрахунків з оплати праці в установах. По сьогоднішній день відбувається розвиток та впровадження інноваційних технологій в процеси організації обліку розрахунків з оплати праці (зокрема їх автоматизація). Однак державним органам влади слід доопрацювати нормативно-правові документи, згідно яких відбувається регулювання розрахунків із оплати праці.

Список використаної літератури:

1. Про оплату праці: Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80.

2. Про працю України: Кодекс законів від 10.12.1971 № 322-VIII URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text.

3. Про відпустки: Закон України від 15.11.1996 № 505/96. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504/96-вр#Text.

4. Про охорону праці: Закон України від 14.10.1992 № 2695-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text.

5. Про затвердження порядку обчислення середньої заробітної плати: постанова Кабінету Міністрів України від 08.02.1995 № 100. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/100-95-п#Text .

6. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 № 318. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text.

7. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам»: наказ Міністерства фінансів України від 28.10.2003 № 601. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1025-03#Text

8. Вербило О. Ф., Мельянкова Л. В. Удосконалення обліку праці та її оплати. Бухгалтерія в сільському господарстві. 2010. № 17. С. 25-29.

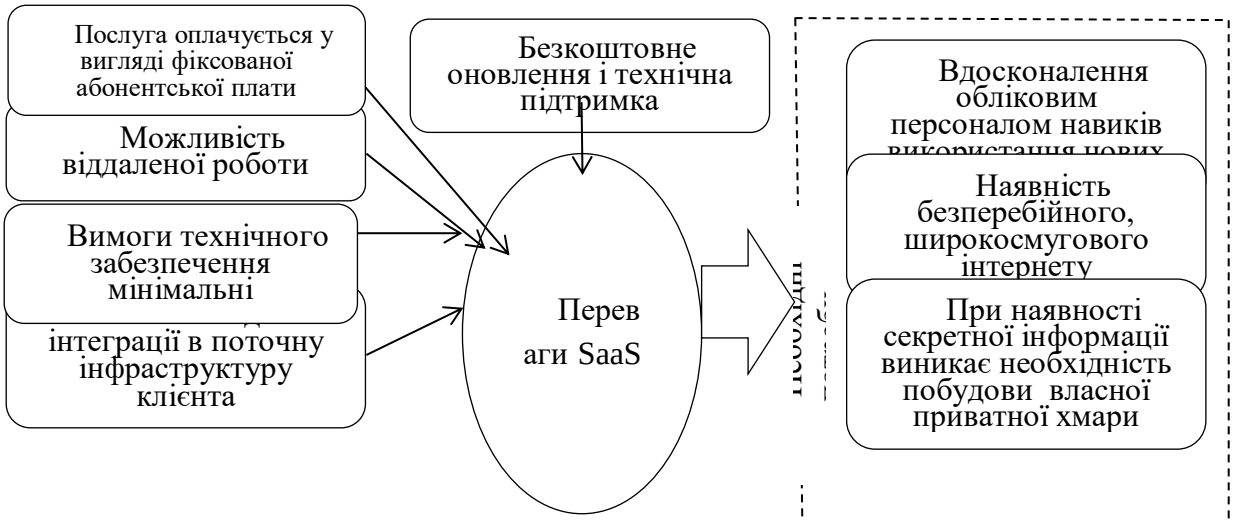
9. Кулик Ю.М. Шляхи вдосконалення обліку оплати праці. Наукові розробки молоді на сучасному етапі. № 15. 2016. С. 63

Михайловина Світлана Олексіївна,
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування
Уманського національного університету садівництва

МОДЕЛІ SAAS (ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ПОСЛУГА): ПЕРЕВАГИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ВИБОРУ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ

Для підприємств і організацій основною перевагою у виборі облікового «хмарного» сервісу є безкоштовне користування необхідною ліцензованою програмою її налаштуванням, обслуговуванням та оновленням. В даному випадку саме модель SaaS (Software as a Service) орієнтована на кінцевого користувача і позиціонується як надійний інструмент для організації обліку і ефективного ведення бізнесу. При такій моделі потенційні користувачі не несуть витрат за право володіння пакетом необхідних програм, а здійснюють оплату за їх використання.

При використанні SaaS (Software as a Service) користувачі відмічають ряд переваг, але в тому числі і необхідність певних змін які виникають внаслідок застосування «хмарних» технологій (Рис 1.).



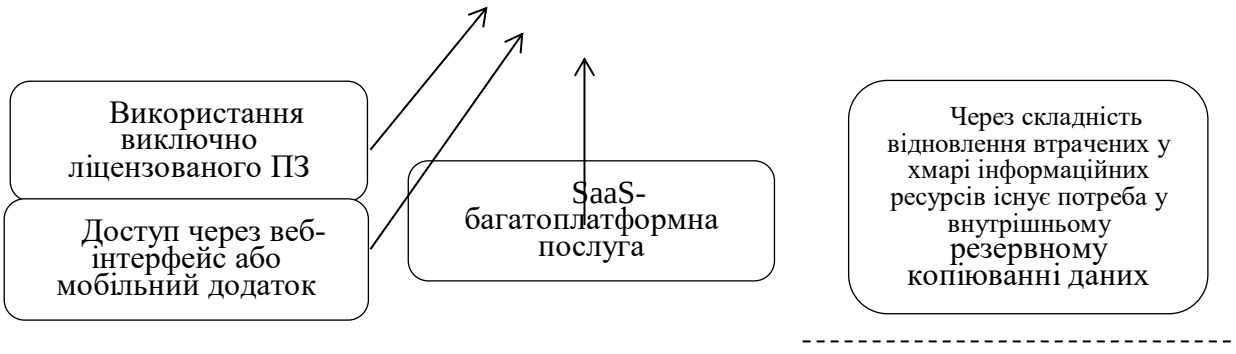


Рис. 1. Переваги та потреби які виникають при використанні SaaS (Software as a Service)

Наприклад, приватна хмара DataStore побудована на обладнанні провідних вендорів таких як: Cisco, NetApp, Fortinet на базі ПО світових лідерів галузі. Хмарний провайдер, здійснює управління віртуальною інфраструктурою хмари, в тому числі і мережевою інфраструктурою, серверами, операційними системами, системами зберігання даних, а так само настройками програмного забезпечення. Клієнту забезпечується доступ за допомогою послуги "тонкого клієнта", або з браузера за допомогою інтерфейсу програми.

Для обліку і управління підприємством з використанням «хмарних» технологій свої продукти пропонують: Облік «Saas», «jSolutions», «iFin», «MASTER:БУХГАЛТЕРИЯ», «хмарні» пропозиції для «BAS Бухгалтерія», «1С: Підприємство» та інші.

Для забезпечення подання електронної звітності та зручного обміну електронними файлами необхідними є: «ME.Doc», «Арт-Звіт Pro», «iFin Zvit» та інші.

Стрімкі темпи розвитку сучасного програмного забезпечення, надають можливість підприємствам, обрати для себе найвигідніше рішення для облікового процесу і управління підприємством. Використання «хмарних» технологій для ведення бухгалтерського обліку дозволяє правильно і без проблем організувати на підприємстві якісний облік, без залучення фахівців високого рівня зі сторони.

Серед широкого вибору пропозицій український оператор «хмарних» сервісів IT-Enterprise є одними із лідерів хмарного ринку за кількістю клієнтів і масштабами розвитку, програмні продукти компанії дають можливість вести усі типи бухгалтерського та податкового обліку, складати різні види звітності.

IT-Enterprise – це сучасна система управління підприємством, потужний інструмент для реінжинірингу та оптимізації бізнес-процесів. Це єдина вітчизняна система, орієнтована на комплексну автоматизацію підприємств або групи підприємств.

Система IT-Enterprise охоплює всі сторони виробничої, фінансової і господарської діяльності підприємства і складається з безлічі модулів, кожен з яких автоматизує певні завдання [2].

Вміння застосовувати новітні технології на практиці не тільки полегшує роботу бухгалтера, а разом з тим підвищує його професійну цінність у сфері

бухгалтерського обліку і оподаткування.

Список використаної літератури:

1. Осмятченко В. О., Олійник В. С. Стан та перспективи розвитку бухгалтерського обліку в контексті зміни технологічних укладів. Економічний вісник. Серія : Фінанси, облік, оподаткування. 2018. Вип. 2. С. 131-138.
2. Долбнєва Д.В., Романів Є.М. Основи роботи і функціональні можливості системи IT-Enterprise з ведення обліку, звітності та оподаткування. нав.метод. посібник. Львів: «Ліга-Прес». 2019. 149 с.

Нестерова Світлана Василівна,
к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів
Пристая Віктор Вікторович,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Мукачівського державного університету

ПОКАЗНИКИ ОБОРОТНОСТІ В СИСТЕМІ ОСНОВНИХ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ

У системі бюджетного контролю важливе місце займають ключові показники ефективності. Зазвичай, ці показники поділяють на фінансові та нефінансові.

До основних фінансових показників ефективності відносять прибутковість діяльності, ліквідність активів та швидкість їхнього обертання. Швидкість обертання активів оцінюється через показники оборотності (ділової активності).

Показники оборотності мають велике значення для оцінки фінансового стану підприємства, оскільки швидкість перетворення засобів виробництва у грошову форму суттєво впливає на платоспроможність підприємства. Крім того, збільшення швидкості обороту засобів вказує при інших рівних умовах підвищення виробничо-технічного потенціалу підприємства.

В практиці аналізу найбільш часто виконують розрахунки обертання коштів, вкладених у запаси товарно-матеріальних цінностей, які можуть використовуватись покупцями продукції у порядку їх комерційного кредитування. Значний інтерес представляє динаміка навантаження тої частини

використовуваних коштів, яка вкладена у нерухомість, а також аналіз інтенсивності використання всієї суми капіталу, авансованого у підприємство, у співставленні із загальним оборотом по продажах.

Всі названі величини розраховуються у вигляді відносних показників (коефіцієнти оборотності). Проте можливий розрахунок і в абсолютних величинах (наприклад, кількість оборотів за певний період часу або тривалість одного обороту).

Базова формула розрахунку показників оборотності:

$$k_{\text{обор.активу}} = \frac{\text{Чистий дохід від реалізації}}{\text{Середньорічна вартість активу}}$$

Інтерпретація отриманого результату залежить від виду активу, адже показники оборотності поділяються на 2 групи.

До першої групи показників відносяться показники, які характеризують швидкість обороту *як всієї сукупності активів, так і їх необоротної частини*. Для цієї групи некоректно визначати швидкість обороту в днях, оскільки вони не перетворюються повністю у готівку за звітний період, а використовуються на протязі де-кількох виробничих циклів. Тому при розрахунку коефіцієнтів оборотності даної групи їх інтерпретують як:

– або ступінь навантаження активів,

– або кількість грошових одиниць реалізації на одну грошову одиницю коштів, вкладених у актив.

До другої групи показників ділової активності відносять показники оборотності *поточних активів та їх складових*. Оскільки такі активи обертаються декілька разів за рік, коефіцієнт оборотності набуває ознак рівневого (абсолютного) показника: він показує *кількість* оборотів.

Найбільш поширеним серед показників оборотності є коефіцієнт обертання активів (синоніми: коефіцієнт капіталовіддачі, ресурсовіддача, коефіцієнт віддачі авансованого капіталу, коефіцієнт трансформації) – відношення чистого доходу від реалізації до середньорічної вартості активів.

Слід звернути увагу на те, що даний показник позиціонується і як оборотність активів, і як оборотність капіталу. Таке ототожнювання пояснюється рівністю частин балансу.

Цей показник слід розглядати лише у співставленні із якісними характеристиками підприємства: велика оберненість активів може спостерігатись не лише завдяки ефективному їх використанню, але й в зв’язку із відсутністю коштів на розвиток виробничих потужностей.

Відношення виручки від реалізації до всього підсумку коштів характеризує ефективність використання підприємством всіх наявних ресурсів незалежно від джерел їх створення. Економічний зміст даного показника в тому, що він показує скільки одиниць реалізованої продукції принесла кожна одиниця активів. Цей показник варіюється в залежності від галузі, відображаючи особливості виробничого процесу.

При співставленні коефіцієнта обертання активів різних підприємств або одного підприємства за різні роки, необхідно перевірити одноманітність методів оцінки середньорічної суми активів (FIFO, середньозваженої вартості, ціни продажу (в торгівельних підприємствах, нормативних витрат). Крім того, слід зробити поправку на спосіб оцінки амортизації, оскільки при інших рівних умовах коефіцієнт обертання активів буде вищим при застосуванні прискореного методу нарахування зносу.

Таким чином, розрахунок та аналіз отриманих значень коефіцієнтів ділової активності допоможе приймати виважені управлінські рішення в системі ключових показників ефективності.

Список використаної літератури:

1.Лепейко Т.І. Сутність оборотних коштів та їх аналіз на підприємстві/ Т.І. Лепейко, Є.Г. Ромаза // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2012. - №1 (13). – с.215-218.

2. Олександренко І.В. Методичні підходи до діагностики оборотних активів підприємства [Електронний ресурс] / І.В. Олександренко // Бізнесінформ. – 2014. – № 2. – С. 277–283. – Режим доступу: http://www.business-inform.net/export_pdf/businessinform-2014-2_0-pages-277_283.pdf

Павлюх Богдан Богданович,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
спеціальність 071 «Облік і оподаткування»
Мукачівського державного університету
Головачко Василь Васильович,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»,
спеціальність 124 «Системний аналіз»
Ужгородського національного університету
Головачко Василь Михайлович,
к. е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівський державний університет

ТЕНДЕНЦІЯ ДО ЦИФРОВІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Разом з технологічним прогресом вводяться новітні методи та технології для різного роду занять. Так, в сфері бухгалтерського обліку спостерігається тенденція до цифровізації та переходу від паперового документообороту до повного електронного, що значно полегшує роботу бухгалтерів підприємства. Дослідженням нововведень в бухгалтерському обліку займаються періодичні видання та журнали, такі як «Все про бухгалтерський облік», «Головбух», «Бухгалтер911», «Податки & бухоблік», «Оплата праці» та інші.

Одним з недавніх нововведень в бухгалтерський облік стали так звані «Е-лікарняні». Так з 1 жовтня 2021 року працівники за новими страховими випадками будуть оформлювати лише електронні лікарняні. Таким чином,

законодавці хочуть зменшити витрати часу та коштів на паперові документи та такі лікарняні стають готові до сплати через 7 днів після дати закриття відразу. Але прогнозують, що все ж таки паперові лікарняні будуть зустрічатися близько двох років. Існують декілька виключень в яких будуть видавати виключно паперові лікарняні, а саме:

- Початкова дата яких встановлена до 01.10.2021;
- Технічні помилки, які не усунули протягом п’яти днів та створюють перешкоди у створенні електронного лікарняного;
- Помилки при створенні медичного висновку та спливу строку (7 днів), протягом якого лікар мав можливість внести зміни;
- У разі всиновлення новонародженої дитини [1].

Так, е-лікарняний отримує статус готового до сплати, тобто вважається виданим лише на восьмий день після закінчення лікарняних. Такий метод документообігу значно скорочує час на обробку інформації та автоматизує бінарні дії, які раніше потребували участі робочої сили та відповідно грошових витрат.

В зв’язку з коронавірусною пандемією, багато людей перейшли на дистанційну роботу, що збільшило увагу до даного робочого сектору. Відповідно виникало багато питань по роботі з таким персоналом, що іноді складав і повний штат персоналу. Тому, законодавчі органи вирішили розмежувати такий вид діяльності на надомну та дистанційну, відповідно до закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення правового регулювання дистанційної, надомної роботи та роботи із застосуванням гнучкого режиму робочого часу» від 04.02.2021 №1213-IX, що набув чинності 27.02.2021.

В результаті у Кодексі законів про працю України додали дві нові статті, а саме:

– 60-1 «Надомна робота»;
– 60-2 «Дистанційна робота»[2].

До надомної роботи відносять ручну роботу, що виконується вдома(поза межами власності підприємства) та оснащена необхідним інвентарем та технічними засобами. До таких робочих можна віднести швейну, деревообробну та інші сфери діяльності, але для яких потрібен досвід роботи та наявне технічне забезпечення на домашньому робочому місці. А до дистанційної роботи більше відносять офісних працівників, місце роботи яких знаходиться поза межами підприємства з використанням інформаційно-комунікаційних технологій (викладачі, офісні працівники, консультанти та інші). Таке розмежування необхідно тому що працівники за статтею 60-1 «Надомна робота» працюють за загальним режимом роботи підприємства, в той час як дистанційна робота розподіляє робочий час або за розсудом підприємства або за власним розсудом працівника відповідно до трудового договору. Відповідно документообіг працівників, що працюють за статтею 60-1 відповідає звичайним працівникам, в той час як дистанційники фіксуються лише в період онлайну (підключення).

Одним з вагомих нововведень законодавчих органів є електронна трудова

книжка, яку впровадили разом з Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обліку трудової діяльності працівника в електронній формі», чинним від 10.06.2021 року. Цей законопроект допомагає поступово відмовитися від паперового документообігу, зменшити витрати часу на паперову роботу, спрощує доступ до інформації роботодавцю і працівнику, зменшує ризики негативного ставлення роботодавців до архівів і зберігання паперових документів, нарахування пенсій в автоматичному режимі [3]. На перехід від паперових трудових книжок на електронні дано 5 років.

Отже, на даному етапі нововведень спостерігається значна тенденція до спрощення документообігу та переходу від застарілого паперового до нового електронного документообігу, що дозволяє зменшити як витрати часу на паперові документи, так і витрати грошових коштів на їх зберігання.

Список використаної літератури:

1. ФССУ: Е-лікарняні стають підставою для нарахування допомоги через 7 днів після дати свого закриття [Електронний ресурс]. – URL: https://www.kmu.gov.ua/news/fssu-e-likarnyani-stayut-pidstavoyu-dlya-narahuvannya-dopomogi-cherez-7-dniv-pislya-dati-svogo-zakrittya

2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення правового регулювання дистанційної, надомної роботи та роботи із застосуванням гнучкого режиму робочого часу : Закон України від 04.02.2021 р. №1213-IX. - URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1213-20#Text

3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обліку трудової діяльності працівника в електронній формі: Закон України від 05.02.2021 р. Відомості Верховної Ради України. 2021. № 19. Ст. 171.

Пентюхіна І.О.,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»,
Науковий керівник – ст. викладач, Радзіховська Ю.М.
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

СУЧАСНІ ФОРМИ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ, ЇХ ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ

Не залежно від форми власності чи специфіки діяльності підприємства, якщо воно реалізує товари або ж надає послуги, то безумовно відбуваються розрахунки з отримувачами цих послуг, тобто покупцями та замовниками. Це свідчить про актуальність теми дослідження.

Покупці – це фізичні чи юридичні особи, які виявили бажання купити товар або отримати послугу, і приймають зобов’язання на здійснення оплати.

Замовники відрізняються від покупців, тим що вони висувають свої умови і критерії виконання замовлення, і вже потім вибирають постачальника чи підрядника, відповідно до своїх вимог і підписують договір [1].

Розрахунки мають 2 типи: готівкові та безготівкові.

Безготівкова форма має такі види розрахунків: з платіжними дорученнями-вимогами, акредитивна форма, з платіжними дорученнями, розрахунки чеками, з

використанням інкасових доручень, з використанням векселів, банківський платіжних карток.

Законодавчо встановлено, що розрахунки можуть здійснюватися як на території України, та і за її межами. Якщо розрахунки відбуваються між продавцем – резидентом, та покупцем – іноземцем, то такі розрахунки вважаються міжнародними.

Облік розрахунків з покупцями ведеться на рахунку 36, де відображається узагальнена сума дебіторської заборгованості, тобто це сума заборгованості дебіторами (покупцями та замовниками) підприємству на певні дату.

За дебетом рахунку 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками" відображається продажна вартість реалізованої продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг (у тому числі на виконання бартерних контрактів), яка включає податок на додану вартість, акцизи та інші податки, збори (обов'язкові платежі), що підлягають перерахуванню до бюджетів та позабюджетних фондів та включені у вартість реалізації, за кредитом - сума платежів, які надійшли на рахунки підприємства в банківських установах, у касу, та інші види розрахунків. Сальдо рахунку відображає заборгованість покупців та замовників за одержані продукцію (роботи, послуги) [2].

Дебіторську заборгованість класифікують як поточна, довгострокова, сумнівна та безнадійна.

Субрахунок 361 розкриває інформацію щодо «Розрахунків з вітчизняними покупцями», а 362 « Розрахунків з іноземними покупцями» ведеться в гривнях та валюті, яка обумовлена в договорі.

Облік ведеться в розрізі кожного покупця та замовника.

Якщо заборгованість в іноземні валюті, то бухгалтерський облік повинен здійснюватися згідно з ПСБО 21.

Якщо здійснюється перерахунок заборгованості в валюті, то курс валюти береться той, що був вранці на дату її виникнення.

При отриманні передоплати (авансу) за від іноземного покупця за продукцію, товари, роботи виникає кредиторська заборгованість перед нерезидентом. Так як ця заборгованість буде погашена не грошима, вона є немонетарною та курсові різниці щодо неї не розраховуються [3].

Не мало важливим питанням є оподаткування розрахунків. Податкова система України динамічно розвивається, що супроводжується постійними змінами або коригуванням.

Також, варто зазначити, що під оподаткування підлягає повна передплата за надання робіт, послуг або ж купівлі товару і відображається сума податкових зобов’язань з ПДВ, а списується зобов'язання після відвантаження товару або надання послуг.

Отже, розрахунки з покупцями та замовниками є важливою та невід'ємною частиною сьогодення, яка існує завдяки товарному виробництву та обігу.

Список використаної літератури:

1. Офіційний сайт СмартТендер. реєстр термінів. URL: https://smarttender.biz/terminy/view/zamovnyk/

2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text

3. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 21 "Вплив змін валютних курсів". . URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0515-00#Text.

Пігош Василь Августинович,
к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування і маркетингу
Мукачівський державний університет

ЗМІНИ ДО КОШТОРИСУ ЯК ПЕРЕДУМОВА ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Ефективне, раціональне та за цільовим призначенням використання бюджетних коштів - це важливіше завдання для кожної бюджетної установи. Для цього, необхідно здійснювати постійні аналітичні дослідження щодо співвідношення фактичних потреб установи із затвердженими до кінця року асигнуваннями. Такий аналіз надає можливість зрозуміти, чи правильно були визначені установою потреби в бюджетних коштах на момент планування та затвердження кошторису та, у разі необхідності, здійснити своєчасний перерозподіл асигнувань поточного року.

Не пізніше 31 грудня поточного бюджетного періоду Казначейство закриває всі рахунки, відкриті у цьому періоді для виконання бюджету (ст. 57 БКУ) [1].

На кінець року Казначейство зберігає залишки коштів для здійснення видатків у наступному бюджетному періоді винятково:

на рахунках спеціального фонду державного бюджету;

на рахунках спеціального фонду місцевих бюджетів у вигляді субвенцій зі спеціального фонду державного бюджету для покриття відповідних витрат у наступному бюджетному періоді з урахуванням їх цільового призначення;

на рахунках установ України, які функціонують за кордоном, а саме на рахунках, відкритих у банківських установах країн їх місцезнаходження;

власних надходжень державних і комунальних закладів фахової передвищої та вищої освіти, наукових установ та закладів культури, отриманих як плата за послуги, що надаються ними згідно з основною діяльністю;

благодійних внесків та грантів, на поточних рахунках у банках державного сектору.

Тому, у разі необхідності бюджетним установам необхідно своєчасно та обґрунтовано надати пропозиції головному розпоряднику бюджетних коштів щодо внесення змін до кошторису установи.Затвердження кошторису та вимоги щодо його виконання.

Щорічно після встановлення бюджетних призначень на основі та в межах затвердженого розпису бюджету головні розпорядники бюджетних коштів

розподіляють та доводять до розпорядників нижчого рівня та одержувачів обсяги бюджетних асигнувань. Потім затверджують для розпорядників кошториси, плани асигнувань загального фонду бюджету, плани надання кредитів із загального фонду бюджету, плани спеціального фонду, паспорта бюджетних програм та плани використання бюджетних коштів, помісячні плани використання бюджетних коштів для одержувачів (ч. 5 ст. 22 БКУ) [1].

У свою чергу, розпорядники використовують бюджетні кошти у встановленому порядку, а саме: беруть бюджетні зобов'язання та здійснюють платежі тільки в межах бюджетних асигнувань, встановлених кошторисами, враховуючи при цьому необхідність виконання бюджетних зобов'язань минулих років (ч. 7 ст. 48 БКУ) [1]. Тобто розпорядники контролюють, щоб їх видатки не перевищували затверджені бюджетні асигнування.

Одержувачі використовують виділені розпорядниками бюджетні кошти згідно з планом використання бюджетних коштів, який також містить розподіл бюджетних асигнувань.

Якщо цих правил та інших, встановлених бюджетним законодавством, не дотримуватися, це буде бюджетним правопорушенням, за яке установа та її керівник будуть відповідним чином покарані.

Якщо видатки розпорядника бюджетних коштів будуть менші, ніж затверджені бюджетні асигнування, тобто наприкінці року на рахунках будуть значні невикористані кошти або утворена дебіторська заборгованість за фактично не отримані товари, послуги або роботи, це може бути розглянуто як неефективне використання виділених бюджетних коштів або як нераціональне планування потреб установи.

Отже, якщо протягом поточного року з'являються обставини, які впливають на фінансово-господарську діяльність установи та потім можуть вважатися як значні прорахунки у плануванні видатків, необхідно своєчасно вносити зміни до кошторису установи.

Порядок складання, розгляду, затвердження та основні вимоги до виконання кошторисів бюджетних установ затверджено Порядком № 228 [2].

У цьому ж документі визначено порядок внесення змін до кошторису. Вони вносяться на підставі відповідних довідок, які затверджуються у такому ж порядку, що і сам кошторис та відповідні плани (п. 47 Порядку № 228).

При цьому самі кошториси, плани асигнувань загального фонду бюджету, плани надання кредитів із загального фонду бюджету, плани спеціального фонду не перезатверджуються.

Бюджетним установам перш ніж надавати головному розпоряднику бюджетних коштів довідку на затвердження, потрібно провести додаткові розрахунки потреб установи за тими КЕКВ, в яких планується змінювати обсяг асигнувань.

Крім того, їм необхідно врахувати, чи немає на момент внесення змін кредиторської заборгованості за цими КЕКВ. У кожній довідці обов'язково слід зазначити, на підставі чого вносяться ці зміни.

Таким чином, якщо протягом поточного року з'являються обставини, які

впливають на фінансово-господарську діяльність установи та потім можуть вважатися значними прорахунками в плануванні та виконанні кошторису, розпорядникам коштів доцільно вжити наступні заходи:

1. Своєчасно та обґрунтовано подати пропозиції головному розпоряднику бюджетних коштів щодо внесення змін до кошторису. Це необхідно, щоб не утворювати завищення потреби в коштах, тобто можливого збільшення сум видатків. Якщо під час ревізій виявлять завищену та необґрунтовану потребу в коштах, це вважатиметься фінансовим порушенням.
2. У випадку відсутності можливості збільшити або зменшити загальний обсяг кошторису видатків, доцільнити здійснити перерозподіл бюджетних асигнувань у розрізі КЕКВ, залишившись при цьому в межах загального обсягу призначень.
3. При прийнятті рішення про здійснення перерозподілу асигнувань у розрізі КЕКВ, доцільно зробити відповідні розрахунки та обґрунтувати доцільність перерозподілу, контролювати фактично отримане фінансування, фактичні видатки та взяті фінансові зобов'язання, тобто контролювати відсутність кредиторської заборгованості за тими КЕКВ, які планується зменшувати; не здійснювати перерозподіл бюджетних асигнувань за рахунок зменшення захищених статей видатків.

Список використаної літератури:

1. Про затвердження Порядку складання, розгляду, затвердження та основних вимог до виконання кошторисів бюджетних установ: постанова КМУ від 28 лютого 2002 р. № 228. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/228-2002-%D0%BF#Text
2. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010р. № 2456-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text

Поліщук Олег Миколайович,
к.е.н., доцент, ст. викладач кафедри обліку і оподаткування
Уманського національного університету садівництва

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ОБЛІКУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

На сьогоднішній день стан розвитку комп'ютеризації аграрного сектору економіки України є на досить посередньому рівні, адже головною проблемою є низький рівень інформатизації та використання сучасних комп'ютерних спеціалізованих програм. Якщо у великих агрохолдингів, яких у нашій державі не велика кількість, процес автоматизації на досить високому рівні, то у малих фермерських господарствах все навпаки.

Запровадження інформаційних технологій у процес управління аграрними підприємствами здатне забезпечити його конкурентоспроможність, а, отже, можливість зайняти найбільш вигідну позицію на сучасних агропромислових

ринках.

Сучасний стан процесу формування інноваційної системи в Україні, зокрема в аграрному комплексі, функціонує за несприятливих умов, а саме: недостатнє забезпечення наукової сфери матеріально-технічними ресурсами, обмеженість інформаційних ресурсів, втрата висококваліфікованих працівників, відповідно високий рівень безробіття, бідність сільського населення, низький рівень якості життя сільського населення, нераціональне використання потенціалу аграрної сфери - все це знижує рівень інвестиційної привабливості сільських територій та перешкоджає процесам їх соціально-економічного розвитку [1, с. 149].

В Україні на досить посередньому рівні лишається процес загальної інформатизації підприємств. В більшості випадків це пояснюється економічним становищем в державі, в умовах якого господарства не можуть дозволити собі великих фінансових вкладень у розвиток комп'ютерних технології, що підвищують ефективність управління аграрним виробництвом.

Для того, щоб мінімізувати витрати та оптимізувати процеси виробництва продукції сільського господарства, виникає необхідність застосування напрацювань науково-технічного прогресу, тобто перехід до нових методів інформаційного забезпечення та управління сільським господарством, широким застосуванням автоматизованих систем та інформаційних технологій.

Інформаційні технології в аграрному секторі застосовуються з метою повної автоматизації облікового процесу, підвищення економічних та виробничих показників господарства, постійного дослідження стану сільськогосподарських угідь, модернізації технічного забезпечення, автоматизації більшості процесів виробництва та управління підприємством, заощадження ресурсів, підвищення продуктивності виробництва [2, с. 13].

Сутність інформаційних систем розкривається завдяки розумінню мети її використання, яка полягає в обробці та передачі інформації для прийняття управлінських рішень, зокрема у аграрному секторі, і відповідно, виконання певних дій для їх реалізації.

Для подальшого дослідження доцільно зазначити основні напрями застосування комп'ютерних програм в сільському господарстві:

– здійснення облікового процесу в умовах застосування комп'ютерних технологій суттєво впливає на методологію і організацію бухгалтерського обліку;

– модулі обробки великих обсягів інформації забезпечують доступ та обробку інформації всього підприємства;

– засоби автоматизації більшості виробничих процесів агроформування дозволяють спростити роботу працівникам, та виконувати її більш якісно і ефективно;

– засоби автоматизації праці обліковців, агрономів, менеджерів, до них віднесемо: модулі комп'ютерної обробки статистичних та економічних даних, роботу в режимі реального часу з великим обсягом різнопланової інформації, використання компонентів, пов'язаних із плануванням і аналізом;

– інтегровані інформаційні системи - це забезпечення автоматизації

більшості функцій підприємства. Вони можуть включати в себе підсистеми (модулі) всіх вищеозначених систем.

Ще однієї не менш важливою умовою ефективності розвитку аграрного сектору економіки виступає формування єдиного інформаційного простору щодо ринку сільськогосподарської продукції і розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, оскільки в Україні він практично не розвинений. На сучасному етапі розвитку комп'ютеризації, агроформування які не ведуть свою діяльність з використанням інформаційних технологій, не можуть повноцінно розвиватися. Адже покупці не мають можливості знайти товар самостійно, порівняти ціни із конкурентами та оцінити його характеристики, при цьому виробники втрачають левову частку потенційних покупців агропродукції.

Отже, широке використання комп'ютерно-інформаційних систем суттєво підвищує ефективність аграрного виробництва, що позитивно впливає на розвиток сільськогосподарського підприємства та допомагає вирішувати багато завдань. Комп'ютерні технології дозволяють зберігати великий обсяг облікової інформації, аналізувати її та на основі отриманих результатів, пропонувати вирішення завдань, які б мінімізували витрати та максимізували прибутки агроформувань. Застосування інформаційних програм дозволить суттєво підвищити рівень інформаційного забезпечення сільськогосподарських підприємств, що в свою чергу, вплине на конкурентоспроможність вітчизняного аграрного виробництва.

Список використаної літератури:

1. Зелінська О.В., Сухоцька С.М. Використання сучасних інформаційних технологій в агропромисловому комплексі. Галицький економічний вісник. 2016. № 2. С. 148-152.
2. Клочан В. Інфраструктура інформаційного обслуговування агробізнесу. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2014. № 4. С. 12-19.
3. Лазор Я.О. Поняття та види інформаційних систем. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Юридичні науки. 2016. № 837. С. 80-86.

Путраш Діана Іванівна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 015 «Професійна освіта. Економіка»,
Головачко Василь Михайлович,
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівського державного університету

ВИМОГИ ДО ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ

В умовах сьогодення кредиторська заборгованість відіграє важливе значення для господарської діяльності підприємства та займає значну частку в

пасиві балансу. В більшості випадків сучасна ринкова логіка визначення необхіності в оборотних активах має такий вигляд: спочатку визначається необхідність в валовому оборотному капіталі для підтримки ділової активності в планових обсягах, потім оцінюються можливості використання в обороті підприємства кредиторської заборгованості та інших залучених коштів. Необхідність у власному оборотному капіталі визначається за залишковим принципом. Уміле управління кредиторською заборгованістю дозволяє значно скоротити потребу у власних грошових коштах. Але слід зауважити, що фінансування за рахунок боргів у разі перевищення ними критичних показників посилює ризик і підвищує потенційну загрозу неплатоспроможності.

Кредиторська заборгованість підприємства – це сума його боргу іншим особам, які називаються кредиторами. Багато вчених вивчають саме тему кредиторської заборгованості, такі як: Н. М. Сіренко, О. В. Смирнова, Н. О. Лоханова, Л. В. Гуцаленко, Н. Л. Марусяк, Л. І. Шадурська та багато інших.

Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про кредиторську заборгованість та її розкриття у фінансовій звітності визначає Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11. Кредиторська заборгованість може бути довгостроковою та поточною.

Згідно з п. 4 НПБО 11 поточні зобов’язання – це зобов’язання, які будуть погашені протягом операційного циклу підприємства або повинні бути погашені протягом 12 місяців починаючи – з дати балансу. Довгострокові зобов’язання – це всі зобов’язання, які не є поточними. Кредиторська заборгованість – це рахунки, які повинні оплачуватися в ході звичайної роботи підприємства. Кредиторська заборгованість є різновидом комерційного кредиту, який виступає важливим фактором стабілізації фінансового стану підприємства.

Модель управління кредиторською заборгованістю суб'єкта господарювання формується як сукупність окремих фінансово-математичних методів, які виступають методологічним базисом процесу управління, конкретних методик, технологій, способів та прийомів обґрунтування управлінських фінансових рішень щодо зміни абсолютної величини або оптимізації структури кредиторської заборгованості, а також форм їх виконання.

Модель управління кредиторською заборгованістю включає наступні складові елементи:

1) статичний та динамічний аналіз формування та погашення кредиторської заборгованості суб'єкта господарювання та її впливу на величину його грошових потоків;

2) обґрунтування доцільності отримання відстрочки оплати рахунків постачальників, а також оптимального терміну такої відстрочки;

3) попередження формування простроченої кредиторської заборгованості та забезпечення, за необхідності, пролонгації кредиторської заборгованості тощо.[3, с. 45].

Висновок: поточна кредиторська заборгованість складається із заборгованості постачальникам за одержані від них товарно–матеріальні цінності, заборгованості перед бюджетом за податковими платежами, заборгованості з

оплати праці і страхування, авансів покупців у рахунок майбутніх відвантажень та ін. На величину кредиторської заборгованості підприємства впливають:

- загальний обсяг купівель і частка у ньому придбання за умов наступної оплати, умови договорів із контрагентами; умови розрахунків із постачальниками і підрядчиками,
- ступінь насиченість ринку даної продукцією;
- політика погашення кредиторської заборгованості, якість аналізу кредиторської заборгованості і послідовність використання її результатів, прийнята для підприємства система розрахунків.

При збільшенні безготівкових розрахунків оборотність і якість кредиторської заборгованості збільшується, а розмір зменшується, отже, платоспроможність і стійкість підприємства підвищується.

Список використаної літератури

1. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання»: наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р. № 20. URL https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00#Text
2. URL http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/35798/1/prohramy_2017_Oblikovo_analit_zabezpechennia.pdf
3. Сіренко Н. М. Вдосконалення управління дебіторською та кредиторською заборгованістю підприємства/Н. М. Сіренко, О. В. Смирнова / URL http://www.agrosvit.info/pdf/22_2011/11.pdf

Радзіховська Юлія Миколаївна,
к.е.н., старший викладач,
кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту
Черкаський національний університет
ім. Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВИ

Контроль є необхідною умовою існування демократичної держави, важливим фактором прийняття управлінських рішень. Він є засобом виявлення недоліків у діяльності бюджетних установ, організацій, суб'єктів господарської діяльності та встановлення причин, що їх породжують. Контроль зміцнює дисципліну працівників апарату управління, дає змогу об'єктивно оцінювати рівень їхньої компетентності й відповідальності. В умовах розвитку ринкових відносин в Україні особливого значення набуває державний фінансовий контроль за процесом формування й використання бюджетних ресурсів. Державний фінансовий контроль – це реалізація дій і операцій органами державної влади, а також спеціально створеними ними органами, з використанням форм і методів його організації за дотриманням суб'єктами господарювання та органами влади

норм права з метою забезпечення законності, доцільності розподілу,ефективності використання фінансових ресурсів держави [2].

Державний фінансовий контроль є невід'ємним і важливим складником державного регулювання економіки, оскільки покликаний забезпечити цей процес достовірною інформацією про використання господарюючими структурами фінансових ресурсів, наявність відхилень від встановлених норм, які перешкоджають формуванню, цільовому та ефективному використанню державних фінансових ресурсів, а також дає змогу вжити необхідні заходи для блокування негативних явищ і профілактики їх на майбутнє. Державний фінансовий контроль охоплює не тільки державний сектор економіки, а й поширюється на суб'єктів господарювання всіх форм власності, головним чином шляхом перевірки дотримання ними податкового законодавства, цільового використання субсидій, дотацій, бюджетних кредитів, а також виконання державних і муніципальних замовлень, ефективності надання і законності використання податкових пільг.

Слід зауважити, що основною метою державного фінансового контролю є забезпечення законності, доцільності та ефективності в процесі формування, розподілу й використання фінансових ресурсів держави на макро- та мікроекономічному рівнях [1].

Мета і завдання державного фінансового контролю визначають його основні функції, які проявляються в процесі перевірки фінансовогосподарської діяльності, встановлення причин і внесення відповідних корективів в діяльність об'єкта контролю, спрямованих на підвищення ефективності.

Сутність державного фінансового контролю як особливого виду управлінської діяльності держави слід розглядати системно. Система державного фінансового контролю повинна бути цілісною тому, що вона має будуватися на єдиних принципах, єдиних нормах та нормативах функціонування й розв'язання поставлених завдань з чітким визначенням органів контролю та розподіленням їх функцій і повноважень. Відтак, система контролю – це єдність, яка забезпечується повнотою і несуперечливістю законодавчих й інших актів, націленістю діяльності всіх органів контролю на досягнення достовірних результатів ревізій і перевірок на контрольованих напрямах і ділянках, застосуванням при здійсненні контрольних заходів однакових форм і методів контролю. Система державного фінансового контролю складається з таких елементів: суб'єкт, об'єкт, предмет, принципи, метод, процес контролю і оцінка його ефективності [3].

Таким чином, державний фінансовий контроль посідає важливе місце в управлінській діяльності держави, основним призначенням якого є зміцнення фінансово-бюджетної дисципліни та запобігання вчиненню зловживань в процесі руху коштів різних державних централізованих і децентралізованих фондів, фінансових інституцій та підприємницьких структур.

Список використаної літератури:

1. Александрович О. О. Особливості організації та функціонування систем державного фінансового контролю: світовий досвід. Теорія та практика державного управління. 2014. Вип. 4 (47). С. 1–8.

2. Загальні рекомендації з проведення аудиту, ефективності використання державних коштів: Постанова Колегії Рахункової палати від 12.07.2006 р. № 18-4. URL: http://www.ac-rada.gov.ua/control/ main/uk/publish/category/121. (дата звернення: 22.09.2018).

3 Положення про Державну аудиторську службу України: Постанова Кабінету Міністрів України від 03.02.2016 р. № 43. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/43-2016-%D0%BF. (дата звернення: 05.10.2018).

Радіонов Володимир Володимирович,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
Науковий керівник: д.е.н.,
доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу **Ліба Н.С.,**
Мукачівського державного університету

ОРГАНІЗАЦІЯ АУДИТУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Одними з головних завдань для сучасного торговельного підприємства являється збільшення доходів, а також досягнення показників сталого розвитку. Цього можна досягнути за рахунок освоєння нових ринків та утримання своєї ринкової позиції. Варто прийняти до уваги і розширення конкурентних переваг підприємства на цільовому ринку. В даному випадку най дієвим інструментом підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства являється маркетинг. В свою чергу, маркетинг також створює позитивний вплив з боку економічного зростання в процесі постійного пошуку нових ринків збуту.

Форми контролю діяльності торговельного підприємства неспроможні забезпечити необхідну інформаційну підтримку прийняття зважених управлінських рішень, що задовольнить внутрішніх та зовнішніх користувачів інформації. Саме це і обумовлює необхідність іншої форми незалежного контролю, за допомогою якого, можна дослідити маркетингове середовище підприємства.

Аудит маркетингової діяльності являє собою процес консультування щодо виявлення упущених вигід від недостатнього застосування комплексу маркетингових послуг [4]. Він забезпечує процес оцінювання ефективності системи маркетингу, маючи на меті виявити проблеми і прихований потенціал, включаючи розробку плану щодо поліпшення реалізації маркетингу.

Аудит маркетингової діяльності дозволяє керівництву підприємства раціональніше визначити напрямки розвитку підприємства, а також сформулювати стратегію щодо покращення конкурентоспроможної позиції. Даний вид послуг дозволить виконати комплексний аналіз бізнесу в умовах конкурентного середовища, з урахуванням варіантів проведення маркетингових

заходів та визначенням найефективніших проектів.

Метою аудиту маркетингової діяльності являється виявлення наявних проблеми, щоб отримати змогу знайти шляхи для їх усунення, визначити “вузькі місця” механізму управління маркетингом та розробити рекомендації з приводу підвищення ефективності маркетингової діяльності в цілому [1; 2].

Виконання функцій аудиту маркетингової діяльності не завжди надає змогу для отримання однозначних висновків, з приводу її ефективності, саме через різносторонню спрямованість результатів перевірки. Дана ситуація зумовлює використовуються різноманітних загальнонаукових та специфічних методик систематизації аудиту маркетингової діяльності (рис. 1).

Рис. 1. Класифікація методів проведення аудиту маркетингової діяльності*

**Джерело: розроблено автором на підставі [1; 2; 4]*

Складність та різноманітність напрямів аудиту маркетингової діяльності обумовлює необхідність в пошуку нових підходів для визначення та виокремлення етапів аудиторської перевірки.

У визначення етапів маркетингового аудиту виділяють наступні:

– етап планування маркетингового аудиту;
– етап діагностичного обстеження;
– аналіз й оброблення інформації;
– розробка рекомендацій;
– підготовка, узгодження і представлення звіту;
– впровадження та супроводження результатів маркетингового аудиту [3; 4].

Отже, задля ефективного проведення аудиту маркетингової діяльності існує необхідність в дослідженні моделі взаємозв’язку функцій аудиту маркетингової діяльності та планування. Також, необхідно забезпечити максимальну чіткість та прозорість позиції системи управління, що стосується розподілу функціональних обов’язків та структури маркетингових на торговельному підприємстві.

Результати аудиту маркетингу повинні бути включені стратегічного плану торговельного підприємства за складовими аудиту організації маркетингу, середовища маркетингу, системи маркетингу, маркетингової стратегії,

ефективності та виконання маркетингових функцій. Стосовно результатів аналізу виявлених відхилень аудитор повинен прийняти рішення з приводу того, чи відповідає діяльність системи маркетингу стратегічним завданням та цілям, що в свою чергу повинні забезпечити сталий розвиток торговельного підприємства. Також, існує необхідність у прийнятті рішень стосовно впровадження розроблених в ході аудиту рекомендацій, або повернення до стадії повторного планування. Однак, слід взяти до уваги, що для забезпечення виконання наведених складових аудиту, що в свою чергу, буде відповідати плану стратегічного розвитку, можливе лише за умов напрацювання розвинутого методичного інструментарію з подальшими перспективами.

Список використаної літератури:

1. Березовик К. В. Методологічні прийоми маркетинг-аудиту. Ефективна економіка. 2014. № 10. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3436 (дата звернення : 01.11.2021)

2. Корягіна С. В., Корягін М. В. Маркетинговий аудит. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 320 с

3. Хаблюк О., Яцишин С., Голяш І. Маркетинговий аудит як інструмент оцінювання ефективності бізнесу. Галицький економічний вісник Тернопільського національного технічного університету. 2019. Т. 60. № 5. С. 129–136.

4. Чміль Ганна, Верзілова Ганна. Теоретичні аспекти організації аудиту маркетингу на торговельному підприємстві. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2020. Випуск 1.С. 89-97.

Ремета Михайло Михайлович,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 073 «Менеджмент»,
Головачко Василь Михайлович,
к.е.н., доцент кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет

ЗНАЧЕННЯ ТА РОЛЬ АУДИТУ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Термін "аудит" у сучасному найбільш поширеному тлумаченні означає перевірку і підтвердження незалежним професіоналом (аудитором) фінансової (бухгалтерської) звітності щодо її достовірності, повноти та законності. Існують також інші визначення аудиту, які поступово формувалися, змінювалися та удосконалювалися в процесі історичного розвитку аудиту. Ці визначення залежать і від виду аудиту, його об’єктів, спрямованості тощо.

Аудит, як незалежну форму фінансово-господарського контролю, в своїх

працях досліджували багато видатних економістів, зокрема: Р.Додж, Р.Монтгомері, Р.Адамс. Проблему аудиту порушували, як зарубіжні, так і вітчизняні вчені, так Р. Рудніцька досліджувала державний аудит в системі фінансового контролю, І. Балибюк, О. Денисюк розглядали аудит з точки зору підприємства, М. Кочерга висвітлював роль аудиту в системі управління природними ресурсами.

Як проф. Ф.Ф. Бутинець зазначає, основною метою аудиту є "...визначення достовірності бухгалтерського обліку та фінансової звітності, їх повноти та відповідності чинному законодавству і встановленим нормативам" . Однак розуміння сутності аудиту у світовій практиці дещо інше. Аудит здійснює не лише перевірку вірогідності фінансових показників, а й, що не менш важливо, розробку пропозицій з оптимізації господарської діяльності з метою раціоналізації витрат і збільшення прибутку. Як правильно зазначено в джерелі , аудит можна визначити як своєрідну експертизу бізнесу. Аудиторська діяльність охоплює" крім перевірок, надання різноманітних послуг: ведення і відновлення обліку, консультації з питань ведення обліку, оподатковування, навчання тощо.

У Законі України "Про аудиторську діяльність", крім того, визначено правові засади організації і здійснення аудиторської діяльності в Україні. Аудиторська діяльність в Україні також регламентується Міжнародними стандартами аудиту та етики*, які з 1 січня 2004 року є обов'язковими для українських аудиторів .

З переходом України до ринкових відносин необхідність функціонування аудиту стала визначатися наступними обставинами:

– бухгалтерська звітність використовується для прийняття рішень зацікавленими користувачами її, у тому числі керівництвом, учасниками та власниками майна економічного суб'єкта, реальними і потенційними інвесторами, працівниками, позикодавцями, постачальниками та підрядниками, покупцями і замовниками, органами влади та громадськістю в цілому;

– бухгалтерська звітність може бути піддана перекручувань у силу ряду чинників, зокрема застосування оціночних значень і можливості неоднозначної інтерпретації фактів господарського життя; крім цього, достовірність бухгалтерської звітності не забезпечується автоматично через можливої упередженості її укладачів;

– ступінь достовірності бухгалтерської звітності, як правило, не може бути самостійно оцінена більшістю зацікавлених користувачів через ускладнення доступу до облікової та іншої інформації, а також численності і складності господарських операцій, що відображаються в бухгалтерській звітності економічних суб'єктів.

До конкретних ж функцій аудиту належать:

– пізнавальна – задоволення потреб людей у пізнанні законів природи і суспільства;

– культурно – виховна – розвиток культури, інтелектуального виховання людини;

– практично-дійова – удосконалення виробництва і системи суспільних відносин, тобто функцію безпосередньої продуктивної сили матеріального виробництва.

Важливим завданням служби внутрішнього аудиту є фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства і розроблення її фінансової стратегії. Це дає змогу підвищити ефективність роботи окремих підрозділів і організації загалом, сприяє виконанню основної мети, поставленої перед внутрішнім аудитом. Консультативні послуги щодо бухгалтерського обліку й оподаткування, а також у питаннях права є важливими напрямами внутрішньої аудиторської служби. Упровадження ефективної достовірної та повної інформації системи управління сприяє своєчасному виявленню й усуненню недоліків. У результаті перевірки, аналізу і консультування з боку служби внутрішнього аудиту підприємство буде підготоване до перевірки зовнішніх аудиторів, податкової інспекції та інших органів зовнішнього контроль.

Таким чином, аудит в ринковій економіці відіграє важливу роль в діяльності всіх без винятку учасників господарського обороту незалежно від форм власності. Він забезпечує отримання всіма користувачами достовірної інформації про діяльність господарюючих суб'єктів і тим самим сприяє встановленню довіри між партнерами, нормальному їх функціонуванню, розвитку найбільш перспективних організацій, усунення виявлених недоліків, прийняття оптимальних управлінських виробничих і фінансових рішень, оздоровлення і зміцнення їх фінансового становища і в цілому підвищенню ефективності ринкової економіки. Роль аудиту в економіці настільки важлива, що без нього практично неможливо прийняти правильні рішення, які дозволять в майбутньому ефективно вести бізнес. Вчасно проведена аудиторська перевірка дозволить об'єктивно оцінити діяльність підприємства та розробити необхідний план дій для його подальшого успішного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Аудит Монтгомери / Ф.Л.Дефлиз, Г.Р.Дженик, В.М.О'Рейли, М.Б.Хирш / Пер. с англ.; под ред. Я. В. Соколова. — М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. — С. 17—32.

2. Чічкань М.В . Історичний розвиток аудиту та його характеристика. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Economics/62026.doc.htm

3. Бучок А.В. Суть і значення аудиту. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2010/Economics/73488.doc.htm

4. Кузьменко А.В. Значення аудиту, як форми економічного контролю, та перспективи його розвитку в Україні/ А.В. Кузьменко,А.В. Даценко (XIII Міжнародна наукова інтернет-конференція «СОЦІУМ. НАУКА. КУЛЬТУРА») . – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://intkonf.org/kuzmenko-av-datsenko-av-znachennya-auditu-yak-formi-ekonomichnogo-kontrolyu-ta-perspektivi-yogo-rozvitku-v-ukrayini/

Решетар Домініка Володимирівна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»,
спеціальність 071 «Облік і оподаткування»,
Науковий керівник: к.е.н., доцент,
завідувач кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу **Максименко Д.В.**,
Мукачівського державного університету

ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Розвиток підприємства в ринкових умовах визначається стратегічними цілями та завданнями. На сьогодні у зв'язку зі змінами, які відбуваються як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищах, підприємству для реалізації стратегії необхідно постійно коригувати свою поведінку на ринку та створити гнучку, адаптивну систему управління, що є одним із вирішальних факторів прибутковості та конкурентоспроможності. Очевидно, що традиційних методів бухгалтерського обліку вже недостатньо. Сучасні методи управління вимагають більш детальної облікової інформації, насамперед підвищення її гнучкості, аналітичності, об'єктивності та оперативності.

Саме управлінський облік призначений для надання достовірної, повної інформації для прийняття ефективних управлінських рішень. Управлінський облік – процес, який, прибавляючи цінність, безперервно вдосконалює планування, проектування, вимірювання і функціонування систем фінансової і нефінансової інформації, який направляє дії менеджменту, мотивує поведінку, підтримує і створює культурні цінності, необхідні для досягнення стратегічних, тактичних і оперативних цілей підприємства. Сутність управлінського обліку, його призначення можна коротко передати визначенням: «виробництво» інформації для здійснення ефективного управління [1].

Організація управлінського обліку є внутрішньою справою самого підприємства. Ведення управлінського обліку не є обов'язковим для підприємства, але його наявність забезпечує ефективність управління діяльністю. Тому рішення про доцільність ведення управлінського обліку керівник ухвалює виходячи з оцінки витрат і вигоди від його функціонування. Вирішальне значення при цьому відіграють розміри підприємства, потреби щодо забезпечення інформацією всіх рівнів управління та методики збору й опрацювання даних.

Упровадження управлінського обліку на підприємствах потребує вирішення таких основних питань:

– поділ підприємства на окремі структурні підрозділи (центри відповідальності), закріплення за ними конкретних завдань і впровадження конкретних фінансових показників для створення ефективної системи внутрішнього контролю їх виконання;

– широке делегування повноважень і відповідальності на місцях;

– формування і розвиток системи комплексного планування і бюджетування на підприємстві;

– упровадження системи якості продукції (робіт, послуг), а також діяльності

підприємства в цілому;

– організація обліку витрат не тільки за окремими видами продукції, а й за технологічними процесами, фазами виробництва, регіонами збуту;

– розроблення та впровадження системи мотивації до збільшення внеску кожного структурного підрозділу і кожного виконавця в загальний результат діяльності підприємства;

– стимулювання працівників до навчання та підвищення кваліфікації; – упровадження інформаційних технологій не тільки для оперативної обробки інформації, а й для створення єдиного інформаційного простору з метою комунікації зв'язків між окремими структурними підрозділами та виконавцями, для оптимального і своєчасного прийняття рішень і досягнення єдиної стратегічної мети [2].

Переваги організації управлінського обліку на підприємстві очевидні. Цей інструмент управління робить прозорою структуру витрат, адже витрати, стають впорядкованими за об'єктами витрат та процесами, притаманними саме даному підприємству та доступними для подальшого аналізу. Це дозволяє керівникам приймати адекватні рішення щодо асортиментної політики, доцільності освоєння нових ринків, підвищення ефективності бізнес-процесів, оптимізації організаційної структури, визначення інвестиційної політики, формування ціни на продукцію. Власне ця властивість і робить цей вид обліку саме управлінським, тобто таким, який відповідає потребам управлінців. Організація управлінського обліку, тобто системи, яка дозволяє оперативно генерувати звіт за будь-яким розрізом, вимагає чималих зусиль персоналу підприємства та значних інвестицій у автоматизацію обліку. Тому значна кількість підприємств зупиняється на проміжних варіантах використання цього потужного інструменту управління, зокрема, виділяючи окремого працівника-аналітика [3].

Управлінський облік є однією з основних функцій у системі управління підприємством, що формує економічну інформацію для аналізу господарської діяльності, складання бізнес-планів, прийняття управлінських рішень. На практиці окремі елементи управлінського обліку, як правило, використовують на підприємствах. Важливо, щоб ці елементи були об'єднані в загальну структуру, орієнтовану на досягнення визначеного результату.

Список використаної літератури

1. Безверхня Ю.В. Об'єктивна необхідність управлінського обліку у системі керування підприємством / Ю.В. Безверхня // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2010. – № 2. – С. 86–90.

2. Безкоровайна Л.В. Організаційне забезпечення системи управлінського обліку на підприємстві / Л.В. Безкоровайна, Н.С. Панасенко // Економічний вісник НГУ. – 2009. – № 1. – С. 56–61.

3. Голов С.Ф. Проблеми та перспективи реформування бухгалтерського обліку в Україні / С.Ф. Голов // Бухгалтерськийоблік і аудит. – 2000. − № 11. – С. 15–23.

4. Довжик О.О. Роль управлінського обліку та проблеми його впровадження на підприємствах / О.О. Довжик // Вісник Полтавської державної

аграрної академії. – 2012. – № 2. – С. 174–149.

Ткачук Ірина Миколаївна,
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту,
Луцький національний технічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВНУТРІШНЬОМУ КОНТРОЛІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Проведення внутрішнього контролю зовнішньоекономічної діяльності (далі – ЗЕД) – це процес трудомісткий, який потребує детального вивчення та опрацювання значної кількості нормативних документів. І як відмічено Перепічкою П. «загальною тенденцією сучасного суспільства є небачена раніше за своїми масштабами трансформація інформації у цифровий формат, що дозволяє автоматизувати безліч процесів обробки інформації, зробити роботу з нею зручною та на порядки підвищити її ефективність» [1].

Відповідно, впровадження цифрових технологій у процес внутрішнього контролю ЗЕД дозволить підприємству: спростити та прискорити процес перевірки; скоротити час необхідний на пошук необхідної інформації; отримати обґрунтовані відповіді на конкретні питання і в конкретних ситуаціях; поетапне виконання комплексних завдань.

Внутрішній контроль при використані цифрових технологій забезпечує використання додатку або інтерфейсу, який виконуватиме перевірку визначеної кількості процесів. В інформаційні основі цифрових трансформацій всіх процесів внутрішнього контролю ЗЕД має бути закладено базу сформованих порушень, які є відправною точкою для порівняння. Формується база порушень на основі норм та положень законодавчо-нормативних актів та передбачає: визначення зв’язків із законодавчими документами та їх деталізацією (назва та номер правового акту, зазначення порушених норм (стаття, пункт)); формування структури виявленого порушення; додавання шаблонів для ведення кількісних і вартісних показників порушення; автоматичну оцінку впливу зміни законодавчих актів на формування порушень.

Процес планування внутрішнього контролю ЗЕД має відбуватися завчасно та передбачати: складання плану внутрішнього контролю на поточний період (рік); розробка програми контролю; визначення відповідальних осіб за проведення контролю; підготовка документів на проведення контролю (накази, акти, описи та ін.); підготовка позапланового контролю.

У процесі підготовки до проведення внутрішнього контролю ЗЕД особливу увагу необхідно приділити наявній базі нормативних документів та перевірити актуальність нормативних актів, які містить в базі (чинність документу, дата, номер). Відмітимо, що від правильності сформованої нормативної бази залежить виявлення порушень. Якщо в базі наявні застарілі нормативні документи, то їх

необхідно оновити та відповідно додати в новій редакції, а також завантажити нові законодавчі акти. Провести налаштування аналізу відповідності положень нормативних актів до тексту бази порушень.

Особливо відповідальним етапом внутрішнього контролю ЗЕД при використані цифрових технологій є його проведення. В процесі проведення контролю повинна відбуватися фіксація результатів перевірки, тобто наявність або відсутність порушень. Інформація про результати проведеного контролю (наявні порушення) формується автоматично та включається до акту перевірки із зазначенням порушених норм законодавчих актів. Автоматично має відбуватися і формування акту результатів контролю завдяки визначеній базі порушень.

Великою перевагою цифрових технологій у процесі внутрішнього контролю є можливість перегляду попередніх результатів проведеного контролю та їх порівняння. Наявність даної функції це можливість прослідкувати чи не спостерігаються системні порушення в процесі проведення ЗЕД.

Якщо під час проведення внутрішнього контролю ЗЕД було виявлено порушення, то відповідно необхідно вжити заходи щодо його усунення. В умовах використання цифрових технологій у процесі контролю, заходи з усунення виявлених порушень формуються автоматично на основі даних акту результатів контролю, фіксуються результати виконання даних заходів та визначаються терміни протягом яких необхідно усунути порушення.

Завершальним процесом внутрішнього контролю ЗЕД є аналіз результатів внутрішнього контролю, який забезпечує оцінку проведеного контролю в розрізі відповідних показників, структура яких формується автоматично в процесі визначення нових операцій, документів, положень та інших даних, які задаються управлінським персоналом. Особливо актуальним є порівняння результатів поточного контролю з попередніми з метою виявлення динаміки порушень.

Інновації стають невід’ємною частиною господарських процесів та потребують нових професійних компетенцій. Відповідно, використання цифрових технологій у процесі проведення внутрішнього контролю ЗЕД має забезпечувати надійність та конкурентоспроможність підприємства.

Список використаної літератури:

1. Перепічка П. Цифрові технології як інструмент фінансового контролю. Всеукраїнський науково-практичний журнал «Фінансовий контроль». 2018. URL: https://fincontrol.com.ua/news-public.php?id=92 (дата звернення: 15.10.2021).

СЕКЦІЯ 2.
ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ: ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Андрейків Тетяна Ярославівна,
к.е.н., доцент кафедри фінансів, економічної
безпеки, банківської справи та страхового бізнесу,
Остапчук Іванна Олександрівна,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Львівського торговельно-економічного університету

КРИТЕРІЇ ТА ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

Основою повноцінного функціонування ринкового господарства будь-якої країни є наявність ефективної та цілісної інфраструктури, в якій важливе місце займають кредитно-фінансові установи, в тому числі банки, фондові та валютні біржі, інвестиційні та страхові компанії та кредитні спілки. Усі вони беруть

активну участь в організації грошових потоків країни. які забезпечують ефективність процесу суспільного відтворення. Втім, ключову роль в мобілізації тимчасово вільних коштів населення та суб'єктів господарювання, та подальшому їх спрямуванні для розвитку пріоритетних сфер національної економіки, відіграють саме банки. Тому, банківська система будь-якої країни має виняткове значення для формування і підтримки механізмів регулювання економіки, довіри суб'єктів ринку один до одного, створення довіри суспільства до національної грошової одиниці та держави.

Таке розуміння банківської системи дозволяє визначити, що її стійкість забезпечується надійністю елементів, з яких вона складається та впливає на стійкість фінансової системи держави загалом. Водночас розвиток банківської системи відбувається завдяки процесам, які протікають як у зовнішньому середовищі, так і всередині банківської системи.

Одним із основних показників банківської діяльності є фінансова стійкість, яка в економічній теорії є складовою економічної рівноваги і являє собою можливість утримання рівноважного стану в економіці як на макроекономічному, так і мікроекономічному рівнях.

Оптимальним можна вважати таке визначення фінансової стійкості банківської системи: внутрішня характеристика здатності банківської системи нівелювати внутрішні диспропорції і абсорбувати зовнішні шоки на рівні, достатньому для збереження можливості виконання всіх функцій, не застосовуючи при цьому зовнішніх ресурсів економічної системи держави і сприяти ефективності національної економіки. При такому підході кінцевою метою забезпечення фінансової стійкості банківської системи визнається забезпечення її позитивного впливу на розвиток економіки загалом, де на перший план виводиться класифікаційна ознака, яка позиціонує суспільне благо як пріоритет функціонування. Внаслідок того, що банківська система функціонує як сукупність відповідних фінансових елементів, її стійкість безпосередньо залежить від фінансової стійкості системоутворюючих великих банків з розгалуженою філіальною мережею, регіональних кредитних організацій та інше.

Фінансова стійкість банківської системи всіх рівнів тісно взаємопов'язана. Так, стійкість банківської системи країни визначається стійкістю регіональних банківських систем, стійкість яких, в свою чергу, залежить від стійкості комерційних банків. Основою стійкості всієї «піраміди» є стійкість окремо взятого комерційного банку.

В сучасних умовах розвитку банківського сектору визначення оцінки фінансової стійкості банківської системи потребують розробки та впровадження методик комплексної оцінки ефективності функціонування банківського сектору в контексті реалізації інтеграційного курсу України у світове господарство. Зарубіжний досвід свідчить, що системна стійкість банківського сектора напряму пов'язана зі стійкістю реального сектора економіки, так як збільшення кількості кредитоспроможних клієнтів банку сприяє поліпшенню кількісних і якісних показників діяльності грошово-кредитних інститутів, їх стійкості і в кінцевому підсумку призводить до зростання національної економіки. Так, стійкість

банківської системи можна визначити як сукупні показники всіх банків країни і отриманий результат вважати достатньою характеристикою банківської системи загалом. Найчастіше підставою для такого підходу вважається удавана ідентичність як ознак економічної стійкості, так і внутрішніх чинників, які на неї впливають [30]. Що стосується фінансової стійкості банку, то вона означає постійну здатність банку відповідати за своїми зобов'язаннями і забезпечувати прибутковість на рівні, достатньому для нормального функціонування у конкурентному середовищі. Розрізняють три основні види фінансової стійкості за стабільністю роботи банку [2]:

а) нормальна стійкість, яка характеризується стабільною діяльністю, відсутністю неплатежів чи затримки виконання своїх зобов'язань, стабільною рентабельністю;

б) нестійкий фінансовий стан, що характеризується затримкою платежів, неможливістю своєчасно виконувати окремі свої зобов'язання, низьким рівнем рентабельності тощо;

в) кризовий фінансовий стан, який характеризується регулярними неплатежами, наявністю простроченої заборгованості тощо. Кризовий фінансовий стан може призвести до неспроможності банку фінансувати поточну діяльність, здійснювати платежі та виконувати свої зобов'язання, а в кінцевому рахунку – до банкрутства.

Ознаками стійкості банків також є показники розширення їх діяльності, поява в переліку банківських продуктів нових продуктів і послуг, безперервність і рівновагу напрямків діяльності та ін. Можна стверджувати, що ці ознаки характерні і для стійкості банківської системи загалом. Це не випадково, бо розглядається не відмінність двох предметів – банку і банківської системи, а їх розвиток. При характеристиці розвитку цих двох предметів дійсно можна знайти багато спільного, хоча прояв їх у кожного банку (наприклад, з позиції масштабності) може не збігатися.

Сучасні дослідники використовують різноманітні підходи до оцінювання фінансової стійкості банків, які зазвичай, відрізняються параметрами, показниками, і навіть способами представлення результатів. Наявні аналітичні методи можна розподілити на три основні групи: методи коефіцієнтів, рейтингові методи, математично-статистичні методи [1].

Найбільш простим є метод коефіцієнтів, який використовується для виявлення кількісних взаємозв'язків між різними розділами та групами балансових статей за допомогою співставлення статей банківської звітності.

Другою групою методів оцінювання фінансової стійкості банку є рейтингові системи оцінювання, які зазвичай визначають характеристики достатності капіталу, якості активів, ліквідності балансу, рівня прибутковості активів і якості банківського менеджменту. Сукупність рейтингових оцінок розподілена на дві групи:

– інсайдерські (UBSS, ROCA, BOPEC, CAMEO), які здійснюють оцінювання фінансової стійкості всередині банку;

– дистанційні (CAMELS, PATROL, CAEL, ORAP) за допомогою яких, проводиться оцінювання фінансової стійкості банку за матеріалами, які містяться у відкритій фінансовій звітності.

Рейтингові методи покликані відображати реальну ситуацію в банківському секторі, проте, вони не завжди дозволяють передбачити зміни в надійності й стійкості банків. Це пов'язано з тим, що точність результатів складається з достовірності інформаційної бази та знання особливостей конкретних методик розрахунку.

Найновішим та найточнішим підходом до оцінювання фінансової стійкості банку на теперішній час є математично-статистичні методи (SEER Rating, SCOR, SEER Risk Rank, Bank Calculator – OCC, SAABA) Їх перевагою є те, що вони: проводять оцінку фінансової стійкості банку на перспективу, що дозволяє завчасно вжити заходів для уникнення втрат; використовують тільки кількісні дані та комплексні статистичні модулі, програми й підходи (дискримінантний аналіз) для підготовки висновків щодо перспектив розвитку банку; не враховують якісні характеристики.

Список використаної літератури:

1. Вольська С. П. Порівняльна характеристика методів оцінювання фінансової стійкості банку. Науковий вісник Херсонського державного університету. Випуск 10. Частина 1. 2015. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_10/43.pdf.

2. Погореленко М. П., Калінін О. В. Методичні підходи до оцінки фінансової стабільності банку. Науковий вісник Херсонського державного університету. Випуск 26. Частина 2. 2017. С. 97-102.

3. Стечишин Т. Б., Дідик М. М. Забезпечення стабільності банківської системи в умовах кризи. Економіка і суспільство. Випуск 16. 2018. С. 808-817.

Братюк Віра Петрівна,
к.е.н, доцент кафедри економіки та фінансів,
Мигович Владислав Володимирович,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Мукачівський державний університет

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Сучасний стан економіки України характеризується суттєвим зменшенням темпів економічного зростання, що обумовлює необхідність використання всіх можливостей стимулювання виробництва. Одним із важливих шляхів подолання негативних тенденцій у розвитку економіки країни є залучення інвестицій. Активізація інвестиційного процесу значною мірою може бути забезпечена за рахунок ефективного використання страхових ресурсів вітчизняних страхових компаній. Інвестиційні можливості страхових компаній обумовлені економічною природою страхування. Особливість діяльності страхових ком паній полягає в

тому, що вони мають змогу протягом певного періоду розпоряджатися коштами, отриманими від страхувальників.

Досвід розвинених зарубіжних країн свідчить, що на сьогоднішній день страхові компанії посідають особливе місце в забезпеченні інвестиційного процесу. Але на тепе рішній час цей напрям діяльності страховиків в Україні залишається недостатньою мірою використаним. У розвинутих країнах світу страхові компанії за обсягом інвестиційних вкладень перевищують загальновизнаних інституціональних інвесторів – банки й інвес- тиційні фонди. Для прикладу, прибуток від інвестицій у зарубіжних страхових компаніях становить у середньому 20-30% від сукупного доходу, у країнах СНД – 3-10%, а в Україні — 2-3% [1]. Це обумовлює актуальність проведення досліджень всіх напрямків та механізмів, які дозволяють страховим компаніям приймати участь в процесах інвестиційної діяльності.

Дослідженню різних аспектів здійснення страховими компаніями інвестиційної діяльності присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема М. Александрова, В. Базилевич, В. Василенко, О. Заруба, О. Залєтова, Н. Зозуля, С. Осадець, А. Черненко, О. Вовчак, Л.Ю. Сорока, Ф. Бикнелл, Т. Мэнсон, Д. Хэмптон та інші. Втім, підходи різних авторів до розуміння особливостей інвестиційної діяльності страхових компаній не завжди враховують особливості сучасного стану економіки, що гальмує розв'язання зазначеної проблеми на практиці. У зв'язку з цим назріла практична потреба у продовженні та поглибленні наукових досліджень у напрямі забезпечення найбільш ефективних шляхів реалізації інвестиційної діяльності страхових компаній. Враховуючи об'єктивну необхідність дедалі більшого залучення інвестиційного капіталу страхової системи до економіки України, подальші дослідження цих аспектів набувають особливого значення.

Страхові компанії, згідно із законодавством, виконують дві важливі функції: з одного боку в процесі здійснення основної професійної діяльності вони стимулюють інвестиційну активність тим, що забезпечують страховий захист суб'єктів господарювання від ймовірних ризиків, а з іншого боку — приймають безпосередню участь у інвестуванні, тобто виступають в ролі інституційних інвесторів.

Особливість діяльності страхових компаній полягає в тому, що вони мають змогу протягом певного періоду розпоряджатися коштами, отриманими від страхувальників. Інвестиційна діяльність страхових організацій великою мірою залежить від розміру інвестиційного потенціалу страховика. Під інвестиційним потенціалом страхової компанії розуміють сукупність коштів, що є тимчасово або відносно вільними від страхових зобов'язань, які використовуються для інвестування з метою одержання інвестиційного доходу.

Інвестиційний потенціал залежить від багатьох факторів:

– обсягу страхових премій; структури страхового портфеля;
– збитковості або прибутковості страхових операцій;
– строків страхових договорів;
– обсягів власних коштів, умов державного регулювання формування

страхових фондів та ін.

Інвестиційний потенціал страхової компанії складається з коштів страхувальників у вигляді страхових премій і власного капіталу. Власний капітал страховика формується за рахунок внесків акціонерів або учасників з подальшим відрахуванням коштів до резервів і фондів.

Таким чином, кожна страхова компанія має в своєму розпорядженні дві групи коштів:

а) власні кошти, у вигляді статутного фонду (капіталу), нерозподіленого прибутку, додаткового та резервного капіталу, вільних резервів;

б) залучені кошти у формі страховихрезервів.

Напрямки інвестування коштів, що належать до першої групи, законами не оговорюються і страховики можуть розпоряджатись ними на власний розсуд.

Проведемо огляд показників страхового ринку за IV квартал 2020 року [1]. Обсяг активів страховиків зріс порівняно з попереднім. Зростав і обсяг валових страхових премій страховиків, помітніше – для страхування життя. Однак за рік сукупні валові страхові премії знизилися на 12%, перш за все через вихід з ринку низки страховиків та зниження ризикового страхування у кризовому II кварталі. Водночас обсяг страхових премій тих non-life-страховиків, що подали звітність за 2020 рік, зріс на 11%. Упродовж року співвідношення виплат до страхових премій залишилося майже незмінним і становить 35% для ризикового страхування та 13% для страхування життя. За результатами року частка страхових премій від перестрахування становила 17%, а їхній обсяг у IV кварталі дещо скоротився. У структурі чистих страхових премій 57% отримано від фізичних осіб. За IV квартал їхній обсяг незначно скоротився, водночас протягом року зростання становило 3%, а якщо виключити з попередніх періодів дані страховиків, які не подали звітність за 2020 рік – 6%. Це свідчить про збереження попиту населення на послуги страхування.

Страхові премії від юридичних осіб зростали у річному та квартальному вимірах. Загалом частка добровільного страхування стабільно складає 80%. Найпоширенішими видами страхування залишається автострахування (КАСКО, ОСЦПВ і Зелена картка) та особисте страхування (медичне та життя). За рік обсяги премій за цими видами зросли. Порівняно з 2019 роком лише премії зі страхування майна та вогневих ризиків значно знизилися, переважно через вихід з ринку лідерів за цим напрямом. Показники збитковості (loss ratio) ризикових видів страхування традиційно зростають під кінець року. Loss ratio обов'язкових видів у IV кварталі становив 55%. Для добровільних видів страхування цей показник, зазвичай, нижчий, проте під кінець року сягнув 66%. Таке високе значення пов'язане з формуванням значного обсягу резервів одним страховиком. Якщо виключити цей ефект, то збитковість добровільних видів страхування у IV кварталі становитиме 33%. Через зростання loss ratio за майже незмінних супутніх операційних витрат операційна ефективність страховиків non-life погіршилася за результатами року. Частка інвестиційного доходу в загальних доходах страховиків становить 18% для life-страховиків та всього 4% – для non-life. Протягом року зросла частка інвестиційного доходу від облігацій, зокрема ОВДП.

Погіршення показників ефективності у IV кварталі сповільнило зростання прибутку сектору. Проте за результатами 2020 року страховики заробили рекордні прибутки – загалом 2.2 млрд грн. Рентабельність активів становить 3.4%. За цим показником страховики випередили інші НБФУ

Аналіз страхового ринку України дозволив виділити ряд факторів, які стри мують розвиток інвестиційної діяльності стра хових компаній і зробити висновок, що на сьогодні страховий бізнес ще не напрацював достатнього досвіду та належної нормативної бази для ефективного управління інвестиціями. На інвестиційну діяльність негативно впливає політична та економічна нестабільність в країні. Низький рівень капіталізації ринку, несприятливі умови для інвестування, недосконаліть податкової системи, від- сутність надійних фінансових інструментів і державних гарантій під інвестиційні проекти, негативно впливають на рівень участі страхових компаній у інвестиційному процесі країни. В той же час страхові компанії (особливо страховики, які займаються довгостроковим страхуванням життя) за рахунок своєї ефективної інвестиційної політики, при умові розвитку страхового та фінансового ринків мають можливість суттєво впливати на рівень економічного розвитку країни.

Список використаної літератури:

1. URL: https://forinsurer.com/stat
2. Майданченко І.В. Інвестиційна діяльність страхових компаній – шлях до економічного зростання. Науково-технічна інформація. 2012. № 3. С. 41–44.
3. Про страхування : Закон України від 7.03. 1996 р. № 85/96-ВР URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show

Гомба Андрій Васильович,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Мукачівський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР У ОФШОРНИХ ЗОНАХ

Глобалізація світової економіки і регіональна економічна інтеграція, що проявляється у посиленні взаємозалежності країн світу, призвели у тому числі і до зростання взаємозв’язку їх податкових систем. Розвиток міжнародної мобільності фінансів призвів до створення конкурентного міждержавного ринку залучення капіталу і, як наслідок, формування світового ринку офшорних послуг. Очевидно, що офшорні центри, їх роль, перспективи і наслідки в контексті міжнародних економічних процесів відносяться до найбільш складних і суперечливих у світовій економіці.

Створення офшорних центрів у тих чи інших регіонах світу обумовлено двома основними причинами: близькість до центрів ділової активності (через це

офшорні центри створювались в промислово розвинених країнах – США, Канаді, Великій Британії, Нідерландах, Швейцарії); відсутність у держави внутрішніх ресурсів для розвитку (обумовила створення офшорних центрів в острівних державах Атлантики і Тихого океану, які ухвалили законодавчі акти, спрямовані на залучення іноземного капіталу) [1]. Стрімкий розвиток фінансового бізнесу в офшорних центрах протягом останніх років є результатом впровадження новітніх інформаційних технологій, що дозволяють встановлювати і підтримувати в режимі реального часу цілодобовий зв'язок між провідними фінансовими центрами світу. Офшорні центри виступають ефективним інструментом управління ризиками, регулювання цін експортно-імпортних контрактів, продажу авторських прав, передачі обладнання у лізинг, ведення інвестиційної і спекулятивної діяльності на світових фінансових ринках. Все вищенаведене обумовлює прагнення багатьох компаній скористатись перевагами офшорних центрів.

З початку XXI ст. уряди багатьох країн, стурбовані зростаючим відпливом капіталу в офшори, зменшенням податкових надходжень у бюджети усіх рівнів, використанням офшорів для «легалізації» доходів, отриманих незаконним шляхом, почали боротьбу з негативними наслідками масового розповсюдження нових офшорних схем. Міжнародне організаційно-правове регулювання офшорного бізнесу здійснюється Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) та Групою розробки фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей (ФАТФ). Вперше обвинувачення офшорних держав у недоброчесній податковій конкуренції з боку ОЕСР було висунуто у 1988 р. у доповіді «Несумлінна податкова конкуренція: зростаюча глобальна проблема» (Harmful Tax Competition: An Emerging Global Issue), у якій було сформульовано критерії для визначення «несумлінності» податкової практики держав та визначено методи протидії їй [3].

За останні роки офшорна індустрія зазнала суттєвих потрясінь. Так, в 2015 р. відбувся витік даних по офшорних компаніях, що отримав назву Panama Papers; наприкінці 2017 р. – скандал Paradise Papers. Завдяки їм питання офшорів широко обговорювались у ЗМІ. У 2013 р. ОЕСР розпочала роботу та представила план BEPS (Base erosion and Profit Shifting), що представляє собою глобальний проект по боротьбі з ухиленням від оподаткування та виведенням грошей в офшори. Він включає комплекс заходів, спрямованих на боротьбу з зловживаннями, що пов'язані з використанням спеціальних режимів оподаткування та застосуванням конвенцій про уникнення подвійного оподаткування. Даний План вийшов за межі ОЕСР і нині до програми приєднались більш, ніж 100 країн світу [2]. З 2017 року Україна також приєдналася до Програми розширеного співробітництва в рамках ОЕСР, взявши на себе зобов'язання щодо імплементації Мінімального стандарту Плану дій BEPS – обов'язкові 4 заходи із 15-ти запропонованих, які передбачають оподаткування прибутку там, де створюється додаткова вартість, та безпосередньо здійснюється економічна діяльність, а не у місці реєстрації компанії.

Сучасна ієрарархічна структура офшорних юрисдикцій сформувалась

протягом останніх десятиліть під впливом як винятково економічних факторів, так і змін у внутрішній політиці розвинених країн. Офшорний бізнес є надзвичайно волатильним та ускладняється, адаптуючись до нових вимог та умов, зумовлених змінами законодавчої бази і, як наслідок, все складнішими стають і схеми використання офшорних зон.

Список використаної літератури

1. Луцишин З., Южаніна Н., Фролова М., Мазур М. Сучасна офшоризація бізнесу у конструкті національної фіскальної безпеки. Міжнародна економічна політика. 2019. №1(30). С.70-112.
2. Офшор-2019: типові питання при реєстрації компанії та відкритті рахунку за кордоном. URL: http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100014189-40-1 (дата звернення: 8 жовтня 2021 р.).
3. Corporate Tax Heaven Index 2019 Tax Justice Network. URL: https://fsi.taxjustice.net/en/ (дата звернення: 9 жовтня 2021 р.).

Gomba Mykola,
Doctor of Philosophy
specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activities"
Mukachevo State University

MODERN E-COMMERCE TRENDS

The COVID-19 pandemic has boosted the digital economy in both Ukraine and the world. The processes of globalization in the context of the corona crisis have slowed down, which can lead to significant changes in the market structure, affect the distribution of online and offline trade. Quarantine and long-term self-isolation have forced people to shop more and more in Internet and accelerated the process of global digitalization. According to the data published by the UN Conference on Trade and Development, in 2020 the share of online trade increased from 16% to 19% of total retail turnover (including B2B and B2C sales). According to their estimates, in 2019 its volume amounted to 26.7 trillion USD, which is almost 30% of global GDP [2]. Alibaba (China) and Amazon (USA) remain the leaders by the indicator of online sales. Companies that have managed to move to digital format have been able to mitigate to some extent the negative effects of the economic crisis caused by the pandemic.

The pandemic has affected e-commerce, giving it a clear advantage over offline commerce. The corona crisis has become a test for key areas of domestic business. Under the conditions of the pandemic and disappointing macroeconomic forecasts, retail business leaders were forced to look for new approaches, formats and technologies to establish business processes and ensure sales growth. According to a survey conducted by ISE Corporate Accelerator, customers seek to make purchases at a convenient time and in the right place using all possible means. Retailers should consider such trends as creating additional opportunities for doing business through the use of modern technologies, innovative tools, integration of new products, business

model formation and rapid adaptation to consumer needs [2].

The development of e-commerce was also facilitated by the rapid development of information and communication technologies. Expanding the capabilities of existing communication platforms, including Facebook (59%), Instagram, WhatsApp, platforms for online conferences (ZOOM, Skype, GOOGLE MEET) allowed to improve communication between the subjects of entrepreneurship, acquire consumers of new knowledge, skills and competencies.

The pandemic illustrated the growth of Internet commerce and contributed to the spread of distant work. It is estimated that by 2028, more than 30% of employees will work from home on a permanent basis, and as a result, the number of purchases on the way home will decrease and the tendency to order delivery of goods will take root. It is worth noting, that the launch of food deliveries has become a trend in 2020. Retail delivery service is an exceptionally new stage of market development, which is still developing rapidly, and by 2022 the global e-commerce market will be up to 22% of all retail. Along with the growth of trade in the online format, consumer habits are changing. Thus, by 2030, a third of the workforce will be formed by Generation Z, whose model of behavior is radically different from others. The above mentioned forces retailers to digital changes in the online and offline space, which create new consumption patterns [1; 3].

For e-commerce during the quarantine restrictions in Ukraine, certain problems have appeared, including: underdeveloped courier network and inability to receive orders from remote areas; increase in the price of the order due to significant costs for delivery of goods and transfer of funds; reduction of household income; reducing the number of impulsive purchases; purchase mainly only the necessary groups of goods.

The COVID-19 pandemic has had a significant impact on the quality and standard of living of people, changing the psychological state, way and conditions of life, work, leisure of people, and finally their interaction and movement. This has radically changed the style, habits and values of human life, putting on the agenda the needs of basic necessities and opening new perspectives for the development of the economy and e-commerce in particular. The corona crisis illustrated the dynamism in the field of e-commerce in different countries, which is likely to have long-term consequences due to the possibility of new waves of the epidemic, ease of ordering and delivery of goods, low costs of e-commerce.

References:

1. Evolving Ecommerce: 14 Trends Driving Online Retail In 2020. URL: https://www.bigcommerce.com/blog/ecommerce-trends/#14-ecommerce-trends-leading-the-way (дата звернення: 15 жовтня 2021 р.).

2. Trade and Development Report 2021. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2021_en.pdf (дата звернення: 15 жовтня 2021 р.).

3. Global Ecommerce 2020. URL: https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2020 (дата звернення: 15 жовтня 2021 р.).

Мединська Тетяна Володимирівна,
к.е.н., доцент кафедри фінансів, економічної
безпеки, банківської справи та страхового бізнесу,
Львівського торговельно-економічного університету
Мутян Іванна Євгенівна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Львівського торговельно-економічного університету

ПЛАНУВАННЯ ВИДАТКІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ В СИСТЕМІ РОЗПОДІЛУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЕРЖАВИ

Економічні відносини, що виникають у зв'язку з розподілом фінансових ресурсів держави та їх використанням за галузевим, територіальним та цільовим призначеннями відображують видатки бюджетів різних рівнів. Видатки бюджетів безпосередньо пов'язані з доходами, зокрема це – грошові кошти, що спрямовуються на здійснення програм та заходів, передбачених відповідними бюджетами. З одного боку, обсяг видатків обмежується бюджетними надходженнями, тобто доходами, які визначаються економічними можливостями держави, а з іншого – можуть впливати на доходи сприяючи розвитку виробництва, науково-технічному прогресу тощо.

В умовах обмеження державних фінансових ресурсів, актуальною проблемою є планування й виконання державного бюджету, а також цільове та ефективне використання бюджетних коштів за рахунок вдосконалення системи управління видатками бюджету. Плануючи показники річного плану видатків державного бюджету, важливими є показники фактичного виконання за попередній період, які залежать від бюджетно-податкового регулювання та економічної ситуації в країні.

Бюджетне планування видатків державного бюджету сприяє досягненню фінансової та макроекономічної стабільності; розрахунку майбутніх планових бюджетів на основі реальних показників; підвищує контроль за державним боргом; посилює бюджетну дисципліну за рахунок підвищення ефективності та результативності бюджетних видатків; забезпечує перехід від утримання бюджетних установ до надання ними якісних бюджетних послуг.

Планування видатків державного бюджету являє собою комплекс заходів щодо визначення напрямів та обсягів використання бюджетних коштів і здійснюється органами державної влади з метою забезпечення реалізації пріоритетів соціально-економічного розвитку країни [1].

Таблиця 1

Видатки державного бюджету України за цільовим призначенням у 2018-2020 рр.

Статті видатків	2018 р.			2019 р.			2020 р.		
	Річний план,	Факт, млн. грн	Вико-нання,%	Річний план,	Факт, млн. грн	Вико-нання,%	Річний план,	Факт, млн. грн	Вико-нання,%

	млн. грн			млн. грн			млн. грн		
Оплата праці і нарахування на заробітну плату	173208,9	171258,5	98,9	212137,7	210073,1	99,1	242623,3	240542,3	99,1
Використання товарів і послуг	166662,3	157552,4	94,5	194363,4	182058,8	93,7	319704,5	301689,9	94,4
Обслуговування боргових зобов'язань	128383,8	116297,4	90,6	123605,6	119933,8	97,0	136729,4	120693,4	88,3
Поточні трансферти	300955,9	297695,2	98,9	264926,5	255326,7	96,4	204596,6	201281,9	98,4
Соціальне забезпечення	166834,5	166624,8	99,9	225897,7	223458,3	98,9	328901,5	322472,0	98,0
Інші поточні видатки	6806,5	6618,2	97,2	9145,5	8082,7	88,4	7505,4	6515,2	86,8
Капітальні видатки	91066,4	69805,5	76,7	98840,9	76188,6	77,1	112720,2	94926,8	84,2
Нерозподілені видатки	508,5	0	0	602,9	0	0	2834,2	0	0
Усього	1034426,3	985851,8	95,3	1129520,3	1075122,1	95,2	1355615,1	1288121,3	95,0

Джерело: складено авторами за даними Державної казначейської служби України [2]

За результатами, наведеними у табл. 1, можемо зробити висновки, що протягом останніх років видатки Державного бюджету України зросли з 985851,8 млн. грн. у 2018 році до 1288121,3 млн. грн. у 2020 році. Найбільшу частку в усіх видатках Державного бюджету України займають такі статті як: оплата праці і нарахування на заробітну плату, використання товарів і послуг та поточні трансферти. Видатки на оплату праці і нарахування на заробітну плату зросли майже у два рази – у 2018 році вони склали 171258,5 млн. грн. це на 69283,8 млн. грн. менше від 2020 року, що пов'язано із збільшенням розмірів мінімальної заробітної плати, окладів державних службовців, мінімального прожиткового мінімуму тощо.

Видатки на соціальне забезпечення за державним бюджетом зросли на 47,6% відсотка до 322472,0 млн. грн. Значне зростання видатків державного бюджету за функцією «Соціальне забезпечення» у 2020 р. проти 2019 р. обумовлено зміною механізму надання у 2020 р. пільг та житлових субсидій. Так, у 2020 р. Міністерству соціальної політики було передано видатки, які у 2019 р. здійснювалися за рахунок субвенцій з державного бюджету місцевим бюджетам, зокрема: субвенція на виплату допомог сім'ям з дітьми, малозабезпеченим сім'ям та дітям інвалідам та субвенція на виплату допомог дітям-сиротам та дітям, позбавленим батьківського піклування були включені до складу бюджетної програми за КПКВК кодом 2501030 «Виплата деяких видів допомог, компенсацій, грошового забезпечення та оплата послуг окремим категоріям населення», а субвенція на надання пільг та житлових субсидій населенню на оплату житлово-комунальних послуг та субвенція на надання пільг та житлових субсидій населенню на придбання твердого палива і скрапленого газу – до складу бюджетної програми за КПКВК кодом 2501230 «Виплата пільг і житлових субсидій громадянам на оплату житлово-комунальних послуг, придбання

твердого пічного побутового палива і скрапленого газу у грошовій формі». Відповідно, за звітний період міжбюджетні трансферти суттєво знизились.

Отже, видатки бюджету є знаряддям розподілу й перерозподілу державних грошових коштів і фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування, які мають задовольняти найважливіші потреби суспільства у розвитку соціально-економічної сфери, державного управління, оборони і громадського порядку, забезпечення безпеки держави тощо.

За допомогою бюджетних видатків в системі ефективного розподілу фінансових ресурсів, державні органи влади виконують поставлені перед ними функції. Удосконалення системи бюджетних видатків повинно здійснюватись у сфері управління, економічної діяльності, а також у соціальній сфері. Одними із пріоритетних її напрямків є: аполітизація бюджету, вдосконалення державного контролю, бюджетного та податкового законодавства, мережі виконавців, перехід від бюджетного планування до бюджетного прогнозування та інші.

Список використаної літератури:

1. Фетіщенко Є. М. Планування видатків державного бюджету: теоритико-методологічний аспект URL: http://visnyk.academy.gov.ua/pages/dop/54/files/d05a71a7-985a-4f17-a8d5-00fcbbdddc9a.pdf

2. Державна казначейська служба України URL: https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu.

Петричко Марія Михайлівна,
к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів,
Гладинець Наталія Юріївна,
к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів
Мукачівського державного університету

ДО ПИТАННЯ ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ

У період визначення економічного напрямку і стратегії щодо розвитку держави дослідники використовують усі ймовірні шляхи, серед яких важливим для економічної стабілізації стає дослідження податкової політики та податкової системи, що мають цілеспрямовані етапи, які вирішують конкретні завдання. Насамперед, податкова політика є головною складовою економічної політики, в сукупність якої входять юридичні акти щодо встановлення видів податку, зборів та обов’язкових платежів, а також порядок їх регулювання та стягнення. Нині в

Україні така політика перебуває у стадії постійного оновлення, вона інтегрувала в себе ряд принципів податкової системи: європейської та американської. Тому дослідження сутності й завдань податкової політики, яка забезпечує державний бюджет податковими надходженнями, є актуальним.

Серед відчизняних науковців, які приділяють значну увагу питанню дослідження поняття, сутності податкової політики та ефективного функціонування її інструментів слід виділити таких, як: В. Андрущенко, Г. Василевська, А. Василенко, В. Вишневський, В. Геєць, О. Данилова, Н. Дєєва, Т. Єфименко, Ю. Іванов, Т. Калінеск, А. Кізим, А. Крисоватий, І. Лютий, В. Мельник, Т. Меркулова, В. Опаріна, О. Покатаєва, А. Соколовська, Л. Тарангул, В. Федосов С. Юрій та ін. [4].

Віддаючи належне багатьом науковим дослідженням, в яких розкрито означені проблеми, все ж доводиться констатувати, що питання щодо визначення сутності, завдань та узгодження податкової політики з цілями соціально-економічного розвитку держави на сьогодні залишається повністю не розкритим.

Податкова політика держави є невід'ємною складовою фінансової політики, яка не має самостійного характеру, оскільки податки (як інструмент впливу на національну економіку) застосовуються в комплексі з іншими методами її регулювання. Якщо розмежовувати поняття, то слід зазначити, що під системою оподаткування слід розуміти частину загальної державної податкової політики – тоді, як остання є системою відносин, які складаються між платником податку і державою, а також є їх взаємовідносинами у різних умовах господарювання та економічних системах . Тому головною метою такої політики є організація надходжень до бюджет держави з різних джерел для подальшого використання їх у виконанні нею своїх функцій.

Податкова політика, маючи здатність впливати на всі макроекономічні процеси, є однією з найважливіших основ державної політики будь-якої країни. Отже, податкова політика здатна впливати як на обсяги іноземних інвестицій, так і на скорочення витрат приватного сектору завдяки впровадженню нових видів податків, підвищенню податкових ставок, введенню нових об'єктів оподаткування за окремими видами податків. Проте, падіння рівня інвестиційних витрат призводить до скорочення норми накопичення, тобто відбувається ефект заміщення, який має місце у разі виникнення бюджетного дефіциту – тоді уряд буде вимушений збільшувати власні борги для покриття видатків державного та місцевих бюджетів. У свою чергу, збільшення державних видатків підвищує сукупний попит, що призводить до збільшення обсягів виробництва, підвищуючи відсоткову ставку на ринках активів і тим самим пом'якшуючи вплив податкової політики на виробництво. Але найефективнішою вважається податкова політика, що будується за наявності стабільного обмінного курсу та стійкого руху капіталу .

Термін «державна податкова політика» розуміють по-різному: наприклад, у вузькому значенні – як систему оподаткування, що, в свою чергу, складається з системи податків, об'єкта та суб'єкта оподаткування, ставок оподаткування, механізму їх сплати й вилучення, строків сплати тощо. Але для того, щоб досягти поставлених цілей перед податковою політикою, потрібно спочатку провести

глибокий аналіз поняття сутності податкової політики. В науці цей термін поділяється на такі категорії, як «податки» та «політика», що тісно пов'язані між собою.

Проведене дослідження сутності та завдань податкової політики держави, дозволило сформулювати визначення цього поняття, під яким ми розуміємо налагоджену і прозору систему взаємодії між платником податків та державою, яка регулюється встановленими законодавчими й нормативно-правовими актами та розробленою сукупністю економічних та організаційних заходів для постійного отримання доходів бюджетів усіх рівнів за рахунок постійних чи тимчасових джерел.

Список використаної літератури:

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page
2. Закон України " Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів щодо податкової реформи " від 28.12.2014 № 71-VIII. [Електронний ресурс] - режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/71-19
3. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2016 році» від 24.12.2015 №909-19. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/909-19
4. Мельник В.М. Оподаткування: наукове обґрунтування та організація процесу [текст] Монографія. / В.М. Мельник. - К.: Комп'ютерпрес, 2006. – 278 с.

Пугачевська Катерина Йожефівна,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
та управління економічними процесами
Мукачівський державний університет

АДАПТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ КОРОНАКРИЗИ

Теорії менеджменту першої половини XX ст. розвивались в умовах відносно стабільного зовнішнього середовища і орієнтувались в основному на пошук шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок удосконалення його управління. Поширення адаптивного менеджменту стало результатом розвитку теорії управління в умовах підвищення невизначеності зовнішнього середовища підприємства. Нині його розглядають як самостійну

концепцію менеджменту, що реалізовується в умовах інноваційного, стратегічного управління та ризик-менеджменту. Натомість з другої половини XX ст. підходи до управління відповідали викликам, актуальних у відповідний часовий період та зосереджували увагу на способах адаптації до зовнішнього середовища. З позицій теорії систем будь-яке підприємство розглядається як система, натомість адаптивною є система, яка може змінюватись у відповідь на зміни внутрішніх і зовнішніх параметрів функціонування. Дана проблематика набуває особливої актуальності в умовах коронакризи за якої підприємства були змушені розробити нові підходи до ведення бізнесу з метою уникнення негативних наслідків пандемії, а відтак утримання власних позицій на ринку.

Підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах господарювання пов'язане зі здатністю пристосовуватись до мінливого зовнішнього середовища. Якщо розглядати підприємство як систему, то особливістю адаптивної системи виступає можливість змінюватися у відповідь на трансформації внутрішніх і зовнішніх параметрів функціонування. Поряд з поняттям адаптивної системи виокремлюють також поняття «адаптивне управління», тобто управління в системі з неповною інформацією про керований процес, що змінюється в міру накопичення і обробки додаткових параметрів, що необхідні для підвищення якості управління. Адаптивне управління можна розглядати як процес прийняття та імплементації управлінських рішень, що забезпечують своєчасну відповідь підприємства і всіх її структурних підрозділів на зміну параметрів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Пандемія COVID-19 є одним із ключових викликів для бізнесу в сучасних умовах, що охопила усі його аспекти – від галузевих до глобальних ланцюгів постачань. Одночасно з коронакризою бізнес переживає «кризу адаптації», навчаючись працювати і отримувати прибуток в нових умовах. Пандемія показала, наскільки обмеженими є її можливості до швидкого навчання в динамічному світі, коли декілька днів зволікання можуть призвести до чотирикратного зростання кількості інфікованих і посилення дестабілізації бізнесу і суспільства [2]. Оскільки компаніям доведеться адаптуватися до роботи після коронавірусу, вони, перш за все, повинні прискорити темпи своєї цифрової трансформації. Задовго до кризи багато організацій впроваджували програми цифрової трансформації, щоб захистити свої позиції від технологій високого порядку конкурентів і скористатися більшою функціональністю цифрових бізнес-моделей з їх адаптивністю, продуктивністю і можливістю налаштування під потреби компанії. Нині цифрова трансформація стала першочерговою задачею і для інших підприємств. Спалах COVID-19 прискорив розвиток електронної комерції, а бізнес і споживачі отримали унікальну можливість звикнути здійснювати покупки он-лайн, працювати дистанційно тощо.

За результатами дослідженнями Інституту економічних досліджень та політичних консультацій [1] вітчизняний бізнес можна умовно розподілити на три великі групи. До першої групи відносять підприємства, які припинили свою діяльність через неспроможність працювати в нових умовах, зокрема мікропідприємства, малі і частково середні, пов’язані з торгівлею, наданням

послуг, пов'язаних з туристичною галуззю тощо. Друга група - це підприємства, які переформатували свою діяльність у напрямку пропозиції нових товарів і послуг без змін у бізнес-моделі, зокрема торгівля "на виніс", обслуговування в онлайн-режимі і надання послуг, які традиційно були присутні на ринку, однак не настільки популярними. До третьої групи відносять підприємства, які знайшли свою нішу на ринку і розробили нові товари й продукти. Безумовно, в умовах пандемії у сприятливому становищі ті види бізнесу, які змогли перейти на онлайн-роботу.

Управління змінами на вітчизняних підприємствах повинно бути орієнтоване переважно не на вирішення існуючих проблем, а на використання наявних можливостей і сильних сторін підприємства. Відтак, для пристосування підприємства до динамічних факторів зовнішнього середовища підприємству необхідно використовувати одну з форм адаптивного управління.

Список використаної літератури

1. Бураковський І. (2020). Економіка під час ковіду. URL: http://www.ier.com.ua/ua/publications/comments?pid=6551(дата звернення: 9 жовтня 2021 р.).

2. Сіденко В. (2018). Глобальні структурні трансформації та тренди економіки України. URL: http://razumkov.org.ua/uploads/article/EP_18_1_37_uk.pdf (дата звернення: 9 жовтня 2021 р.).

Рущишин Марія Олегівна,
аспірантка кафедри фінансів грошового обігу і кредиту
Львівського національного університету імені Івана Франка

ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

В сучасних умовах господарювання одним з найважливіших факторів економічного розвитку є інноваційна діяльність, а застосування інновацій є підґрунтям забезпечення конкурентоспроможності. Інновації відіграють досить важливу роль у структурній перебудові господарського механізму, підвищенні інтенсивності його якісної трансформації за умови ефективного користування інтелектуальним потенціалом країни. Кожна інноваційна діяльність потребує виділення певних фінансових коштів для свого здійснення. На сьогоднішній день як малі, так і великі підприємства стикаються з проблемою недостатнього фінансування інноваційних процесів. Пошук вирішення дефіциту фінансових коштів слід почати із дослідження наявних джерел фінансування інноваційної діяльності.

Інноваційна діяльність вітчизняних підприємств значною мірою залежить від повноти фінансування. Хоча і потенційних джерел отримання коштів є досить багато, найбільше труднощів під час здійснення інноваційної діяльності виникає через брак чи недостатність фінансування. Виділяють такі принципи

фінансування інноваційної діяльності:

– чітка цільова орієнтація на швидке й ефективне впровадження сучасних науково-технічних інновацій;

– різноманітність джерел фінансування;

– обґрунтованість та юридична захищеність методів акумуляції коштів;

– гнучкість системи фінансування всіх етапів життєвого циклу інновацій [1, с.56].

Фінансування інноваційної діяльності є однією з найважливіших умов інноваційної активності, оскільки проведення ефективної інноваційної діяльності вимагає значних фінансових вкладень.

За походженням джерела фінансування інновацій можна розділити на внутрішні та зовнішні відносно підприємств (рис. 1). Найчастіше до внутрішніх джерел фінансування відносять власні кошти підприємств у вигляді прибутку, амортизаційних відрахувань, використання резервного фонду для покриття тимчасових поточних збитків на період до виходу підприємств на проектні показники обсягів випуску та продажу, що перевищують їх беззбитковість [2, с.1].

На практиці нові або невеликі підприємства не в змозі фінансувати інновації тільки за рахунок внутрішніх ресурсів, так як це доволі складно і ризиковано, тому вони звертаються до зовнішніх джерел.

Зовнішні джерела фінансування інноваційних процесів – це джерела, які отримують промислові підприємства зі сторони на умовах платності та строковості і можуть бути використанні на реалізацію інноваційного процесу. До них належать позикові та залучені ресурси.

Рис. 1. Види джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств України [3, с.56]

Позикові фінансові кошти передбачають повернення їх зі сплатою відсотків за користування або без сплати. Їх джерелами є кошти бюджетів, позабюджетних фондів, комерційні та інші кредити, іноземні інвестиції.

Отже, в сучасних умовах основним джерелом фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств виступають в основному власні фінансові джерела, а допомога з боку держави носить пасивний характер. Тому необхідно збільшувати частку державної участі у фінансуванні інноваційної діяльності підприємств України, а також підвищувати увагу держави та суспільства в цілому до рівня інноваційної діяльності, формування приватно-державного партнерства та інноваційної культури нації.

Список використаної літератури:

1. Антонюк Л. Л. Інновації : теорія, механізм розробки та комерціалізації : підручник / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук // – К. : КНЕУ, 2017. – 394 с.

2. Єрмак С. О. Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні / С. О. Єрмак, О. О. Лісніченко // Ефективна економіка. – 2016. – №3.– С. 1-3.

3. Левицька С. О. Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні / С. О. Левицька, М. Д. Полюхович // Економіка і управління галузями та підприємствами. – 2017. – Випуск 4(32). – С. 55-58.

Рущишин Надія Михайлівна,
д.е.н., професор кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу, Львівського торговельно-економічного університету
Маланюк Ірина Романівна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» Львівського торговельно-економічного університету

ДЕПОЗИТНА ДІЯЛЬНОСТЬ БАНКІВ ТА НАПРЯМИ ЇЇ РОЗВИТКУ

Основним елементом залучених коштів банку є вклади фізичних або юридичних осіб, які формуються через депозитну діяльність. Банківські установи приймають вільні грошові кошти громадян в результаті виконання депозитних операцій, в яких використовуються певні види банківських рахунків, зокрема депозитні.

Достатній об’єм ресурсної бази банків в сучасних умовах розвитку економіки має велике значення для забезпечення функціонування як для комерційних банків, так і для всієї банківської системи загалом. Щоб досягти певного показника необхідним є залучення значної частки строкових вкладів – депозитів. Саме депозитні вклади відіграють значну роль у формуванні ресурсної бази банку і є мірою довіри та визнання діяльності банку вкладниками. На

сьогоднішній день кожен банк України надає пропозиції своїм клієнтам щодо розміщення вільних коштів на депозити. Найбільше користуються попитом короткострокові депозитні вклади – строком до двох років.

На сьогоднішній день більшість банків України пропонують вклади, як в національній, так і в іноземній валютах. Але відсотки за такими депозитами будуть значно меншими. Внаслідок цього переважна більшість вкладників розміщують кошти в національній валюті. Рівень відсоткових ставок за депозитами державних банків України станом на 01.01.2021 р. представлені на рис. 1.

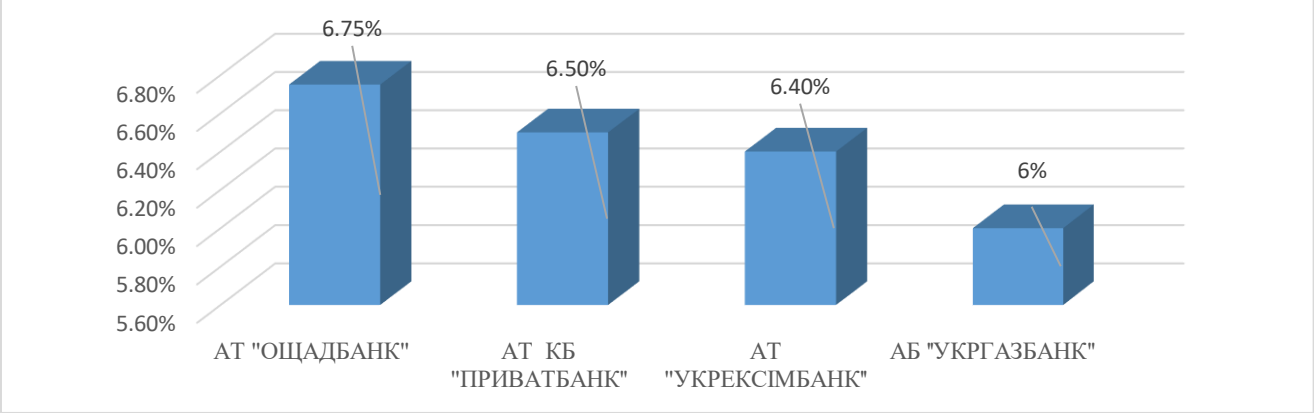


Рис. 1. Рівень відсоткових ставок за депозитами державних банків України станом на 01.01.2021 р. [1]

За підсумками 1 півріччя 2021 року, згідно даних дослідження рейтингового агентства «Стандарт-Рейтинг» (Україна), до ТОП-13 банків з найнадійнішими (привабливими) депозитами входять: АТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК», АТ «РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ», АТ «ПРАВЕКС БАНК», АТ «КРЕДОБАНК», АТ «УКРСИББАНК», АТ КБ «ПРИВАТБАНК», АТ КБ «ГЛОБУС», АТ «БАНК ФОРВАРД», АБ «УКРГАЗБАНК», АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК», АТ «УКРЕКСІМБАНК», АТ «ОЩАДБАНК», АТ «АЛЬФА-БАНК» [2].

Динаміка та темпи змін депозитів, залучених банками України в розрізі валют за 2018-2020 роки відображена в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка депозитів, залучених банками України в розрізі валют за 2018-2020 роки, млн грн

Показник	01.01.2019 р.	01.01.2020 р.	01.01.2021 р.	Темпи змін, рази		
				2019 р./ 2018 р.	2020 р/ 2019 р.	2020 р/ 2018 р.
Депозити в націо-нальній валюті	540683,0	642711,0	840189,0	1,19	1,30	1,55
Депозити в іноземній валюті	422361,8	454369,8	537386,3	1,07	1,18	1,27
Всього	963044,8	1097080,8	1377386,3	1,14	1,25	1,43

депозитів						

Джерело: складено на основі [3]

В продовж останніх трьох років спостерігається динаміка зростання депозитів як в національній так і в іноземній валюті. На початок 2021 року депозити склали 1377386,3 млн грн, що на 414341,5 млн грн більше ніж на 01.01.2019 року тобто їх сума зросла в 1,43 рази. За підсумками першого півріччя 2021 року банківська система України впевнено виходить з кризи: кредитні портфелі та ресурсна база банків продовжують зростати. За перші 6 місяців 2021 року кошти клієнтів в цілому по банківській системі збільшились на 4,5 % [2]. Тенденція зростання вкладів свідчить про довіру як фізичних так і юридичних осіб до банківської системи.

Основними напрямами розвитку депозитної діяльності банків є:

- інформування громадян щодо вигідності вкладів вільних коштів на депозити в банки;
- введення нових фінансових продуктів на ринок банківських продуктів і послуг;
- просування реклами, яка містила б інформацію про вигідність вкладів.

Ефективна депозитна діяльність на ринку банківських продуктів і послуг має максимально задовольняти різноманітні цільові потреби клієнтів шляхом розробки і впровадження модифікацій депозитних продуктів та удосконалення технологій депозитного обслуговування роздрібних клієнтів. Це дасть змогу залучати більшу кількість клієнтів, завойовувати нові сегменти ринку й проводити успішну конкурентну боротьбу [4, с.99].

Отже, депозитна діяльність банків в Україні й надалі потребує розроблення нових депозитних продуктів, більшого інформування громадян про вигідність депозитів, залучення нових клієнтів та удосконалення послуг депозитного характеру. Зростання довіри клієнтів є одним з найважливіших факторів в напряму розвитку та вдосконалення депозитної діяльності як для банків так і для банківської системи загалом.

Список використаної літератури:

1. Депозити в банках України. URL: https://minfin.com.ua/ua/deposits/?bank=privatbank%2Coschadbank%2Cukreximbank%2Cukrgasbank%2Csettlement.

2. Банківська система України впевнено виходить з кризи – Рейтингове агентство «Стандарт-Рейтинг» (Україна). URL: https://ua.interfax.com.ua/news/press-release/767510.html.

3. Дані статистики фінансового сектору. URL: https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial.

4. Рущишин Н. М., Милян І. І. Сучасний стан та напрями розвитку депозитної діяльності банків України. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. Том 24. Випуск 2 (75). 2019. С. 99-103.

Черничко Тетяна Володимирівна,
д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та фінансів,
Мукачівський державний університет
Черничко Станіслав Федорович,
к.е.н., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності
Ужгородського торговельно-економічного інституту КНТЕУ

СУПЕРЕЧНОСТІ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНКЛЮЗІЇ

Найбільш поширене трактування поняття «економічної інклюзії» – створення правових та організаційних умов для забезпечення залучення суб'єктів економічної діяльності до різних сфер діяльності задля підвищення якості їх життя. У практиці економічну інклюзію визначають як надання економічних можливостей для представників тих соціальних груп, які апріорі обмежені в отриманні таких можливостей, що є передумовою ринкової економіки. ООН розглядає економічну інклюзію (на прикладі інклюзії біженців) як набір прав і рівний для всіх доступ до ринку праці, фінансових послуг і підприємництва [1].

У проєкті Стратегії сталого розвитку України до 2030 року поняттю інклюзивності приділяється значна увага. Зокрема зазначається, що інклюзивність (від лат. Include – включаю, укладаю) – процес участі всіх людей в житті соціуму, коли всі заінтересовані сторони беруть активну участь у громадському житті. Інклюзивність передбачає залучення кожного в життя спільноти та відсутність будь-якої дискримінації [2].

Інклюзивне зростання (англ. inclusive growth) – економічне зростання, яке створює для всіх верств населення максимальні можливості для працевлаштування та участі в усіх сферах життєдіяльності країни, а також забезпечує справедливий розподіл результатів праці [2].

Пацетті-Гар Е. зазначає, що інклюзивна економіка – це економіка, в якій є розширені можливості для більш широкого загального процвітання, особливо для тих, у кого з найбільше перешкод на шляху підвищення власного добробуту [3].

Автор пропонує п'ять характерних рис інклюзивної економіки, серед яких: участь; справедливість; зростання; стабільність; сталий розвиток [3].

участь – люди мають можливість приймати активну участь в економічному житті (у якості працівника, споживача та власника бізнесу) та мати широкі права щодо впливу на власне майбутнє життя;

справедливість – всі верстви населення, особливо бідні або соціально неблагополучні повинні мати можливості для економічної діяльності. Люди мають рівний доступ до суспільних благ, послуг та інфраструктури (освіти, чистого довкілля, транспорту тощо);

зростання – зростання добробуту та розширення можливостей відбувається у наслідок економічного зростання. Зростають не тільки параметри розвитку економіки національної системи, а й інші параметри, які відображають загальний добробут;

стабільність – економічні системи стають більш стійкими до економічних потрясінь та стресів, особливо до наслідків для бідних верств населення;

сталий розвиток – економічне та соціальне багатство формується сукупністю активів, які сприяють добробуту людини, та включають вироблений людиною (промисловий, фінансовий, людський, соціальний) та природний капітал. Процес прийняття економічних рішень повинен враховувати довгострокові витрати та вигоди, а не тільки короткострокові вигоди для економічних суб'єктів.

Гупта Дж. та Стек С. [4], спираючись на підходи різних науковців, обґрунтовують важливість інклюзії в економіці з точки зору сукупності причин, серед яких:

– нормативні міркування, що стосуються найбідніших та маргіналізованих в суспільстві;

– правові причини, що випливають з прав людини;

– економічні причини забезпечення економічного виробництва майбутніми поколіннями та зміцнення економічного багатства людей;

– аргументи безпеки, що дозволяють бідним мати доступ до законних засобів виживання та жити в безпеці;

– демократичні причини залучення всіх до прийняття рішень (процесуальна справедливість), розподілу ресурсів і процвітання (розподільна справедливість);

– реляційні аргументи, які вважають бідність наслідком дій інших.

Список використаної літератури:

1. Refugee Livelihoods and Economic Inclusion 2019-2023. Global Strategy Concept Note. UN Refugee agency. URL: https://www.unhcr.org/5bc07ca94.pdf

2. Стратегія сталого розвитку України на період до 2030 року. URL: https://ips.ligazakon.net/document/JH6YF00A?an=341

3. Pacetti-Garr E. The Five Characteristics of an Inclusive Economy: Getting Beyond the EquityGrowth Dichotomy. Rockfeller Foundation, 2016. URL: https://bit.ly/3GHl0F9

4. Gupta J., Stec S. Strengthening UNEP's legitimacy: Towards greater stakeholder engagement. UNEP Perspectives. 2014. No. 11. P. 1-12. URL: https://bit.ly/3mAt3f4.

Шестак Артем,
магістрант кафедри економіки, обліку та підприємництва
Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри
обліку і економічного аналізу
Козіцька Н.О.
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова
(Первомайська філія)

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ГОСПОДАРЮЮЧОГО СУБ'ЄКТА

Передумовою або наслідком будь-яких розрахункових операцій є

заборгованість як невід'ємне явище діяльності сучасного господарюючого суб'єкта. Несвоєчасна оплата з боку покупців породжує фінансові труднощі у підприємства-продавця та виникнення дебіторської заборгованості. Дебіторська заборгованість вважається одним з лідируючих елементів в структурі оборотного капіталу підприємства, який постійно потребує пошуку ефективних форм та методів управління. Наразі фінансові інструменти, які можуть використовуватися підприємствами, досить багатогранні, що, в свою чергу, визначає необхідність комплексного дослідження проблем та недоліків управління дебіторською заборгованістю, враховуючи особливості вітчизняної економіки.

Досвід діяльності сучасних підприємств свідчить про відсутність чітко налагодженого та ефективно-діючого механізму управління дебіторською заборгованістю. Наразі побудова такого механізму є однією з проблем у розв'язанні завдань побудови загальної ефективної системи управління підприємством і набуває все більшої актуальності.

Теоретичні питання управління дебіторською заборгованістю активно висвітлені в працях вітчизняних науковців, таких як: Г. Ямненко, О. Назаренко, О. Чорненька, Л. Квятковська, К. Ковтуненко, О. Ковалик, Н. Новікова, О. Грицай, Н. Станасюк тощо.

Враховуючи жорсткі умови конкуренції, обмеженість ресурсів , короткі терміни прийняття рішень щодо надання товарних кредитів, а також низьку платоспроможність, питання щодо управління дебіторською заборгованістю стають все актуальнішими. На думку Галини Ямненко, управління дебіторською заборгованістю слід розглядати як гнучкий механізм постійного пошуку найбільш ефективних зв'язків з економічним середовищем та його спроможність досягти успіху на ринку за рахунок керування фінансовими ресурсами підприємства [1, с.5.1]. І пропонує механізм управління дебіторською заборгованістю на базі комплексного управління всіма елементами його діяльності, тобто враховуються об'єкти, суб'єкти, ризики, організаційне та інформаційне забезпечення [1, с.5.2].

Автори Грицай О.І. та Станасюк Н.С. висвітлюють механізм управління дебіторською заборгованістю через призму її обліково-аналітичного забезпечення [2]. На думку вищевказаних учених, одним із факторів, що гальмує розвиток підприємств, є недостатнє інформаційне забезпечення. Воно охоплює сукупність первинних і зведених даних, організацію збереження накопиченої інформації, способи її подання та методи перетворень. Усунення такого недоліку можливе за умови раціональної організації облікового відображення та аналізу дебіторської заборгованості, що є запорукою прийняття обґрунтованих управлінських рішень[2, с.825].

Враховуючи те, що управлінський персонал не в змозі здійснити вплив на рівень дебіторської заборгованості через ринковий механізм та державне нормативно-правове регулювання, науковці зупиняються на вивченні механізму управління дебіторською заборгованістю на рівні підприємства. Погоджуємося, що наведені авторами структури механізмів управління дебіторською заборгованістю містять складові елементи, які здатні забезпечити достатній прибуток для підприємства, а також збалансувати розмір дебіторської

заборгованості та створити умови для її своєчасного погашення. Але вважаємо за доречне, окрім управління дебіторською заборгованістю на рівні господарюючого суб'єкта, вивчати управлінцям також ринковий механізм та державне нормативно-правове регулювання діяльності підприємства, в області управління дебіторською заборгованістю.

Враховуючи цей факт, загальний механізм управління дебіторською заборгованістю матиме наступний вигляд (рис.1):

Рис.1. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства

Список використаної літератури:

1. Ямненко Г. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства /Г. Якименко// Traektoriâ Nauki www.pathofscience.org International Electronic Scientific Journal. - Т. 3. - No 2. - 2017.- с.5.1-5.7.

2. Управління дебіторською заборгованістю підприємства в контексті її обліково-аналітичного забезпечення / О.І. Грицай, Н.С. Станасюк // Економіка і суспільство. – Випуск 15. – 2018. – с. 825-832.

СЕКЦІЯ 3.
ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНУ НА ОСНОВІ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Бабинець Андріана Василівна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 073 «Менеджмент»,
Лизанець Анжела Гейзівна,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та
управління економічними процесами,
Мукачівський державний університет

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

Пандемія коронавірусу нанесла сильний удар по економіці країн світу, стала причиною розвитку кризових явищ в різних сферах суспільного життя, викликала суттєві зміни в організації операційної, маркетингової, фінансової та кадрової діяльності окремих суб'єктів господарювання. Карантинні обмеження спонукали підприємства в першу чергу кардинально переглянути власні методи, прийоми та підходи до управління персоналом.

Серед основних кризових трендів можна назвати, в першу чергу, значне зростання кількості безробітних. Багато середніх і великих компаній скоротили свій штат від 15 до 40%, понад 15% штатних співробітників переведені на віддалену роботу [1].

Зростання кількості безробітних осіб в Україні супроводжувалося скороченням чисельності вакансій, що призвело до зростання напруженості на ринку праці та викликало суттєве зростання навантаження на одне вакантне робоче місце. Крім того, частину персоналу примусово у період карантину було відправлено у неоплачувану відпустку. Більшість категорій працівників по всій країні було переведено на дистанційний формат роботи, що нерідко мало вплив на розміри заробітної плати. Це спричинило зниження доходів населення і, як наслідок, – погіршення якості життя.

Наслідки карантину через епідемію коронавірусу стали суттєвою проблемою для процесів управління персоналом підприємств. Сучасний стан справ та загроза повторення локдаунів змушує роботодавців адекватно готуватись до викликів пандемії, управляти ними, вчасно реагувати й адаптуватись до постійних змін.

Аналіз тенденцій управління персоналом дозволяє зауважити, що перед підприємцями під час пандемії постають такі основні кадрові завдання:

– розширення чи запровадження можливостей для дистанційної роботи;

– організація безперебійного трудового процесу за умови постійної зміни форматів роботи та забезпечення стимулювання персоналу і підтримки мотивації до праці;

– постійний контроль та оцінка ефективності роботи, особливо при застосуванні її дистанційних форм чи часткової зайнятості;

– дослідження психологічного самопочуття працівників та надання психологічної підтримки персоналу як фактору забезпечення їхньої продуктивності та якості праці;

– збереження здоров’я співробітників (дотримання правил безпеки та забезпеченість необхідними засобами індивідуального захисту);

– надання компенсацій захворілим співробітникам;

– забезпечення підприємства необхідними кадрами та збереження найважливіших кваліфікованих кадрів в умовах постійного зниження рівня зайнятості;

– соціальний захист працівників, яких доведеться звільнити (надання допомоги);

– залучення персоналу до експериментів та пошуку нових перспектив на робочому місці, заохочення до обміну знаннями й досвідом;

– відкрите обговорення з персоналом плану дій в умовах кризи, що дозволить зменшити рівень невизначеності.

З огляду на це основним завданням роботодавців в умовах пандемії коронавірусу є забезпечити соціальний захист працівників, створити належні умови трудової діяльності та розвитку кадрового потенціалу підприємства, що перебуває у кризовому стані.

Практика показує, що в умовах скорочення ділової активності роботодавці найчастіше розглядають як найбільш вигідний такий антикризовий захід як вивільнення персоналу, але, на нашу думку, він не має стати домінантним. При фактичному вивільненні персоналу підприємство втрачає кадровий потенціал, який при нарощуванні обсягів важко буде відновити. Тому більш прийнятними за даних умов будуть методи функціональної адаптації – застосування режимів неповного робочого часу, дистанційних форматів, ротації тощо.

При цьому варто взяти до уваги, що ефективна кадрова політика за умов кризи може бути реалізована через скорочення рівнів управління, а не робочих місць; навчання працівників – лідерів; оптимізацію кадрової структури у відповідності до ситуації; гнучкість прийняття управлінських рішень при децентралізації структури управління [2].

Отже, система управління персоналом та система менеджменту підприємства в цілому на даний час потребує удосконалення. Необхідним вважаємо розробку ефективних кадрових технологій виходу з коронавірусної кризи, запозичення іноземного досвіду, застосування інноваційних форм, методів та процедур, які насамперед спрямовані на збереження кадрового ядра і зміцнення кадрового потенціалу підприємств.

Список використаної літератури:

1. Державний центр зайнятості України: офіційний сайт. URL: https://www.dcz.gov.ua.

2. Гавриш О.А., Довгань Л.Є., Крейдич І.М., Семенченко Н.В. Технології управління персоналом: монографія. К.: НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського». 582 с.

Бутко Наталія Валеріївна,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки підприємства, обліку і аудиту,
Черкаський національний
університет імені Богдана Хмельницького

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ПРИ ДІАГНОСТИЦІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

За період незалежності української держави її економіка зазнала кардинальних перетворень. Враховуючи значення галузей економіки для розвитку держави постає необхідність в обґрунтованій політиці уряду, яка повинна бути направлена на створення сприятливих умов для розвитку, активізації та ефективного функціонування вітчизняних суб'єктів підприємництва. Тому необхідною умовою наразі є постійний аналіз існуючих проблем і спроби посилення тих конкурентних переваг, які наявні на таких підприємствах. Крім того важливими умовами економічного зростання суб'єктів підприємницької діяльності є забезпечення ефективних цінових, податкових, фінансово-кредитних, інвестиційних відносин, що визначатимуть перспективи їх розвитку та сприятимуть виробництву конкурентоспроможної вітчизняної продукції.

Наявні економічні відносини в межах суб'єктів господарювання є складовими організаційно-економічного механізм розвитку суб'єктів підприємництва, на основі якого відбувається вплив державних органів влади на виробничо-господарську діяльність підприємств через їх регулювання, здійснення контрольних процедур за системою нормативно-правового забезпечення та проведення комплексної економічної діагностики і на її основі застосування економічних стимулів або санкцій.

Система організаційно-економічного механізму розвитку суб'єктів підприємництва передбачає взаємозалежні елементи організаційних та економічних засобів управління, що впливають на забезпечення їх виробничо-господарської діяльності з найефективнішим формуванням та використанням ресурсів (рис. 1).

Ефективність функціонування підприємств безпосередньо залежить від стану та рівня розвитку економічних відносин, до яких відносимо цінові, податкові, фінансово-кредитні та інвестиційні, що формують економічну основу виробництва в цілому. Так цінові відносини можуть розвиватися у відносинах норми, що стимулюють діяльність суб'єктів підприємництва, забезпечуючи конкурентоспроможність їх продукції, або ж у відносинах економічних патологій, які деформують економічне середовище функціонування підприємств та їх виробничу структуру, від чого залежить результативність роботи (прибутковість чи збитковість) значної їх кількості.

Податкові відносини, як складова системи організаційно-економічного механізму розвитку суб'єктів підприємництва, виникають на підставі податкових норм, що пов'язані із нарахуванням, обчисленням та сплатою податкових платежів. Такі господарюючі суб'єкти вироблятимуть конкурентоспроможну продукцію за рахунок результативно функціонуючого податкового механізму, що має виступати потужним засобом стимулювання соціально-економічного розвитку.

Рис. 1. **Механізм розвитку суб'єктів підприємництва**

Джерело: сформовано автором з використанням [1, с. 69]

Варто зазначити, що важливу роль в організаційно-економічному механізмі розвитку суб'єктів підприємництва належить нормативній системі, яка створює значні податкові навантаження на них, що призводить до вивільнення грошових засобів з обороту і потребує залучення фінансово-кредитних та інвестиційних ресурсів [1, с. 23], які складають окремі види відносин в межах цього механізму.

Отже, в умовах ринкових відносин важливими виступають дослідження та вдосконалення економічних відносин суб'єктів підприємництва, що мають безпосередній вплив на рівень конкурентоспроможності виробленої продукції зокрема та їх розвитку загалом. Тому невідкладними завданнями є створення регулюючої законодавчої бази для забезпечення сприятливих правових і економічних умов їх стабілізації і розвитку, удосконалення цінового механізму і системи з питань оподаткування, поліпшення фінансово-кредитного забезпечення галузей виробництва та інвестиційної політики відповідних суб'єктів підприємницької діяльності.

Список використаної літератури:

1. Свелеба Н.А. Характеристика фінансово-економічних стимулів, що регулюють розвиток організаційно-економічного механізму підприємств сфери послуг. Організаційно-економічний механізм функціонування підприємств сфери послуг: колективна монографія / За заг. ред. Б.В. Гриніва. Львів : Растр-7, 2019. С. 67-80.

Ворончак Іван Осипович,
к.е.н., викладач кафедри економіки та менеджменту

Дрогобицький державний педагогічний
університет імені Івана Франка

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Цифрова трансформація економіки породжує низку морально-етичних проблем, пов'язаних з кібербезпекою, конфіденційністю, цифровою інклюзією, біометричною ідентифікацією, розвитком технологій штучного інтелекту, захистом даних тощо. Розв'язання їх потребує як нових форм і методів державного регулювання сфер та галузей, що виникають, так і відповідального саморегулювання та самоконтролю ділової практики суб'єктів господарської діяльності на засадах суспільного консенсусу і моральних норм. Водночас, розвиток діджитал-технологій створює можливості розширення політики соціальної відповідальності та етики бізнесу; нові форми реалізації та оцінки ефективності соціально-етичних, екологічних, філантропічних проектів; нові способи комунікації і співпраці з стейкхолдерами.

На думку низки дослідників [1; 2; 3] відбувається формування принципово нового виміру «соціальної відповідальності бізнесу» – «цифрової відповідальності бізнесу» – як сукупності моделей ділової поведінки, що гарантують відповідальне застосування цифрових технологій і даних (з точки зору соціальних, економічних, технологічних, екологічних наслідків). Його актуальність обумовлюється зростаючими вимогами суспільства до діяльності господарюючих суб'єктів у питаннях: справедливого розподілення економічних вигод від цифрової трансформації; конфіденційності даних персоналу, споживачів, партнерів; розвитку цифрового різноманіття й інклюзії; відповідального аутсорсингу і аутплейсменту в умовах діджиталізації; нових технологій енергозбереження та переробки відходів; впровадження етичних алгоритмів ухвалення і моніторингу управлінських рішень тощо.

Проте контент-аналіз соціальної звітності вітчизняного бізнесу свідчить про недостатню реалізацію потенціалу цифровізації, що переважно обмежується проблематикою цифрової освіти дітей і дорослих (табл. 1)

Таблиця 1

Діджитал-технології як складова програм соціальної відповідальності вітчизняних підприємств (2017-2020 рр.)

Компанія	Програма
АСТАРТА	ІТ-освіта жителів сільської місцевості (комп'ютерна грамотність, програмування, робототехніка)
ІТ-інтегратор	конкурси для школярів з моделювання та конструювання розумних пристроїв
ЕРАМ	навчання дітей програмуванню в ігровій формі
КИЇВСТАР	курси для вчителів і учнів з розробки мобільних додатків; проекти SMS-філантропії
АШАН	розробка комп'ютерних та мобільних додатків для нечуючих
Isobar Ukraine	навчальні матеріали, онлайн-освіта, стажування й адаптація осіб з вадами слуху
Кока-Кола	безкоштовні онлайн-курси для підготовки до ЗНО

Джерело: сформовано автором за даними [4; 5]

Також цифрові технології недостатньо використовуються бізнесом для вдосконалення комунікації з ключовими стейкхолдерами та PR-цілей (рис. 1).

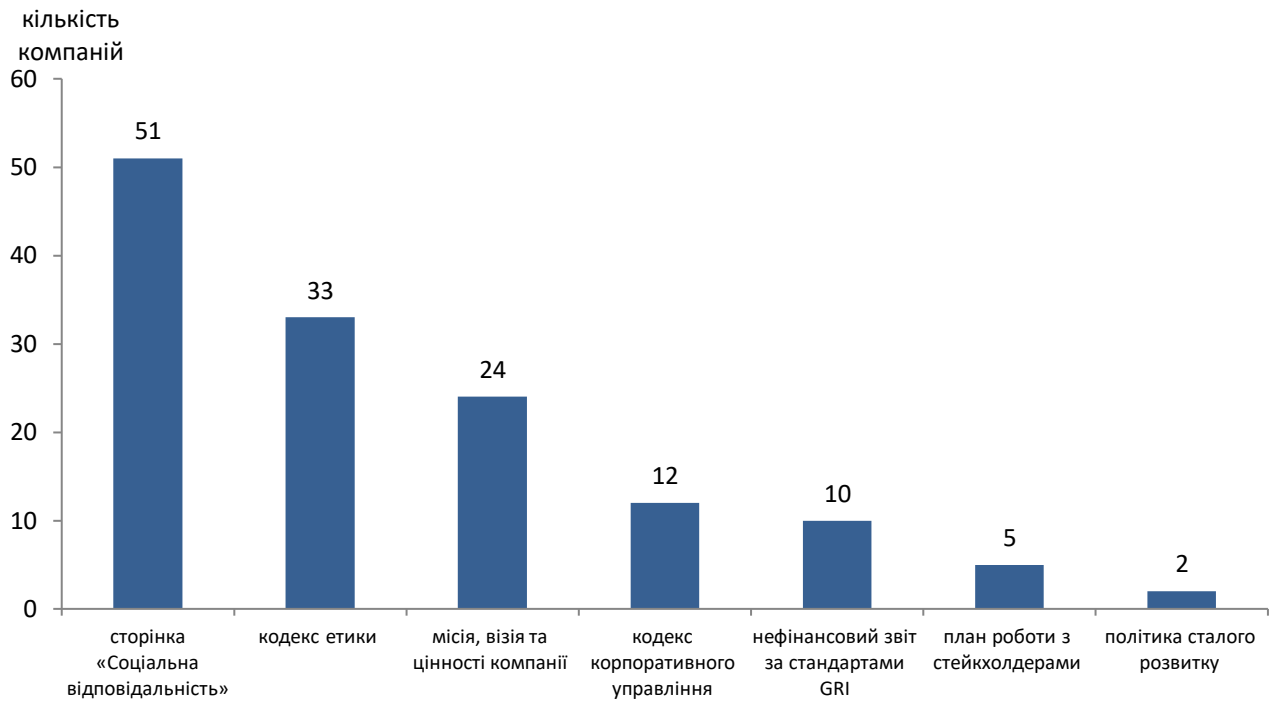


Рис. 1. Розкриття інформації про соціальну відповідальність на офіційних інтернет-сторінках вітчизняних компаній ТОП-100 (2019 р.).

Джерело: сформовано автором за даними [6].

Однак прогресуюча цифрова трансформація світової та вітчизняної економіки актуалізує проблему забезпечення корпоративної відповідальності у даній сфері. Її ефективне розв'язання можливе шляхом зваженої державної політики підтримки цифрової відповідальності бізнесу: створення платформ популяризації принципів цифрової етики, розвитку інфраструктури відповідальності бізнесу у цифровій сфері, розробки систем оцінки і звітування з питань цифрової відповідальності, реалізації програм грантової підтримки соціального цифрового підприємництва тощо.

Список використаної літератури:

1. Eißfeller, Cora. Corporate digital responsibility: why digital ethics are essential. DMEXCO. 20.04.2020. URL: https://dmexco.com/stories/corporate-digital-responsibility-why-digital-ethics-are-essential/ (дата звернення: 01.10.2021).

2. Knaut, Andreas. How CSR Should Understand Digitalization. / Sustainability in a Digital World: New Opportunities. [Osburg, Christiane, Thomas, Lohrmann]. Springer International Publishing AG 2017, 272 p.

3. Wade, Michael (2020) Corporate Responsibility in the Digital Era. MITSloan Management Review. URL: https://sloanreview.mit.edu/article/corporate-responsibility-in-the-digital-era/ (дата звернення: 01.10.2021).

4. Практика КСВ в Україні 2018 / під ред. Саприкіної М.; Центр «Розвиток КСВ». К.: 2019. 68 с.

5. Практика КСВ в Україні 2019 / під ред. Саприкіної М.; Центр «Розвиток КСВ». К.: 2019. 152 с.

6. Індекс Прозорості Компаній України 2019. URL: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2020/11/Transp_index_2019_ua_full_web-2.pdf (дата звернення: 01.10.2021).

Гобрей Марія Василівна,
асистент кафедри інженерії, технології та професійної освіти,
Мукачівський державний університет

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ У СТРУКТУРІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

В умовах загострення конкурентної боротьби за використання наявних на регіональному рівні ресурсів (у тому числі обмежених фінансових коштів) особливого значення набуває проблема визначення пріоритетів фінансування проектів регіонального розвитку. На сьогодні основною серед таких пріоритетів є: надання фінансової підтримки суб'єктам господарювання всіх форм власності, які зареєстровані на території регіону з метою реалізації інвестиційних, інноваційних, інфраструктурних та інших проектів, що мають стратегічне значення для підвищення конкурентоспроможності регіону; надання фінансової підтримки інвестиційним проектам; сприяння формуванню на регіональному рівні об'єктів інфраструктури інвестиційно-інноваційного розвитку; надання фінансової підтримки малому та середньому бізнесу з метою підвищення зайнятості та самозайнятості населення; надання фінансової підтримки інвестиційним проектам, що ґрунтуються на використанні механізмів державно-приватного партнерства [1].

До того ж, стратегії розвитку регіонів мають передбачати залучення недержавних джерел вітчизняного та іноземного інвестування за відповідними напрямами розвитку регіону; державного та недержавного кредитування стратегічних програм і проектів; ресурсів банківських і небанківських фінансових установ, акціонерного капіталу тощо.

Стратегія соціально-економічного розвитку регіону має бути побудована, спираючись на створений у регіоні потенціал. Кожен регіон України має об'єктивні можливості значного економічного зросту за рахунок розвитку власних конкурентних кластерів, а також розширення своєї участі у міжрегіональних кластерах. В рамках такої стратегії зусилля регіональної влади варто зосередити на поліпшенні підприємницького та інвестиційного клімату.

Слід погодитися, що інвестиційна привабливість регіону є структурним елементом регіонального інвестиційного клімату [2]. Виникає потреба щодо однозначного наповнення цього поняття. Найбільш поширеним є підхід, за яким стверджується, що інвестиційний клімат відображає ступінь сприятливості ситуації, що складається в регіоні стосовно інвестицій, які можуть бути зроблені на цій території [2]. Для того, щоб така ситуація стала можливою, необхідно визначити рівень сукупного впливу об’єктивних і суб’єктивних факторів інвестування, зокрема соціально-економічних, природних, екологічних,

політичних тощо. За іншим підходом, інвестиційний клімат – це умови, які сприяють процесам інвестиційної діяльності у конкретному регіоні або гальмують їх. Погоджуючись з вищенаведеним, можна підтримати думку з певною часткою модифікації, що регіональний інвестиційний клімат є системою правових, економічних і соціальних умов інвестиційної діяльності, що формуються під впливом комплексу взаємопов'язаних процесів, які в сукупності відображають можливості розвитку регіону, його інвестиційний потенціал та умови для діяльності інвесторів.

Інвестиційний клімат вивчається в основному на макрорівні, а мезорівень, тобто регіональний рівень виокремлюється лише деякими з подібних теорій. Кожний рівень дослідження інвестиційного клімату характеризується своїми, йому властивими показниками, вимагає власних підходів до вивчення, аналізу тощо. Проте аналіз інвестиційного клімату в межах територіальної суспільної системи конкретного ієрархічного рівня вимагає його дослідження через особливості формування інвестиційного клімату інших рівнів [2].

У стратегії регіонального розвитку мають бути закладені механізми стимулювання до утворення «точок зростання», розвиток яких активізуватиме процеси соціально-економічного зростання, а зрештою – сприятиме макроекономічній стабілізації та покращенню всіх показників соціально-економічного розвитку регіонів і країни в цілому.

Таким чином, у підсумку можна стверджувати, що інвестиції є пріоритетним напрямом розвитку економіки регіону. Покращення інвестиційного клімату викликає необхідність обґрунтування потреб в інвестиціях та залучення інвесторів. Крім того, суттєвим є спроможність інфраструктури регіону освоювати та ефективно використовувати інвестиційні кошти. В цьому сенсі важливою є формалізація підходів до визначення інвестиційної привабливості регіону, оскільки його позиціювання в цьому аспекті дозволяє залучити потенційних інвесторів для виконання регіональних інвестиційних програм. Слід зазначити, що ефективність регіональної інвестиційної політики залежить від стану інвестиційного клімату, що впливає на інтенсивність інвестиційного процесу та обсяги інвестицій і визначає інвестиційну привабливість регіону.

Список використаної літератури:

1. Інвестиційна привабливість регіонів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// pidruchniki.com/15800119/investuvannya

2. Ушаков В.В. Сутність понять «інвестиційна привабливість регіону» та «інвестиційний клімат в регіоні» та фактори, що їх обумовлюють / В.В. Ушаков [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lubbook.net/book_431_glava_1_Tema_1._

Димчинко Давид Тимофійович,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»,
спейфіальнфсть 073 «Менеджмент»,
Науковий керівник: д.е.н., професор
кафедри менеджменту та
управління економічними процесами
Проскура В.Ф.,
Мукачівського державного університету

ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Менеджмент інноваційної діяльності здійснюється за допомогою реалізації властивих йому функцій, які також мають свою специфіку і враховуються при визначенні концептуальних особливостей управління інноваційною діяльністю. Розгляд характерних рис функцій менеджменту інноваційної діяльності пропонуємо провести на основі наступних загальних функцій менеджменту: планування, організація, мотивація і контроль.

Планування як одна з функцій менеджменту інноваційної діяльності полягає у визначенні обґрунтованих напрямів саме інноваційної діяльності підприємства відповідно до розроблених або прийнятих прогнозів і передбачає не тільки розробку, але і узгодження системи планів, що забезпечують досягнення поставлених цілей та завдань розвитку. Реалізація даної функції також пов'язана з визначенням факторів, що мають безпосередній вплив на процес інноваційної діяльності підприємства та джерела інновацій. В ході реалізації даної функції мають враховуватися імовірнісний характер змісту і результатів інноваційної діяльності, перспективність і довготривалий характер її наслідків, тривалість циклу і висока складність робіт, а також велика кількість учасників. Характерною рисою функції менеджменту в сфері інновацій є непридатність до нього жорсткого цілепокладання. Недосягнення початково поставлених цілей, на відміну від всіх інших областей, не завжди означає провал інновації, а їх досягнення ще не рівносильно їх комерційного успіху.

Функція організації інноваційної діяльності підприємства полягає в раціональному поєднанні в часі і просторі всіх елементів інноваційного процесу з метою найбільш ефективного виконання прийнятих планових рішень. Ця функція, по-перше, передбачає формування процесів, що підтримують інноваційну діяльність, наприклад, в розробці схеми менеджменту кожною стадією інноваційного процесу в хронологічній послідовності - від зародження ідеї до її втілення в готовому продукті і виведення його на ринок. По-друге, функція організації інноваційної діяльності має на увазі формування організаційних структур, визначення характеру взаємовідносин між усіма її елементами, а також врегулювання порядку і умов їх функціонування, що сприяють успішності інноваційної діяльності. Інновації здатні ініціювати зміни на підприємстві і впливати на його організацію та ієрархію, причому характер змін тим більш

невизначений і менш передбачуваний, чим радикальніше сама інновація. У зв'язку з цим організаційна структура менеджменту інноваційної діяльності повинна бути динамічною і досить гнучко реагувати на зміни зовнішніх і внутрішніх умов. Нерідко в рамках одного підприємства, що здійснює інноваційну діяльність, застосовується відразу кілька різних типів організаційних структур менеджменту, що дозволяє забезпечити раціональну просторову організацію інноваційної діяльності. Однією з істотних особливостей інноваційної сфери є те, що у менеджменті інноваційної діяльності суттєву і значиму роль відіграє неформальна організація. До неї відносяться відносини між людьми і структурами, що формуються в процесі планового здійснення інноваційної діяльності, спонтанно виникають в результаті невизначеності характеру інновацій, в процесі яких можуть досягатися значні наукові і практичні результати. При цьому все частіше виникає необхідність гнучкої самоорганізації і рухливості ролей в інноваційній діяльності.

Функція мотивації персоналу в сфері інноваційної діяльності визначається як спонукання співробітників підприємства до активної інноваційної діяльності за допомогою формування умов, що сприяють цьому і застосування механізмів впливу на розвиток інноваційного потенціалу працівників та їх креативності. Діяльність персоналу підприємства, яке здійснює інноваційну діяльність є ключовим фактором, що визначає підгрунтя для розробки інноваційних ідей та їх успішного впровадження. Це пояснює високу роль функції мотивації інноваційної діяльності на підприємстві. Насамперед, як уже згадувалося, на підприємстві необхідно створити умови сприятливі для зростання зацікавленості своїх працівників у інноваційній діяльності. Разом з тим співробітники інноваційного підприємства повинні мати здатність до сприйняття та впровадження інновацій, а значить в такій організації високе значення має забезпечення безперервного розвитку інноваційного потенціалу трудових ресурсів, під яким розуміється сукупність знань, навичок, здібностей і особистісних характеристик персоналу, що визначають міру його готовності до сприйняття, впровадження та продукування інновацій, які, у свою чергу, забезпечують ефективне функціонування організації в жорстких умовах конкурентної інноваційної діяльності. Завдання мотивації, у зв'язку з творчим характером трудової діяльності працівників інноваційного підприємства, також полягає у розвитку в них творчих здібностей, креативності.

Відмітна особливість даної функції в сфері інноваційної діяльності полягає в тому, що остання відрізняється максимальним ступенем самомотивації і наближається до художньої творчості. Так, наприклад, для переважної більшості працівників наукової сфери мета власного наукового зростання, а також підвищення рівня і якості власних наукових досліджень і науково-технічних результатів стоять вище цілі економічного виживання. Висока кваліфікація працівників інноваційної сфери, складна структура особистості та наявність багатопланових спонукань і мотивів є поясненням їх ставлення до справедливої винагороди як процесу ймовірнісного і обумовлюють перевагу застосування процесуальних мотиваційних теорій, які виявляють найбільш важливі аспекти

механізму мотивації, пов’язані з розпізнаванням системи цінностей, визначенням системи винагород і системи очікувань бажаних результатів.

В умовах підвищеної невизначеності, високих ризиків, низької передбачуваності результатів і ймовірнісної віддачі інноваційної діяльності функція контролю набуває особливого значення і може бути визначена як постійна і структурована діяльність, спрямована на перевірку просування робіт у сфері інновацій, а також на виконання коригувальних дій.

Контроль як функція характеризується зворотним зв’язком, тобто фактичні дані про результати інноваційної діяльності підприємства порівнюються з плановими показниками з метою виявлення невідповідностей та їх причин. У зв’язку з високою інтелектуальною насиченістю і неявним характером проміжних підсумків інноваційної діяльності форми зовнішнього контролю стають малоефективними. Великого значення набуває самоконтроль, тобто передача жорсткого механістичного контролю в руки самих контрольованих. Особливого значення набувають комунікації, пов’язані з контролем ходу інноваційних процесів. В них переважає безперервний обмін інформацією. Менеджмент інноваційної діяльності в кожній з її функцій передбачає використання різноманітних прийомів і методів, особливості яких також зумовлюються змістом інноваційної діяльності.

Список використаної літератури:

1. Адаменко О.А. Концептуальні засади інноваційного розвитку підприємств / О.А. Адаменко // Наукові праці Національного у-ту харчових технологій.–2010. – № 35.

2. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч.закл. / В. О. Василенко, В. Г. Шматько. – К. : ЦУЛ, 2003. – 439 с.

3. Івченко В. Становлення та розвиток національної інноваційної системи України як передумови побудови конкурентноспроможної економіки держави / В. Івченко // Стратегія розвитку України. – 2007. – № 1/2.

4. Лапко О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання :монографія / О. Лапко; Ін-т екон. прогнозування НАН України, Івано-Франків. держ. техн. ун-т нафти і газу. – К.: Інститут економ. прогнозування НАН України, 1999. – 253 с.

5. Павленко І. А. Інноваційне підприємництво у трансформаційній економіці України : монографія / І. А. Павленко. – К. : КНЕУ, 2007. – 248 с.

6. Череп А.В. Розвиток стратегій промислових підприємств на основі інноваційного спрямування: монографія // А.В. Череп, Ю. М. Краснокутська - Запоріжжя: ТОВ «ЛІПС» ЛТД, 2014. – 260 с.

Ігнатишин Марія Василівна,
к.е.н, доцент кафедри економіки та фінансів,
Росола Уляна Василівна,
Ph, старший викладач кафедри економіки та фінансів,
Росола Олександра Анатоліївна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»,
спеціальність 071 «облік і оподкування»
Мукачівський державний університет

МІНІМІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ

У бізнесі, як і в житті, можуть статися непередбачувані події чи речі, такі як пожежа, діяльність хакерів, втрата основного персоналу, або, як зараз, спалах пандемії коронавірусу, яка зупинила світову економіку. У разі небажаних, незапланованих подій забезпечення безперервності діяльності організації є однією з найсерйозніших проблем в управлінні будь-якою організацією.

Зараз компанії стикаються з проблемою ефективного подолання ризиків, пов'язаних із поширенням COVID-19.

Передусім це має бути продуманий, конструктивно побудований план боротьби з наслідками, які у разі деяких негативних явищ деструктивно впливають на функціонування ключових процесів у суспільстві.

Заходи проти пандемії також мають бути розглянуті в процесах управління безперервністю бізнесу. Встановлення заданої безперервності діяльності дуже точно і детально і з урахуванням встановлених значень вирішує ситуації, які вже виникли.

Запобігання таких подій має бути комплексним, виміряним, добре продуманим і попередньо схваленим процесом. Це має ґрунтуватися на принципі управління ризиками.

На думку В.В. Вітлінського та Г.І. Великоіваненка, ризик – ситуація, коли мають місце невизначеність, конфлікт, наявна багатоваріантність і коли одночасно не всі альтернативні варіанти однаковою мірою сприятливі [1, с. 84].

Що стосується джерел виникнення окремих видів ризику на підприємстві, то на перший план виходять такі сфери, як виробництво, логістика, дослідження та розробки. Підприємство має матеріали, сировину, напівфабрикати та готову продукцію, виробниче обладнання, робочу силу та різноманітні послуги. Що стосується логістики, досліджень і розробок, то вони є допоміжними функціями для правильного ведення виробничого процесу.

Існують індивідуальні, передбачувані ризики, також відомі як розрахункові ризики, і ризики, що загрожують усій компанії, які важко передбачити в діяльності компанії. Передбачуваний ризик дозволяє спланувати надзвичайні витрати, які доведеться понести в непередбачуваний час. Ризик є випадковим,

раптовим, несподіваним і нерегулярним. Це стосується як виробництва, так і продажу товарів.

Другим згаданим видом ризику є ризик, що загрожує всьому підприємству, час і розмір якого також важко передбачити. Воно походить із оточення компанії і зазвичай бере початок у поганому стані всієї економіки, світовій кризі, техніко-технологічному прогресі та посиленні конкуренції на ринках. Цей ризик повинен покриватися за рахунок прибутку компанії. Більшість видів ризиків можуть виникати в будь-якій частині підприємства і можуть стосуватися:

– обладнання (наприклад, втрата виробничої лінії через пожежу на заводі),
– виробництво (скарги, відходи, виправлення тощо),
– гарантія (знижки на гарантійний ремонт),
– розробка (помилкові експерименти, помилкові конструкції),
– продажів (наприклад, неплатежі, збитки через зміни валютних курсів).

Після представлення різних видів ризиків, що виникають на підприємстві, необхідно розглянути методи управління цими ризиками. З методологічної точки зору, різні методи повинні бути взаємовиключними і дозволяти ефективно вирішувати проблеми незалежно один від одного. Зазвичай вони містять багато елементів. При розробці відповідних стратегій слід враховувати позитивне чи негативне ставлення окремих суб’єктів до ризику. Це стосується як фізичних, так і юридичних осіб.

Керівники, керуючи ризиками, повинні враховувати невизначеність, що виникає через портфель цінних паперів, змінні витрати на трансакцію та різні сценарії діяльності.

Саме прикладні дослідження мають важливе завдання створити організаційні, технічні та фінансові умови, які дозволять досягти поставлених цілей у компанії. Дослідження та розробки мають визначити майбутній потенціал компанії, який дозволить їй принаймні зберегти поточні позиції на ринку в протистоянні з конкуренцією. Створені знання, зі стратегічної точки зору, перебувають під тиском технологічного та ринкового ризику. У той час як технологічний ризик пов'язаний з невизначеністю щодо можливості використання певних нових рішень у майбутньому, наприклад, через законодавчі норми, ринковий ризик відноситься до невизначеності щодо того, чи будуть результати дослідження, наприклад, нові, взагалі продаватись. ще не перевірено ринком. У сфері науково-дослідницької діяльності можуть бути проекти, процеси та продукти, прийняті неправильними рішеннями, неправильними конструкціями тощо. Нові, успішні рішення та продукти повинні бути юридично захищені винахідниками, авторами та власниками, інакше витрати на дослідження не будуть приносити очікувану користь.

Тому антипандемічні заходи мають бути інтегровані в процеси управління ризиками. Пов’язані ризики мають увійти до так званого реєстру ризиків, і ці заходи мають бути оптимально реалізовані при аналізі ризиків для здоров’я та безпеки**.**

У процесі управління ризиками дані заходи застосовуються до ідентифікованих ризиків таким чином, щоб залишкова вартість ризику не опускалася нижче встановленого допустимого рівня. Необхідно враховувати, що дані значення ризику, швидше за все, будуть змінюватися з часом, тому в процесах управління ризиками встановлюються відповідні цикли, також завжди з урахуванням виникнення надзвичайної ситуації.

Підготовка до боротьби з пандемією непроста, і ця тема не нова. Це нове лише у зв'язку з COVID-19. Людство пережило багато пандемій. Однак готовність, безумовно, окупається, що справедливо для всіх секторів і типів компаній, чи то виробничі компанії чи інші комерційні сфери, державне та державне управління, освіта чи, наприклад, охорона здоров'я. Результатом непідготовленості є, жорстка конкурентна боротьба, невизначеність на ринку, а також банкрутство підприємства чи компанії.

Список використаної літератури:

1. Вітлінський В.В., Великоіваненко Г.І. Ризикологія в економіці та підприємництві : монографія. Київ : КНЕУ, 2014. 480 с.

Кельман Віталій Дмитрович,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Королович Оксана Омелянівна,
к.е.н., доцент кафедра обліку і оподткування та маркетингу
Мукачівський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ АДМІНІСТРУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ МЕРЕЖЕВОГО РИТЕЙЛУ

Особливості та моделі адміністрування мережевого ритейлу можна ідентифікувати у розрізі 3-х напрямків, яким властива своя специфіка керування обслуговуванням заявок (вимог) [1; 2]:

1) «центр-філіал - СМО» або «материнська-дочірня компанія - філіал дочірньої компанії корпоративних мережевих структур, широкого профілю діяльності у т.ч. у межах холдингових структур - СМО»;

2) «об'єднання локальних систем» асоційованих мереж (добровільних, кооперативних) ритейлу-локальні СМО;

3) «франчайзер (як центр керування СМО)-франчайзі мережі (як локальні центри сокерування СМО) - СМО».

Характеризуючи загальний модельний вираз адміністрування, властивого для мережевих структур, слід враховувати, що вони формують можливості центру та елементів мережевих структур, щодо впливу на систему масового обслуговування (СМО) учасників мережі.

Конкретика щодо впливу формується за змістом функціонального управління учасників мережі, що за змістом процесів_керування господарською діяльністю є досить специфічним.

Особливості процесів функціонального управління учасників мережевих структур ґрунтується на:

- специфіці їх концентрації;
- специфіці їх ревеневого дроблення на управлінські цикли масового обслуговування;
- дробленні циклів масового обслуговування на централізовані ключові, базові та другорядні операції.

Основні операції – це дії, орієнтовані на загальну мінімізацію ризиків, витрат, організацію ефективного стратегічного прогнозування і оперативного управління потоками ресурсів за запитами споживачів.

Базові операції – це дії, спрямовані на організацію торгово-технологічних процесів у об'єктах мережі, з метою створення базису з доведення товарів до торговельного залу, їх реалізації у необхідному асортименті з оптимальними затратами праці, часу і при стандартизованому рівні обслуговування.

Другорядні операції - це дії, що створюють необхідні умови для успішного здійснення продажу товарів і мають підпорядкований торгово-технічний характер.

Адміністрування мережевого ритейлу та особливості процесів функціонального управління у корпоративних однопрофільних, багатопрофільних або структурах широкого профілю діяльності ґрунтуються на строго центрованих керівних впливах на всі процеси в СМО всередині мережі.

Модель адміністрування таких структур – це система із щільним зв'язком «центр-філіал», необхідна для строго центрованих керівних впливів, що орієнтовані на мінімізацію ризиків, витрат, організацію ефективного стратегічного прогнозування і оперативного управління потоками ресурсів. У такій моделі адміністрування корпоративних мережевих або структур широкого профілю діяльності:

1) центр – транслює керівний вплив;

2) філіал – корегує свою діяльність відповідно до специфіки впливу та звітує перед центром.

Корпоративні мережеві структури ритейлу, структури широкого профілю діяльності можуть бути елементами холдингових структур, при цьому формуються надто довгі ієрархічні структури, що збільшують обсяг та ускладнюють канали транслювання керівного впливу, погіршуючи здатність СМО реагувати на запити споживачів.

Модельну настройку доповнює основна модельна основа із щільним зв'язком «центр - філіал - СМО».

Формат експлуатаційних властивостей забезпечується через єдність процесів: «центр-стратегічні господарські одиниці – філіали - СМО»; «головне підприємство - мережа філіалів - СМО».

Формат реагування СМО за запитами споживачів забезпечується через єдність багаторівневої системи процесів «материнська компанія - дочірні компанії - стратегічні господарські».

Модель адміністрування передбачає:

1) відсутність єдиного центру транслювання процедур, цілей, завдань;

2) відсутність різнотипних бізнес-одиниць, що здійснюють роздрібну торгівлю та обслуговування заявок у мережі у яку вони об'єднані.

Модель адміністрування таких структур орієнтована на «об'єднання локальних систем» без централізації впливу на СМО, зі зв'язком, що ґрунтується на інтересах його учасників.

Адміністрування ритейлу у франчайзингових мережах та особливості процесів функціонального управління ґрунтуються:

- на керівних впливах франчайзера на процеси масового обслуговування її учасників;

- на єдиних правилах масового обслуговування учасників у франчайзингових мережах.

Модель адміністрування вирізняє наявність єдиного центру керування СМО, що формується компанією-власником певної бізнес-моделі ритейлу, яка має власний бренд.

Список використаної літератури:

1. Барибіна Я. О. Економічна доцільність функціонування сучасних торговельних мереж [Електронний ресурс] / Я. О. Барибіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. - 2014. - № 5. - С. 122-127.

Козик Ірина Миколаївна,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальність 051 «Економіка»,
Мукачівського державного університету

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО ЕТАПУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Становлення сучасної моделі економіки відбувається на основі переходу до постіндустріального етапу розвитку. Цей процес істотно змінює основні організаційні процеси забезпечення соціально – економічного розвитку суспільства. Якщо в епоху індустріальної революції забезпечення економічного зростання ґрунтувалося на концентрації та централізації виробництва, то в умовах постіндустріальної економіки перевага віддається інформаційним технологіям, комунікаціям та мереживним формам управління.

Економічна система останніх двох десятиліть усвідомила важливість економічної ефективності знань, довіри, норм, інституцій, цінностей та культури, тощо [1]. Економічний розвиток даного етапу, потребував певних змін для

подальшого існування. Розмиті кордони між економікою і соціологією характеризувалися певними змінами. Відбувається нова наукова революція, яка несе в собі штрихи постіндустріалізму на чолі з інформаційними аспектами існування, а також . Тобто, починає функціонувати більш гнучка і децентралізована модель організації економічної діяльності та ведення бізнесу [2].

Сучасне сьогодення відчуває перехід до нового етапу розвитку – постіндустріального. Суспільство, яке панує все більше стає об'єктом дослідження з боку науки. Свідченням цього є теорії та концепції, які описують розвиток «постіндустріалізму.

Класичні економісти розвивали теорії та гіпотези переходу до постіндустріалізму, спираючись на те, що індустріалізм вже застарілий, концептуалізований і потребував оновлення. Ці теорії не можна віднести до певної науки, так , як вони охоплюють певну траєкторію, яка присутня в багатьох науках. Це і економічні, і філософські, і соціологічні та політичні.

Сама теорія постіндустріадлізму не є лише соціологічним напрямком розвитку суспільства, вона є основою для методологічного аналізу соціально – економічної системи.

Постіндустріальне суспільство формується на основі «нового» індустріального суспільства, яке характеризується істотними змінами, зокрема: зростання економічної активності держави, плановий характер економіки, вплив науково – технічного процесу на розвиток економіки та інше [3].

Об'єктивна реальність постіндустріальної цивілізації наприкінці XX ст.. набуває рис розвитку економічних процесів, які виражаються у концепції розвитку соціально – економічних напряму. Соціологи та економісти того часу, запропонували різні теорії розвитку постіндустріального суспільства та постіндустріальної економіки. Іншими словами, відбувається розвиток людства у вигляді певних етапів [4,5].

Еволюційно розвиток економічної система можна розподілити на такі етапи:

- доіндустріальне суспільство (до XVIII ст.);
- індустріальне суспільство (XVIII ст. – перша половини XX ст.);
- постіндустріальне суспільство (із другої половини XX ст.).

Виділені етапи характеризуються чітким розмежуванням, залежно від типу суспільно-економічних відносин, відмінностей в усвідомленні вагомості і ролі факторів виробництва та специфіки техніко-економічних відносин [6].

Доіндустріальний етап – це етап так званої «видобувної економіки», де економічна діяльність зосереджена на сільському господарстві, використанні природних джерел та підручних засобів для забезпечення проблем життєзабезпечення. Тут важливу роль відіграє накопичений досвід та практика для самозабезпечення населення всіма необхідними благами.

Другий етап, індустріальне суспільство, характеризує економічну модель, що містить такі поняття, як «технологія» та «послуга». На цьому етапі виділяється промислове виробництво, що має на меті забезпечити потреби населення та

підвищити його добробут, так як, обсяги споживання значно зростають. Основна сфера економіки – промисловість, основний ресурс – капітал, головний соціальний аспект – власники інформації.

Третій етап, постіндустріальне суспільство, стає рушійною силою в основі, якої лежить «технологія». Застосування науки, створення все більш нових технологій, більш досконаліших та наближених до виробничої діяльності дають можливість змінювати процес виробництва. Домінуючою сферою зайнятості є наукова праця, і саме вона стає чинником «нового» виробництва.

Отже, постіндустіральна економіка описується, як економіка, що базується на наукомісткому виробництві з використанням високотехнічних технологій.

На основі цього, виділимо її основні характеристики :

- посилення конкуренції на ринку інформаційних послуг;
- підвищення ролі інтелектуальної праці;
- перехід на передачу інформації через телекомунікаційні мережі;
- оцифрований вигляд товарів та послуг, поява нового типу підприємств - віртуальних;
- поширення управління на основі мереж;
- перенесення уваги виробників і споживачів із матеріального виробництва на інформаційну діяльність;
- глобальний характер економіки, відбувається подолання національних кордонів.

Таким чином, можна визначити, що економіка на теренах постіндустріального суспільства відчуває певні зміни. Економічні закони втрачають свою важливість, на зміну приходять технології, а сфера послуг стає домінантом у суспільномі виробництві та споживанні. Важливо зазначити, що в постіндустріальний етап сучасного економічного розвитку потребує поєднання економічної та соціальної сфери. Існування суспільства вимагає взаємозв'язку між цими сферами, адже від їх одночасної дії залежить позитивний результат розвитку людства. Тут відбувається поєднання людини і фактора виробництва, як основних важелів розвитку суспільного виробництва

Список використаної літератури:

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Образец социального прогнозирования. Перевод с английского под редакцией В. Л. Иноземцева. Москва, 2001. URL: https://knigogid.ru/books/484415-gryaduschee-postindustrialnoe-obschestvo/toread?update_page.

2. Егорычев С.А. Основные тенденции и механизмы постиндустриального развития экономики/ С.А.Егорычев // Вестник ОГУ.-август 2010.- №8 С.60-63.

3. Быкова М.Д. Деиндустриализация и терциаризация городского пространства Киева: тенденции и особенности динамики. Вопросы географии и геоэкологии. 2017. Июль – сентябрь. Алматы, 2017. С. 27 – 35.

4. Антипина О.Н Тенденции гуманизации экономики при переходе к постиндустриальному обществу. – М.: ТЕИС,1998.-396 с.

5. Петренко М.П. Постіндустріальна трансформація економічних відносин:фактори, напрями, тенденції розвитку / М.П. Петренко // Бізнес - навігатор. - 2014.- №3. – С. 65-71. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2014_3_13.

6. Цемашко Ю.С. Особливості домінуючих постіндустріальних умов господарювання / Ю.С. Цемашко // Глобальні та національні проблеми економіки/ Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського .-2016.- Вип.14.-С.584-587 .

Конопельнюк Т.А.,
викладач
Балинського ВПУ № 36

НЕОБХІДНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У сучасних умовах тільки інновації можуть забезпечити розвиток агропромислового комплексу. Підприємства, які вважають одним зі своїх пріоритетів впровадження сучасних технологій, організаційних новацій у виробництві та освоєнні нових ринків, нових форм управління виробництвом виступають піонерами інновацій, вони є конкурентоспроможними в своєму регіоні.

Ефективна інноваційна політика, кінцевою метою якої є впровадження заснованих на досягненнях науково-технічного прогресу нових, передових технологій, винаходів, форм організації праці та управління виробництвом є важливою умовою сталого розвитку сільського господарства. Інноваційна політика формується на основі глибокого всебічного аналізу існуючої практики інноваційної діяльності в АПК, виявлення її ефективних сторін та недоліків, що стримують розвиток інноваційної діяльності та результативність освоєння конкретних інновацій. Основними організаційними формами інноваційної діяльності є інноваційні програми та інноваційні проекти, інноваційна інфраструктура, інноваційні інтегровані формування (технопарки, технополіси, інноваційні центри) [1, с. 30].

Сформульована система цілей інноваційної політики в сукупності повинна дати максимально повне уявлення про організаційно-технічний і технологічний стан галузі в перспективі, тобто в прогнозованому періоді. На вибір же конкретних цілей істотно впливає розроблена і прийнята до реалізації стратегія розвитку галузей АПК. Світовий досвід свідчить, що держава в умовах ринкової економіки бере безпосередню участь в організації інноваційної діяльності, причому форми цієї участі, досить різноманітні, наприклад - оптимальний розподіл на території країни її науково-технічного потенціалу. Так, в США, Японії і низці інших країн розроблені загальнонаціональні програми розвитку науково-технічної діяльності в регіонах, відповідного перерозподілу управлінських функцій тощо.

У розвинених зарубіжних країнах існують спеціальні державні служби освоєння науки і техніки в сільському господарстві, так звані Agricultural Extension Service. Так, в США діє багаторівнева державна система впровадження досягнень науки в сільське господарство і поширення сільськогосподарських знань. Більше 70 державних університетів США зі своїми дослідними станціями, сільськогосподарські коледжі, відповідні служби округів займаються інформаційним забезпеченням фермерів.

Багаторічний досвід США і ЄС в освоєнні інновацій є дуже повчальним для агропромислового комплексу України. Вивчивши його, можна виділити наступні принципи економічного механізму ефективного освоєння інновацій:

- зацікавлене ставлення держави до впровадження інновацій і відбору досягнень науково-технічного, технологічного прогресу в якості ключових факторів на той чи інший період;
- виключно вагома і законодавчо закріплена економічна і політична підтримка інновацій з боку держави;
- автоматичне «включення» заходів державної підтримки інновацій за формальними підставами і незалежно від волі державних чиновників [3, с. 52].

Для підвищення інноваційної активності різних суб'єктів господарювання в АПК на загальнодержавному та регіональному рівнях владою приймаються заходи, які носять нормативний або адміністративний характер. На даний час існує обмеженість фінансової підтримки з боку держави, тому самі організації змушені шукати власні рішення щодо підвищення ефективності напрямків свого розвитку. При цьому впровадження інновацій все більше розглядається ними як один з єдиних способів підвищення конкурентоспроможності, досягнення і підтримки на належному рівні економічних показників. В результаті проведених перетворень такі заходи сприяють розробці господарюючими суб'єктами продуктових і технологічних інновацій. Однак низький рівень розвитку інноваційної інфраструктури, неефективність управління, відсутність необхідного досвіду здійснення інноваційної діяльності в ринкових умовах уповільнюють процес формування дієвого механізму стратегічного управління інноваційною діяльністю.

За останні роки, незважаючи на складне економічне становище АПК і його підприємств, інноваційні процеси в галузі стали поступово активізуватися. Це відноситься до передових сільськогосподарських підприємств країни, які інтенсивно освоюють у виробництві інновації. При цьому абсолютна більшість підприємств, які впроваджують у виробництво наукові досягнення, домагаються істотного поліпшення виробничих та економічних показників. Перш за все, це видно на прикладі зростання врожайності сільськогосподарських культур, зокрема у поточному році. Отримані завдяки інноваціям результати значно перевищують середні дані загалом по сільськогосподарським підприємствам країни, причому різниця досягає двох-, трьох-, чотириразового рівня [2, с. 21].

Водночас, якщо в передових господарствах має місце тенденція до зростання таких показників, то в середньому по всіх інших підприємствах вони знижуються. Підтримка наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності, її

стимулювання є одним з найважливіших напрямів державної політики промислово розвинених країн. Більш того, поступове становлення в промислово розвинених країнах «нової економіки» - економіки, заснованої на знаннях, надають цьому пошуку особливу значимість та актуальність.

Список використаної літератури:

1. Водянка Л.Д., Підгірна В.С., Антохова І.М. Тенденції впровадження інновацій в аграрному секторі економіки України. АГРОСВІТ. 2019. Вип.8. С. 26–32.

2. Шаманська О.І. Формування системи інноваційно-орієнтованого розвитку аграрних підприємств. Інвестиції: практика та досвід. Серія «Економічна наука». 2019. Вип. 19. С. 17–23.

3. Соколюк С.Ю. Сучасне інноваційне середовище розвитку підприємств аграрного сектору економіки. АГРОСВІТ. 2019. Вип. 6. С. 49–54.

Korolovych Oksana,
Phd in Economics, Associate Professor
Dankanych Andrii,
postgraduate student majoring in
Entrepreneurship, trade and exchange activities
Mukachevo State University

BASIS OF REORIENTATION OF THE NATIONAL ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Analysis of the scientific work, research of the main Internet service providers in Ukraine and research of leading consulting companies (*Ernst* & Young Global Limited, PricewaterhouseCoopers) indicates that sustainable entrepreneurship development in Ukraine link to qualitatively new digital formats and vectors by which income is generated. It is data that create from a set of elements that have final external manifestation as a numerical value and direction of evolution. The highlighted theoretical basis of the study led to the conclusion that the diversity of forms of digital economy activity is uniform in the content of the basic process. Therefore, they should be combined into a single structure that will form a central component of shaping with a unified language of mathematical analysis of the vectors of digital entrepreneurship. The methods available in the ANSYS AUTODYN software environment were used to collect data and implement the mathematical estimation (which formed the basis for the mapping) namely, shaping techniques, methods for value dependency analysis, factor regression, and mathematical analysis in two-dimensional and higher dimensional spaces. Factor regression was used as the main method. This method is based on the operation of several series models where the current values of these series depend on past values of the same time series. This study showed that ANSYS AUTODYN if there is a large number of vector models; they are automatically generalized into numerically large vector models, which trigger simulations to reorient the national business

management system towards sustainable development. That makes ANSYS AUTODYN the best code to model the processes of reorienting the national business process management system towards continuous development. Research procedures focus on a combination of «development» and vector processes in assessing the sustainable development of digital entrepreneurship in Ukraine. All these have made palpable gains possible in the validity of the mapping of the reorientation of the national business management system (Table 1).

Table 1.

The basis of the mapping reorientation of the national system of entrepreneurship management towards sustainable development of Ukraine according to 2010-2020

Y (Q)	Vector regression communication model expressed in XY regression functions У (two-factor models / numerically large vector models)	Assessment of the density of connections by the determinate rate (R)
1	X 1 y= -87,31ln(x) + 743,3, X2 y= 0,318x2 - 16,12x + 527,72, X3 y= -0,1407x2 + 12,823x + 129,18, X4 y= 0,05x2 - 8,58x + 579,41, X5 y= 352,94x-0,317, X6y=-0,014x2 - 2,8371x + 458,3X7y=0,03x3-2,07x2+39,3x+161, X8y=-0,345x2+19,19x-55,3, X9 y= -13,848x2 + 140,9x - 43,189, X10 y= 47,274x - 46	0,9445 /high, 0,9278 /high, 0,8947/high, 0,9827/high, 0,9106/high, 0,9192/high, 0,978/high, 0,9573/ high, 0,9634 /high, 0,9919 /high
2 1/2	X1 y= -0,0025x2 + 0,18x + 0,62, X2 y=-0,0105x^2 +0,48x + 1,4159, X3 y= 0,0146x2 + 0,0548x+1,05, X4 y= 0,0027x2 + 0,2235x - 1,8667, X5 y= -0,1845x2 + 3,5306x + 1,7208, X6 y=0,0051x2 - 0,049x + 4,0116, X7 y= -0,0167x2 + 1,5341x + 3,98, X8 y=-0,0374x2+2,08x + 0,8762, X9y=-5,59x2+36,9x-21,3, X10y=-0,17x2+4,985x-9,13, Y=-487 +0.15X_1+1.18X_2	0,7755/ high, 0,8164/ high, 0,9811/ high, 0,9746 / high, 0,9715 / high, 0,8952 / high, 0,9982 / high, 0,9191 / high, 0,9196 / high, 0,9539/ high, 0,9968 / high
3	X1y=9,2678ln(x)-15,769, X2y=-0,081x+5,0671, X3y=0,003x3-0,18x2+3,663x+6,67, X4 y= -0,0032x2 + 0,9546x-4,5066, X5y=-0,38x2+7,8661x-2,6943,, X6y=0,001x3-0,107x2+4,3221x +5,79, X7 y= 0,0495x2 + 1,3x+18,96, X8 y= 0,0379x2 + 1,2887x+5,3926, X9 y= -14x2+107x-50, X10 y = 19,998x-40,1	0,792/ medium, 0,2439/low 0,977/high, 0,947 / high, 0,972 / high, 0,9848 / high 0,9859 / high, 0,9838 / high 0,9236 / high, 0,9302 / high
4 3/4	X1 y= -0,0063x2+0,6x-1,83, X2 y= -0,0036x2+0,3075x + 2,2731, X3 y=2,7ln(x)+1,1361, X4 y= 0,19x+1,8,X5y= 2,2ln(x) + 2,4, X6 y=-0,0008x2+0,19x+3,3, X7 y= -0,0038x2+0,338x + 2,3211, X8 y= -0,014x2 +1,246x - 2,09, X9 y= 2,9701ln(x) + 5,2527, X10 y= 4,9ln(x) + 0,9074, Y = -54+0.4X_1 +0.6X_2	0,9853 /high, 0,9665 /high 0,9671 /high, 0,9933 /high 0,83/medium, 0,9339 /high 0,9878 /high, 0,9513 /high 0,9667 / high, 0,9449 /high 0,9986 /high
5	X1y = 0,0128x2 - 1,4805x + 111,85, X2 y = 0,0891x2 - 4,8456x + 99,548, X3 y = 0,0355x2 - 2,33x + 54,59? X4 y = -1,1139x + 90,599, X5 y= 112,3x-0,597	0,8961 /high, 0,9723 /high 0,945/high, 0,9791/high 0,989/high
5	X5 y= 112,3x-0,597, X6 y= -0,0007x2-0,892x + 82,257 X7 y= -16,43ln(x)+71,331, X8 y= 51,122x-0,394 X9 y=-9,0879x + 51,267, X10 y=673,54x-1,735	0,9669/high, 0,9604/high 0,9677/high, 0,9889/high 0,9642/high
6 5/6	X1 y=214,13ln(x) - 347,6X2, X2 y=142,42ln(x) + 34,695 X3 y= 14,599x + 297,92, X4 y =268,09e0,0124x X5 y=142,12ln(x) + 225,79, X6 y= 10,653x + 259,54 X7 y =356x0,2539, X8 y =155,45ln(x)+286,76 X9 y =568,2x0,2645, X10 y =220,97ln(x) + 409,11 Y=-258.1317+0.03098X_1+0.08352X_2	0,839/medium, 0,9366/high 0,9522/high, 0,966/high 0,9916high, 0,9358/high 0,97/high, 0,944/high 0,9543/high, 0,9467/high 0,9911/high

*mapping fields: 1,2 - transformation in the labour market transformation; 3,4 - transformation in the behavior, attitudes, and values of people as consumers; 5,6 - transformation in business behavior in the use of resources

Source: Authors' results

The "mapping" is based on a data system with potentially different vectors of one or various forms of the digital economy [1]. This data system shaped by the sustainable development vector matrix and complemented by two-factor vector regressions and numerically large vector regression. Due to the complexity of these processes, they implement in the ANSYS AUTODYN software environment. ANSYS AUTODYN allows to perform not only engineering analysis, but also to model complex physical and mathematical phenomena.Since the ANSYS AUTODYN software environment supports the evolutionary modeling option, the data system it generates is ideal for describing the evolution of digital economic activity. All variables in a vector-regression model are considered symmetrically, explaining the evolutionary attributes based on their lags and lags of other variables in the model.

References:

1. Kulyk, V.A. (2017). Development of e-business in Ukraine. *Actual Problems of economic*, №1(187), 168-176.

Кукурудзяк Леся Василівна,
викладач економічних дисциплін
Відокремленого структурного підрозділу
«Вінницький фаховий коледж
Національного університету харчових технологій»
Меліховець Ганна Алімівна,
викладач економічних дисциплін
Відокремленого структурного підрозділу
«Вінницький фаховий коледж
Національного університету харчових технологій»

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ВІННИЧЧИНИ

Підприємство - суб'єкт господарювання, де створюється продукт, виконується робота або надається послуга. Діяльність підприємства як юридичної особи чи фізичної особи-підприємця - це не тільки створення та реалізація продукції, а набагато ширше коло соціальних та економічних питань як в громадах, так і в державі. Зокрема, це створення робочих місць, поповнення бюджетів різних рівнів, соціальний розвиток, зростання конкурентоспроможності тощо. Тому, саме активізація підприємницької діяльності дає поштовх до прогресивного економічного розвитку регіону, він стає сильнішим та потужнішим.

За даними Головного управління статистики у Вінницькій області, у 2020р. у Вінницькій області діяло майже 70 тис. суб'єктів господарювання, з яких майже 10 тис. складають діючі підприємства та понад 60 тис. (85,9%) – фізичні особи-підприємці.

За видами економічної діяльності на підприємствах найбільше працівників зайнято в промисловості (35,6%) та сільському господарстві (19,0%). Серед фізичних осіб-підприємців зайнято в промисловості (25,3%), у сільському господарстві зайнято 12,7% усіх зайнятих фізичних осіб-підприємців [1].

На розвиток підприємницької діяльності впливає багато факторів, але домінуючим на сьогодні є пандемія COVID-19. Не можна сказати, що пандемія COVID-19 тільки негативно вплинула на підприємницьку діяльність, адже вона дала нові виклики та можливості. Що стосується економічного розвитку Вінниччини, то на нашу думку, пандемія COVID-19 дала більше можливостей саме для підприємств аграрного сектору та підприємств харчової переробної промисловості. Адже харчова промисловість,зокрема, виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів у 2020р. становила 77,7% у структурі обсягів реалізованої промислової продукції за видами діяльності. Серед областей України Вінницька область займає 1-е місце за обсягами по виробництву м'яса, 2-е по виробництву молока, 4-е місце за обсягом по виробництву яєць [2]. Тому, на нашу думку, є необхідність підтримки активізації підприємницької діяльності саме у цих напрямках.

Програмою економічного і соціального розвитку Вінницької області на 2021 рік, передбачено забезпечення умов сталого економічного розвитку та зростання конкурентоспроможності економіки області за одинадцятьма пріоритетами серед яких можна виокремити:

1. Розвиток промислового комплексу, активізація інноваційних процесів та створення сприятливих умов для посилення інвестиційної діяльності в області;

2. Сталий розвиток аграрного виробництва, розширення сфери органічного виробництва та активізація сільськогосподарського дорадчої діяльності;

3. Підтримка розвитку малих, середніх форм господарювання на селі та їх об'єднань.

Розроблені різноманітні шляхи досягнення цих пріоритетів, але фінансування є ключовим фактором. Зокрема, Програмою передбачено надання пільгових кредитів особистим селянським, фермерським господарствам, сільськогосподарським обслуговуючим кооперативам та іншим суб'єктам господарювання на селі через Комунальну організацію «Обласний фонд сприяння інвестиціям та будівництву»; часткове відшкодування вартості сертифікації виробництва органічної сільськогосподарської продукції фермерським господарствам, сільськогосподарським кооперативам, фізичним особам-підприємцям та іншим суб'єктам господарювання, при наявності в них площ посіву органічної продукції від 5 до 500 га тощо [3].

Отже, економічний розвиток Вінниччини може бути більш ефективним саме завдяки активізації підприємницької діяльності у аграрній промисловості та харчовій переробній промисловості.

Список використаної літератури:

1.Діяльність суб'єктів господарювання Вінницької області у 2020 році (за даними статистики). Головне управління статистики у Вінницькій області:офіц. веб-сайт. URL:http://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/express-editions.html (дата звернення: 23.10.2021).

2. Промисловість Вінничини у 2020 році. (за даними статистики). Головне управління статистики у Вінницькій області: офіц. веб-сайт. URL:http://www.vn.ukrstat.gov.ua/images/stories/Publikacii/2021/03/12.03.21prom.pdf (дата звернення: 23.10.2021).

3. Програма економічного і соціального розвитку Вінницької області на 2021рік. Вінницька обласна державна адміністрація: офіц. веб-сайт. URL http://www.vin.gov.ua/invest/rehionalni-prohramy-rozvytku/33091-prohrama-ekonomichnoho-i-sotsialnoho-rozvytku-vinnytskoi-oblasti-na-2021-rik (дата звернення: 24.10.2021).

Лизанець Анжела Гейзівна,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,
Ремета Михайло Михайлович,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр», спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах ефективність функціонування підприємницьких структур все частіше залежить від досконалості внутрішнього культурного середовища. Саме правильно сформована внутрішня культура організації забезпечує згуртованість трудового колективу, сприяє активізації дій усіх працівників в інтересах організації, зміцнює взаємовідносини між підрозділами та оптимізує механізм реагування організації на внутрішні і зовнішні чинники впливу.

Стосовно підприємницької діяльності виділяють культуру управління, економічну, правову, технічну культуру, культуру виробництва, культуру праці і побуту. Всі ці види культури можна об'єднати під назвою корпоративна культура.

Корпоративну культуру як систему організаційних цінностей досліджували ряд науковців, зокрема Бабич О.Б., Бугаєвська Ю., Балика О., Бриндіна О.А., Митрохіна Ю.П., Савчук Л., Сутула Н.А., Калитка О. тощо. Деякі варіанти трактування цього поняття наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Трактування поняття «корпоративна культура»

Автор	Визначення поняття
О.Б. Бабич	це певний фон діяльності організації, який сприяє посиленню вектора результативності залежно від ступеня керованості усвідомлених цінностей організації, що особливо виявляється при динамічних змінах структури чи роду діяльності.
О. Балика [1]	соціальний ресурс концептуально оформлених ідей, цінностей, відносин, очікувань, способу мислення, норм і правил поведінки, традицій та корпоративної символіки, що формуються в ході спільної діяльності для досягнення цілей організації
Ю. Бугаєвська [2]	сфера менеджменту, пов'язана з розвитком інтеграційних процесів в управлінні, яка включає в якості основних компонентів цінності членів трудового колективу організації, переконання, норми поведінки і комунікаційної взаємодії працівників в процес трудової діяльності.

Узагальнення різних визначень дає можливість розглядати корпоративну культуру як сукупність найпоширеніших в організації норм поведінки, поглядів, які впливають на ефективність її діяльності. Часто вона виступає мірилом поведінки співробітників, оскільки визначає види дій, що є прийнятними та заохочуваними в колективі, відображає наскільки розвинена взаємодія між колегами і як приймаються рішення в компанії. Корпоративна культура впливає на здатність компанії адаптуватися до змін у середовищі. Вона сприяє посиленню мотивації до праці, забезпечує ефективнішу за формальну систему планування та контролю координацію дій,

Корпоративна культура включає культивування підприємницького духу, прагнення до високих стандартів у роботі, орієнтацію на незалежність дій, високу якість роботи і, максимізацію задоволення попиту споживачів. Особливого значення набувають ставлення до роботи, успіхів і невдач, формування корпоративних цінностей і корпоративного духу.

Норми корпоративної культури виступають базою для формування механізму прийняття рішень, є своєрідною основою раціональної діяльності, що забезпечує єдність дій співробітників. Корпоративна культура дозволяє відрізнити одну організацію від іншої, генерує прихильність цілям організації,створює атмосферу ідентифікованості для членів організації, зміцнює соціальну стабільність.

На формування корпоративної культури впливають ряд чинників, серед яких основними вважаємо вид підприємницької діяльності, характер і зміст праці, система стимулів, пільг і санкцій, освітні. вікові та національні характеристики членів трудового колективу, національні звичаї, традиції, а також запроваджені в самій організації церемонії і ритуали. Джерелом корпоративної культури часто виступає ділове оточення організації. Важливий вклад у її формування вносять громадська думка, а також засновники, власники, лідери і персонал.

Залежно від впливу на формування трудових цінностей персоналу розрізняють негативну і позитивну корпоративну культуру. При: позитивній корпоративній культурі акцент роблять на цінності професійної діяльності кожного працівника як способу особистісної самореалізації. Натомість негативна

корпоративна культура створює умови для отримання економічної вигоди від роботи, проте трудова діяльність не несе перспектив для саморозвитку персоналу.

Серед заходів, які сприяють формуванню позитивної культури, важливе місце займають спільні корпоративні заходи (уікенди, вечірки, тренінги персоналу), використання корпоративних сайтів та соціальних мереж тощо.

Проблемою багатьох сучасних українських підприємств є нівелювання ролі корпоративної культури як засобу активізації підприємницької діяльності. Проте конкурентне середовище все частіше спонукає і вітчизняних підприємців та менеджерів вивчати та впроваджувати позитивний досвід у цій сфері для згуртування колективу, підвищення якості праці та зміцнення власного іміджу на ринку.

Список використаної літератури:

1. Балика О.Г. Стратегічне управління корпоративною культурою. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі: Економічні науки. 2011. № 4 (49). С. 195-200.

2. Бугаєвська Ю.В. Поняття корпоративної культури: її суть і структура. Засоби навчальної та науково-дослідної роботи. 2011. № 36. С. 12-17.

3. Семикіна А. Корпоративна культура та її роль у розвитку трудового потенціалу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2010. № 15.

Лизанець Анжела Гейзівна,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,
Тайглер Євгенія Василівна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр», спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СФЕРІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

На сучасних підприємствах персонал є одним із найскладніших видів ресурсів, який для самореалізації у процесі праці потребує забезпечення належних умов роботи, сприяння постійному розвитку, освоєнню нових умінь та навичок, постійній актуалізації знань, підвищенню творчого потенціалу тощо. Успіх підприємства значною мірою зумовлюється результативністю роботи персоналу, бажанням працювати на результат, які, у свою чергу, визначаються дієвістю системи мотивації.

У загальному розумінні під мотивацією слід розуміти комплекс внутрішніх та зовнішніх чинників, використання яких націлене на зацікавлення, спонукання та стимулювання персоналу підприємства до підвищення ефективності, якості та продуктивності праці. Основне завдання керівництва полягає у з'ясуванні кола інтересів та потреб усіх працівників, що забезпечить формування оптимальної системи мотивації персоналу.

Безпосередньо система мотивації персоналу передбачає встановлення взаємозв'язків між цілями підприємства, цілями його структурних підрозділів та

цілями окремих працівників підприємства і тісною взаємозалежність розміру винагороди персоналу підприємства від результативності та продуктивності їхньої праці.

В сучасних умовах суб'єктами господарювання використовується різні способи мотивації персоналу, як матеріальні, так і нематеріальні.

Під матеріальною мотивацією розуміють фінансові стимули, які використовує підприємство. Це систематичне нарахування зарплати, премії за понаднормове виконання робіт на підприємстві, доплати за роботу у шкідливих умовах, за стаж, надбавки та інше.

Нематеріальна мотивація охоплює підвищення привабливості роботи, кар'єрне зростання, участь в управлінні, прийнятті рішень, підвищення кваліфікації, гнучкі графіки роботи, належні умови роботи та ін.

Як показує практика, мотиваційні системи вітчизняних підприємств характеризуються домінантним застосуванням матеріальної форми, причому акцентуючи основну увагу на заробітній платі. Проте карантин, введений через початок пандемії COVID 19, накладає свої обмеження на діяльність підприємств, водночас унеможливлюючи функціонування звичних правил мотивації персоналу, у зв'язку з чим виникає потреба у майже докорінній її трансформації.

Зазначимо, що пандемія COVID-19 та введених карантинних заходів змінили життя українців. Частина працездатного населення взагалі опинилась без роботи у зв'язку з масовими скороченнями. Інші працівники, хоч і зберегли своє місце роботи, проте були переведені у режим часткової зайнятості, на дистанційні формати роботи, що суттєво вплинуло на рівень їх доходів. Ризики втрати роботи та здоров'я є постійними та вимагають реагування з боку роботодавців у напрямку оптимізації мотиваційної системи.

З огляду на це серед напрямків удосконалення мотиваційної системи в сучасних умовах слід виділити наступні:

– по можливості підтримувати належний рівень зайнятості персоналу з матеріальною винагородою, яка відповідає затраченим зусиллям;

– при неможливості підтримки повної зайнятості інтенсивніше використовувати гнучкі режими робочого часу, дистанційні форми зайнятості, які зручні для працівників та підтримуватимуть впевненість у необхідності їх праці для підприємства і зниженні ризику втрати роботи;

– створити чіткі канали зв'язку на підприємстві, що дозволять оперативно приймати управлінські рішення. Необхідно організувати та підтримувати моментальні комунікації на підприємстві за допомогою створення чат-груп у мессенджерах, регулярному проводженню онлайн-конференцій, особливо в умовах дистанційного формату зайнятості;

– з метою забезпечення безпеки праці має бути проведено значне посилення санітарно-гігієнічних норм на підприємстві. В умовах пандемії та карантинних обмежень дії роботодавця, направлені на створення безпечного робочого становища для співробітників є практично необхідними для бізнесу. Усіх співробітників необхідно забезпечити засобами індивідуального захисту опираючись на рекомендації Всесвітньої організації охорони здоров'я: масками

респіраторного типу стандартів FFP2 та FFP3, окулярами, медичними рукавичками, санітайзерами для рук та оргтехніки. Також для того щоб мінімізувати можливість зараження співробітників у громадському транспорті, слід по можливості організувати трансфер співробітників на місця їх роботи;

– важливим фактором, який впливає на мотивацію персоналу до роботи є психоемоційний стан як і усього колективу, так і окремих співробітників. В умовах карантинних обмежень і та частина персоналу, яка перейшла на дистанційний формат роботи, і ті співробітники, що продовжують відвідувати місце роботи зіштовхуються з великим рівнем стресу, саме тому слід вдаватися до корпоративних заходів, організації дружніх бесід хоча б у онлайн-форматах.

Впровадження відповідних заходів у практику мотивації сприятимуть посиленню дієвості мотиваційної системи в сучасних умовах.

Список використаної літератури:

1. Климчук. А.О. Мотивація персоналу як складова ефективного управління підприємством. Вісник соціально-економічних досліджень. 2016. № 2. С. 135—141.

2. Литвиненко А.О., Тимошенко О.Ю., Шевченко Є.С. Трансформація мотиваційної моделі Маслоу в умовах економічної кризи. Економіка та держава. 2021. № 9. С. 112-118.

Ліба Наталя Степанівна,
д.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА АРХІТЕКТОНІКА РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ

Негативні тенденції, що сформувалися у промисловому секторі та визначають його розвиток протягом останніх років, неможна пов’язувати лише з впливом зовнішніх та внутрішніх чинників, які несприятливо впливають на економічні процеси в Україні.

Переважна більшість економістів, на теоретичному та практичному рівнях, засвідчують важливу роль держави, як активного учасника розвитку промислового сектору, з одного боку, та як регулятора економічних процесів у ньому, з іншого. Набір інструментів та методів, що застосовуються державою є специфічним для кожної моделі економічного розвитку: в окремих країнах вагомого значення набувають адміністративні методи державного управління розвитком промислового сектору (Франція, Китай, Японія), у переважній більшості інших перевага надається менш радикальним економічним методам (елементам податкового та монетарного регулювання, розвитку системи державного замовлення, розгалуженій системі індикативного планування) (Великобританія, США).

Узагальнення досліджень основних етапів формування регіональної промислової політики у світовій практиці протягом останніх десятиріч дозволяє умовно виділити наступні етапи:

– активна діяльність з боку держави спрямована на усунення диспропорцій у розвитку ринку, захист пріоритетних галузей економіки, значна частка державної власності у промисловому секторі;

– перехід до політики торговельної лібералізації, посилення процесу глобалізації та інтеграції промислового сектору економіки, «вихід» держави з сектору внаслідок активних приватизаційних процесів, активізація уваги держави на позиції підвищення конкурентоспроможності власних промвиробників;

– перехід до гнучкої промислової політики у розрізі окремих регіонів, спрямованість на інвестиційній та інноваційній складових розвитку, проведенні технічної модернізації та оновлення.

Практично всі країни і з розвиненою, і з трансформаційною економікою, проте у різні проміжки часу проходили наведені вище етапи промислової регіональної політики. Не виключенням є і Україна, для якої характерним є повна переорієнтація промислової політики з абсолютно адміністративної до ліберально-гнучкої.

Механізм державного управління розвитком промислового сектору країни містить інструменти, які забезпечують виконання державою всіх основних функцій управління: планування, організації, регулювання, мотивації та контролю. В умовах ринкової економіки на перше місце виходять ті функції, які не порушують ринкових механізмів саморегуляції, а доповнюють та удосконалюють їх. Застосування системи індикативного планування і формування раціональної інституціональної архітектоніки як на рівні економічної системи, так і окремого її елементу (промислового сектору) визначає важливі напрями економічної політики сучасної держави.

Кожний етап розвитку економічної системи характеризується специфічним набором інститутів та інституцій, які виконують управлінські та регуляторні функції з метою покращення та узгодження економічних процесів. Потрібно зазначити, що зміст поняття «*інститут*» з економічної точки зору визначає набір законів, норм, «правил гри» та «правил поведінки» економічних суб'єктів, що формуються під впливом існуючих на даний момент економічних відносин (техніко-економічних, організаційно-економічних та соціально-економічних).

Інституції – це матеріальні носії функцій інститутів (організації та установи), які реалізують ці функції в економічному житті [1; С. 81].

Архітектоніка (від грец. αρχιτεκτονικη – будівельне мистецтво, архітектура) – гармонійне сполучення частин у єдине ціле. Крім цього, дане поняття можна трактувати як основний принцип побудови, зв'язок і взаємозумовленість елементів цілого [2]. Інституціональна архітектоніка виступає складною багатовимірною, багатоаспектною моделюю і дуже ємною економічною категорією, яка має власну структуру і ґрунтується на принципі системності.

Інституціональна архітектоніки на рівні економічної системи є надзвичайно динамічною та змінюється як еволюційно, так і революційно. Формування відповідних інститутів та інституцій відбувається паралельно з розвитком економічної системи. Одні з них еволюційно розвиваються, змінюють власну

форму та структуру, «підлаштовуються» під існуючі умови, інші – зникають, оскільки їх зміст не відповідає вимогам суспільства.

Під інституціональною архітектонікою визначають структуру інститутів, яка утворюється у результаті узгодження дій економічних суб'єктів, правил, норм, встановлених традицій та сприйняття економічних процесів та сформованої сукупності інституцій, які спричиняють певний вплив на економічне середовище [3; С. 50]. Практично на кожному етапі розвитку економічної системи відбуваються певні зміни інституціональної архітектоніки. Реакція економічних суб'єктів на чинники зовнішнього середовища, глобалізаційні та інтеграційні процеси, необхідність узгодження цінностей та правил економічної поведінки, виклики сучасної моделі розвитку національної економіки визначають особливості сучасного етапу формування інституційної архітектоніки в Україні.

Окремі науковці наголошують на тому, що не дивлячись на значний вплив внутрішніх та зовнішніх чинників на процес формування інституційної архітектоніки, існують певні базові інститути – глибинні, історично стійкі основи соціальної практики, які забезпечують відтворення соціальної інфраструктури у різних типах суспільства [4].

Саме для промислового сектору важливою є активна участь держави, як інститутоутворюючого суб'єкту. У переважній більшості країн стан промислового сектору є чинником розвитку економічної системи, формування доходів як учасників ринку, так і держави. Метою держави є створення стійкої моделі взаємодії і взаємовідносин між суб'єктами промислового сектору та обґрунтування спрямованості та результативності їх індивідуальних і колективних дій.

З позицій регулювання промислового комплексу регіону дії держави повинні бути спрямовані на формування комплексу заходів регламентуючого, компенсаційного та мотиваційного характеру спрямованих на вирішення проблем прикладного характеру пов'язаних з забезпеченням ефективного розвитку промислового комплексу регіону.

Серед основних проблем формування інституціональної архітектоніки регіональної промислової політики в Україні є необхідність переходу до західного типу інституційної матриці (стійкої, історично сформованої системи базових інститутів, що регулюють взаємозв'язане функціонування основних суспільних підсистем – економічної, політичної й ідеологічної).

Список використаної літератури:

1. Костирко І. Г. Досконалість інституційної інфраструктури та її оцінка: теоретичний аспект / І. Г. Костирко, С. В. Тимофіїв // Економіка АПК. – 2014. – №2. – С. 81-86.

2. Мельничук О. С. Словник іншомовних слів [Електронний ресурс] / [за редакцією О. С. Мельничука]. – Режим доступу: https://ukr-melnichuk.sesii.net.

3. Гриценко А. Институциональная архитектоника: объект, теория и методология / А. Гриценко // Постсоветский институционализм: моногр.; под ред. Р. М. Нуреева, В. В. Дементьева. – Донецк: Каштан, 2005. – С. 49-74.

4. Кирдина С. Г. Институциональные матрицы: макросоциологическая объяснительная гипотеза [Електронний ресурс] / С. Г. Кирдина. – Режим доступу: http://www.kirdina.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=221.

Максименко Діана Вікторівна,
к.е.н., доцент, завідувач кафедри
обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівського державного університету

ЕНЕРГЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДЕРЖАВИ

Структурна модернізація економіки, відчутне покращення умов ведення бізнесу є основою для динамічного зростання, що планується забезпечити низкою системних реформ на досягнення цілей. Ключовими завданнями для досягнення економічного розвитку є створення сприятливого середовища для розвитку та ведення бізнесу в Україні, забезпечуючи доступ до фінансів, ринків та створюючи відповідну інфраструктуру, реформування енергетичного сектору, прозоре та ефективне управління земельними ресурсами та стратегічно важливими активами.

Стратегічними напрями розвитку вітчизняної економіки є енергетика та енергоефективність, високотехнологічне сільське господарство та харчова промисловість, телекомунікації та ІТ сектор, ВПК, раціональне природокористування. Виходячи з наявного наукового та промислового потенціалу, в Україні високі можливості для розвитку мають такі технологічні напрями як енергозберігаючі технології, альтернативна енергетика, агротехнології, технології національної безпеки, авіаційні та космічні технології, фармакологія та медичні прилади, біотехнології, інформаційні та телекомунікаційні технології.

Саме українська енергетика має значний потенціал для залучення інвестицій. Фундаментальною передумовою формування сприятливого інвестиційного клімату в енергетичному секторі є докорінне покращення ділового клімату в Україні загалом, у тому числі утвердження верховенства права, впровадження незалежного, постійного та дієвого нагляду у сфері конкуренції та швидке запровадження умов ринкового ціноутворення на недискримінаційних засадах.

У світі відбуваються зміни у підходах до формування енергетичної політики держав: здійснюється перехід від застарілої моделі функціонування енергетичного сектору, в якому домінували великі виробники, викопне паливо, неефективні мережі, недосконала конкуренція на ринках природного газу, електроенергії, вугілля - до нової моделі, в якій створюється більш конкурентне середовище, вирівнюються можливості для розвитку й мінімізується домінування одного з видів виробництва енергії або джерел та/або шляхів постачання палива [1].

Разом з цим віддається перевага підвищенню енергоефективності й використанню енергії із відновлюваних та альтернативних джерел. Впровадження заходів із запобігання та адаптації до зміни клімату також є одним із пріоритетів глобального розвитку енергетики.

Енергоефективність та енергозбереження є пріоритетними напрямами енергетичної політики більшості країн світу. Підвищення енергоефективності дозволяє зменшити споживання енергетичних ресурсів, забезпечуючи при цьому зростання економіки та задоволення потреб громадян, а також призводить до підвищення конкурентоздатності національної економіки. Гнучкість розвитку енергетичної галузі може бути забезпечена завдяки використанню можливостей енергоефективних технологій та інвестицій. Сталий розвиток енергетичної галузі має стати першим кроком для оздоровлення та зростання економіки країни в цілому. Вдала адаптація кліматично-енергетичної політики України до нових реалій дозволить досягнути довготривалого мультиплікативного ефекту, що забезпечить сталий розвиток та конкурентоздатність нашій державі.

Згідно Енергетичної стратегії до 2035 року Україна є і в перспективі прагне залишатися одним із найбільших в континентальній Європі виробником вуглеводнів та надійним транзитером енергоресурсів (в першу чергу природного газу і нафти), забезпечуючи безпечне і надійне постачання енергоресурсів власним споживачам та споживачам суміжних ринків, які мають бути видобуті та доставлені з високим рівнем екологічної та соціальної відповідальності, з докладанням зусиль для дотримання зобов'язань зі скорочення викидів парникових газів.Істотна мінерально-сировинна база та пріоритети, визначені на державному рівні щодо її розширення з метою нарощення видобутку вуглеводнів для забезпечення енергетичної незалежності країни, а також надлишкові потужності з транспортування, зберігання і переробки вуглеводнів, у т.ч. їх інтегрованість з європейським ринком і можливостями організації постачань зі світових ринків для подальшого постачання до ЄС, - сумарно становлять базу до розвитку відповідних галузей та економіки України в цілому.

Передбачається стале розширення використання всіх видів відновлюваної енергетики, яка стане одним з інструментів гарантування енергетичної безпеки держави. У коротко- та середньостроковому горизонті (до 2025 року) прогнозується зростання частки відновлюваної енергетики до рівня 12 % від загального первинного постачання енергії та не менше 25 % - до 2035 року (включаючи всі гідрогенеруючі потужності та термальну енергію) [2].

Список використаної літератури:

1.Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність». - Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017.

2. Концепція «зеленого» енергетичного переходу України до 2050 року. – Режим доступу: https://mepr.gov.ua/news/34424.html.

Максименко Діана Вікторівна,
к.е.н., доцент, завідувач кафедри
обліку і оподаткування та маркетингу,
Нодь Ірина Адальбертівна,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
Мукачівського державного університету

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН

Становлення та розвиток ринкових умов господарювання зумовлюють зміну місця і ролі підприємства в системі економічних відносин. В умовах жорсткої конкурентної боротьби, нестабільності зовнішнього середовища, важливим є збереження та нарощення потенціалу підприємства, виробництво продукції відповідної якості, задоволення потреб споживачів, забезпечення довгострокових конкурентних переваг підприємства на ринку.

Це більшою мірою можливе завдяки ефективному стратегічному управлінню розвитком підприємства, яке включає наступні ключові категорії: стратегія, стратегічне управління, розвиток підприємства, управління розвитком, стратегічний розвиток підприємства, стратегічне управління розвитком підприємства тощо.

Метою стратегічного управління є побудова динамічної системи, яка б дала змогу забезпечувати своєчасне визначення місії, цілей та стратегій, розробку і виконання системи планів, забезпечуючи при цьому довгострокові конкурентні переваги підприємства на ринку [1].

Стратегічне управління є важливим фактором успішного виживання в складній конкурентній боротьбі, тим не менше на практиці постійно можна спостерігати в діяльності підприємств відсутність стратегічності, а саме: не враховується вплив факторів зовнішнього середовища; не проводиться стратегічний аналіз, безпосередньо аналіз бізнес-середовища, можливостей та загроз підприємства на ринку; не здійснюється оцінка рівня розвитку підприємства.

Сьогодні найважливішим завданням для підприємств є аналіз ринку, попиту та пропозиції, мотивів поведінки споживачів і конкурентів на ринку, форм і каналів збуту продукції, форм та рівня конкуренції, способів просування товарів, можливості введення інтенсивних технологій [2].

В ринковій економіці підприємства функціонують у умовах конкурентного середовища. Розвиток конкуренції на товарних ринках обумовив появу поняття конкурентоспроможності. В економічній літературі поняття «конкурентоспроможність» має різні інтерпретації і залежить від того, до якого об’єкту застосовується. Конкурентоспроможність підприємства – це його спроможність проводити успішну конкурентну боротьбу.

Конкурентоспроможність підприємства визначають його порівняльні конкурентні переваги по відношенню до інших підприємств.

Тобто конкурентоспроможність передбачає наявність у підприємства індивідуального набору конкурентних переваг, які визначають ключові фактори успіху, що забезпечують його стабільне та надійне функціонування.

До числа таких конкурентних переваг можна віднести умови інвестування в галузі, регіоні, країні; тенденції технічного розвитку; рівень конкуренції, ресурсозабезпеченість. До внутрішніх факторів відносять: впровадження у виробництво нової техніки, прогресивної технології, дієвих економічних стимулів, підвищення кваліфікаційного рівня працівників, формування конкурентних відносин в роботі персоналу. Вони можуть регулюватися на рівні підприємства в цілому, структурного підрозділу, робочого місця [3].

Відповідно конкуренція завжди в центрі досліджень науковців та практиків, які займаються як проблемами підприємства або галузі, так і економікою загалом. Сучасні концепції конкуренції спрямовані на ефективну конкуренцію на внутрішніх і зовнішніх ринках з метою отримання лідерських позицій. Серед сучасних дослідників теорії конкуренції варто виділити американського вченого-економіста М.Портера, який в ході вивчення особливостей економік країн і компаній, запропонував способи досягнення ними лідируючих позицій. На його думку, для успішного ведення конкурентної боротьби суб'єкту господарювання необхідно виробити конкурентну стратегію, метою якої є забезпечення переваги над конкурентами через виявлення конкурентних переваг та їх зміцнення в довгостроковому періоді. Способи досягнення конкурентних переваг значною мірою пов'язані з впровадженням нових технологій та інновацій [3].

На етапі ринкових взаємовідносин в економіці України постійно виникають питання стосовно ефективності управління. Сьогодні ці питання набувають першочергового значення для підприємств, ураховуючи умови невизначеного зовнішнього середовища і швидкоплинності подій. Постійне прагнення підприємств вирішити питання довгострокового планування та розвитку потребує застосування методів та моделей стратегічного управління, що засновані на різноманітних підходах.

Список використаної літератури:

1.Василенко В.А. Стратегічне управління: [навч. посіб.]/ В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 396 с.

2.Герасимчук В.О. Стратегічне управління підприємством / В.О. Герасимчук. – К. : КНЕУ, 2013. – 360 с.

3. Максименко Д.В. Фактори конкурентоспроможності підприємства /Стан та перспективи розвитку економіки України в умовах глобалізації:теорія та практика//Під ред.д.е.н., проф.О.О.Непочатенко. – Умань:Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2014. – Частина 2. – С.112-117.

Маслиган Роман Михайлович,

здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальності 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»,
Мукачівський державний університет.
Гоблик Володимир Васильович,
д.е.н., професор, перший проректор
Мукачівський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ЗВ'ЯЗКІВ УЧАСНИКІВ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКТІВ КІБЕРСПОРТУ

Первинно кіберспорт в Україні розглядався як специфічний анімаційний захід ліцензованого організатора, що мав на меті порівняння досягнень геймерів, під час реалізації якого людину, яка грала в відеоігри залучали до ігрової спільноти конкретного видавця розробника ігор. Разом з тим, з 2020 р. Комісія з визнання видів спорту віднесла кіберспорт до офіційних видів спорту України [4], а його розвиток з анімаційної площини змістився у сферу електронного спорту, орієнтованого на визнані кіберспортивні дисципліни. Слід враховувати, що оскільки у якості кіберспортивних дисциплін визнані не всі, а лише окремі відеоігри (зокрема Counter-Strike, DotA, FIFA, League of Legends, Quake, Starcraft, World of Tanks), змагання та процес гри у них існують як спільний продукт та як мікс спільних продуктів з кіберспорту, що просуваються в офлайн та онлайн-форматі.

Безпосередній зв'язок зі спортом, як соціальним явищем, визначив передумови формування специфічних зв'язків учасників виробництва продуктів кіберспорту, зокрема [4; 2]: 1) спільність ІТ-продуктів (що існують як ігрові та як інші програмні рішення для кіберспорту); 2) спільність ІТ-сервисів (що існують як ІТ-послуги для кіберспортсменів з підтримки їх ігрових процесів); 3) спільність геймерів, які не просто є прихильниками відеоігор, а володіють навичками, які, як правило, набуваються протягом тривалого періоду часу; 4) орієнтування на клубну систему, що є фундаментом систем організації спорту більшості країн Європи, США та в інших. Риси спільності виробництва продуктів для кіберспорту неминуче продукують розвиток інтеграційних процесів через формування системних зв'язків учасників виробництва продуктів для кіберспорту – кіберспортивних клубів. Кіберспортивний клуб інтерпретований нами як самоорганізована група кіберспортсменів (в одній або кількох дисциплінах кіберспорту), що займається і розвиває їх. При цьому кіберспортсмени (професійні гравці у відеоігри) відіграють у такій самоорганізації ключову роль, оскільки любов до конкретної відеогри (що є дисципліною кіберспорту) - основа створення окреслених клубів.

Аналіз наукової літератури [3] дозволяє розглянути процеси формування такого зв'язку через призму великої кількості механізмів в економіці. Відповідно до сучасних підходів до сутності таких механізмів їх тлумачення зводиться до елементів з продукування різноспрямованого впливу учасників виробництва на процеси розвитку та функціонування виробництва продуктів кіберспорту, за

умови, що такий вплив: організований; цілеспрямований; активний; структурований.

Таблиця 1

Сучасні підходи до сутності «механізмів в економіці»

Автор	Зміст визначення	умови впливу
Мочерний С.В. [3]	Вплив суб'єктів управління: на процес розвитку; на процес функціонування суспільного способу виробництва.	Свідома організація, цілеспрямованість, активність.
Герцик В.А. [1]	Система елементів управління, до яких належать цілі, функції, методи, структури, суб'єкти управління, та об'єктів управління.	Цілеспрямованість, структурованість та свідома організація.

Слід погодитись з науковцями [3, 1], що для формування системних зв'язків учасників виробництва продуктів для кіберспорту використовується велика кількість таких механізмів. Враховуючи зв'язок зі спортом важливі саме ті механізми в економіці впливають на формування зв'язків учасників виробництва продуктів для кіберспорту. Цей механізм проявляє себе через систему елементів впливу на суб'єктів господарювання, серед яких: 1) засоби виробництва, що використовуються для виробництва спільного продукту або міксів спільних продуктів з кіберспорту; 2) техніко-економічні відносини, а саме відносини спеціалізації та кооперування (у межах клубних та інших систем, у межах комбінування продуктів кіберспорту тощо). Так, коли функціонує декілька кіберспортивних клубів, виникає необхідність координувати їх відносини, такі клуби ініціюють створення асоціації або федерації з конкретної дисципліни кіберспорту; 3) організаційно-економічні відносини з організації виробництва спільного продукту кіберспорту або їх міксів; 4) клубні виробничі відносини (а саме відносини між учасниками, що виникають у процесі виробництва продукту кіберспорту та його споживання); 5) господарський механізм кіберспорту, а саме сукупність основних форм, методів, важелів управління сферами споживання, виробництва та комбінування продуктів кіберспорту.

Відповідно до змісту окреслених механізмів, формування зв'язків учасників виробництва продуктів кіберспорту - процес, який передбачає продукування впливу, що має на меті поступову інтеграцію учасників, залучених у виробництво спільних продуктів кіберспорту у розвинену систему кіберспортивних клубів.

Список використаної літератури:

1. Герцик В.А. Ієрархічна структура організаційно-економічного механізму управління розподілом підприємства / В.А. Герцик // Культура народов Причерноморья. 2009. № 172. С. 22–24.

2. Данилюк И. Что такое клубная система?, 2020. URL.: https://skateukraine.org/post/2020/club_system?lang=ru

3. Економічна енциклопедія: у 3 т. / Відп. ред. С.В. Мочерний – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – Т. 2. – 848 с.

4. Пиріг В. Україна визнала кіберспорт офіційним видом спорту URL.: https://zaxid.net/kibersport_v_ukrayini_ofitsiyniy_vid_sportu_z_7_veresnya_2020_n1507356.

Микуланинець Світлана Іванівна,
к.е.н., старший викладач кафедри
менеджменту та управління економічними процесами,
Мукачівський державний університет

ХАРАКТЕРИСТИКА ТИПІВ РИНКОВИХ СТРУКТУР

Ринкова економіка є складною та динамічною системою господарських взаємовідносин між продавцями, покупцями та іншими суб'єктами. Це зумовлює неоднорідність ринків, а саме їх відмінність за певними параметрами: кількість і розмір підприємств діючих на ринку, їх здатність впливати на рівень цін, вид пропонованих товарів і багато іншого. На основі цих характеристик визначається тип ринкової структури або інакше ринкова модель. На сьогоднішній день виділяють чотири основні типи ринкових структур: чиста (досконала) конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія і чиста (абсолютна) монополія. Проте в сучасних ринкових умовах досить складно чітко визначити до якого типу ринкової структури віднести той, чи інший ринок товарів та послуг.

Досконала конкуренція – це ситуація на ринку коли функціонує багато підприємств (продавців), що реалізують однорідний товар (послугу) і жодне з підприємств не має вирішального впливу на рівень ринкової ціни. В практиці господарської діяльності досить рідко зустрічаються умови чистої конкуренції на ринку. Позитивним результатом чистої конкуренції є ефективний розподіл обмежених ресурсів з метою максимального задоволення споживчих потреб. Серед основних негативних наслідків досконалої конкуренції можна виділити такі: відсутність науково-технічного прогресу, окльки підприємства не мають високого рівня прибутковості і достатніх коштів для впровадження та розвитку нових технологій; всі товари є уніфікованими та стандартизованими, що не відповідає різноманітним, індивідуальним смакам та уподобанням споживачів.

Монополістична конкуренція – це тип ринкової структури в умовах якої функціонує відносно багато підприємств (від 10 до 100), які реалізовують схожу, але диференційовану продукцію. Тому кожен продавець виходить на ринок з своїм специфічним товаром, який має певні особливості в порівняні зі схожими товарами. Не існує особливих перешкод для входу на ринок, тому можуть з'являтися нові конкуренти. Підприємства не можуть значною мірою вплинути на рівень цін, тому здебільшого застосовується нецінова конкуренція (реклама, бренд, торгова марка). Позитивною стороною монополістичної конкуренції виступає стимулювання виробництва диференційованих товарів та послуг широкого асортименту. За умов монополістичної конкуренції переважно здійснюється нецінова конкуренція, яка полягає у впровадженні технічних переваг, підвищенні якості та надійності продукту чи послуги, застосуванні більш ефективних методів збуту та інших прийомів.

Олігополія – це тип ринкової структури, за якого на ринку функціонують кілька підприємств (продавців), які займають значну частку ринку, відповідно, зміни в їх господарській діяльності значною мірою впливають на загальну ситуацію на ринку. В умовах олігополії кожен продавець знає, що, прийняті ним рішення впливають на конкурентів, тому повинен враховувати наслідки та можливі дії конкурентів у тій, чи іншій ситуації. До переваг олігополії належить можливість споживача отримати більш дешеві товари та послуги, за умов цінової конкуренції, або більш якісних, при умові, що фірми конкурують підвищуючи якість товрів. Ринок розвивається більш динамічно за рахунок застосування і цінової, і нецінової конкуренції. Негативний вплив може виникнути за умов виникнення змови між олігополістами, за якої вони встановлять високу ціну і низький обсяг виробництва, що може призвести до кризи в галузі.

Чиста або абсолютна монополія – ситуція на ринку коли на рику діє один-єдиний продавець унікального товару, який не має близьких замінників. На даному ринку відсутня конкуренція, монополіст має повну владу на ринку, визначає рівень цін та обсяг пропозиції товару на ринку. Існують майже нездоланні бар'єри входу на ринок. Монополія має більше негативних наслідків ніж позитивних. Серед негативних: монопольне ціноутворення, можливе посилення інфляції, нераціонльний розподіл ресурсів, можливе гальмування нуково-технічного прогресу, посилення соціальної нерівності та ін. Серед позитивних наслідків можна зазнчити те, що в окремих галузях саме монополія є найефективнішою формою господарювання. З метою уникнення негативних наслідків держава повинна здійснювати контроль за рівнем цін, якістю продукції та послуг, а також усунення штучних монополій.

Згалом всі типи ринкових структур умовно можна поділити на реальні та ідельні типи. Більшість рельно діючих ринків можна віднести до олігополії або монополістичної конкуренції. До олігополії можна віднести підприємства по виробництву алюмінію, цигарок, послуги телефонного зв'язку та ін. До монополістичної конкуренції належать переважно підприємства сфери послуг (ресторани, станції технічного обслуговування, банківські установи та ін.), а також можуть бути підприємства з виробництва взуття, одягу. Стосовно досконалої конкуренції та монополії, то вони є більш абстрактними, ідеальними, оскільки існують реальні ринки, які лише наближено відповідають умовам даних ринкових структур. Важко знайти галузь, яку можна однозначно віднести до досконалої конкуренції чи монополії.

Список використаної літератури:

1. Павленко А. В. Монополістичні структури в системі ринкових відносин. Економіка та держава. 2011. № 7. С.64-66.

2. Стретович О. А. Економічна сутність конкуренції. Економіка та держава. 2010. № 9. С.17.

3. Фатхутдінов Р.А. Конкурентоспроможність організації в умовах кризи: економіка, маркетинг, менеджмент. М.: Маркетинг, 2002. С. 316-317.

4. Філіпович В.В. Розвиток теоретичних підходів до класифікації ринкових структур. Вісник Одеського національного університету. 2010. Т. 15. Вип. 20. С. 227-235.

5. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. М.: ГНОМ-ПРЕСС, 1998. С. 12.

Морозов Олександр Юрійович,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності «Облік і оподаткування»
Науковий керівник: д.е.н., доцент кафедри
обліку і оподаткування та маркетингу **Ліба Н.С.,**
Мукачівського державного університету

СУЧАСНЕ РОЗУМІННЯ ДЕФІНІЦІЇ «СТАЛИЙ РОЗВИТОК»

Одним зі стратегічних завдань розвитку України в сучасній економіці є забезпечення сталого розвитку країни та кожного її регіону. Термін «сталий розвиток» (sustainable development) був закріплений у 1987 р. на Конференції ООН по навколишньому середовищу і розвитку, де сталий розвиток було визначено як розвиток суспільства, який задовольняє справжні потреби без нанесення шкоди майбутнім поколінням.

Найбільш точне визначення курсу сталості розглядається в доповіді Гру-Харлем Брутланд, в якій відображено, що сталим можна назвати такий розвиток, який веде до мінімізації негативних наслідків виснаження природних ресурсів і забруднення навколишнього природного середовища для майбутніх поколінь у результаті соціально-економічного розвитку покоління, яке зараз проживає на планеті. Сталий розвиток передбачає створення такої системи, яка забезпечувала б на довгостроковій основі не тільки високий рівень життя, а й високий рівень її якості, не можна назвати систему такою, що розвивається, якщо в ній не примножується капітал (засоби виробництва, нерухомість тощо) і виснажуються природні багатства [1].

Дослідження усталених підходів до інтерпритеції сутності дефініції «сталий розвиток» представленно у таблиці 1.

Таблиця 1

Дефініція «сталий розвиток» в інтерпретації науковців [1,2,3]

Автори	Зміст поняття
Буркинський Б. В.	здатність еколого-економічної системи втримувати зміни, спричинені зовнішніми та внутрішніми впливами в економічних та екологічних підсистемах, а також здатність збереження визначеної динамічної рівноваги
Веклич О.О.	узгодження економічного прогресу із збереженням природно-ресурсного потенціалу з метою забезпечення життєвих потреб

	нинішнього і майбутнього поколінь. ... охорона довкілля та раціональне використання природних ресурсів розглядаються не як самоціль, а як невід'ємна частина прогресу соціального розвитку. Основою концепції СР є паритетність відносин у тріаді «людина – господарство – природа»
Герасимчук З.В.	процес соціально-економічного розвитку за умови забезпечення екологічної рівноваги соціо-сколого- економічної системи певної суспільної трансформації
Данилишин Б.М.	розвиток, який включає сукупність видів діяльності, що забезпечують тілесний, інтелектуальний і духовний розвиток територіальної громади та відтворюють і поліпшують середовище її проживання
Семенюк О.М	процес безперервних якісних змін, які супроводжуються поліпшенням показників ефективності діяльності підприємства та забезпечують його конкурентоспроможність на основі активізації інноваційної діяльності. Він повинен характеризуватися таким станом стійкості, при якому показники ефективності діяльності та економічного зростання при впливі дестабілізуючих факторів незначно відхиляються від досягнутого рівня, в тому числі за рахунок використання інноваційної діяльності
Філіпенко А.С.	баланс і інтеграція між економічними, екологічними і соціальними потребами людства, з одного боку, і здатністю земних ресурсів і екосистеми задовольняти нинішні та й майбутні потреби - з іншого

Сталий розвиток (sustainable development) – це термін, який є досить поширеним у науково-публіцистичній літературі західних країн світу. Українські наукові кола досить активно дискутують щодо достовірності та досконалості перекладу з англійської мови терміна «sustainability». Частина науковців відстоює позицію, що коректно перекладати цей термін як «збалансований», тобто збалансований розвиток, інша – як «сталий», тобто сталий розвиток. У результаті провідні науковці пропонують замінити усталений термін «сталий розвиток» на «збалансований розвиток» або ж використовувати поєднання цих слів [2].

Інші вчені схиляються до думки, що термін «сталий розвиток» є не дуже вдалим перекладом англійського терміна, який можна перекласти і як «постійно підтримуваний розвиток», і як «припустимий розвиток». Водночас усі ці терміни містять протиріччя, що чітко окреслились, між задоволенням потреб нинішніх поколінь людей (що, будучи марнотратними, вже привели до глобальних екологічних проблем) і можливістю задоволення потреб майбутніх поколінь.

Крім того, поняття «сталий розвиток» розуміється у двох змістах: вузькому і широкому. У вузькому розумінні увага акцентується переважно на його екологічному складнику, що пов'язується з оптимізацією діяльності стосовно біосфери. Широко стійкий розвиток трактується як процес, що позначає новий тип функціонування цивілізації. Як приклад підходу подібного роду може розглядатися визначення, запропоноване комісією Брундтланд. Власне кажучи, ставиться завдання оптимального управління не тільки природно-ресурсним потенціалом, але й усією сукупністю природного соціокультурного багатства, яким диспонує цивілізація на конкретному етапі всесвітнього історичного розвитку (враховуючи прогностичний контекст). Досягнення сталого розвитку у широкому розумінні має такі основні напрями й аспекти, як економічний, демографічний, соціальний, екологічний, культурологічний, прогностичний та ін. У центрі концепції сталого розвитку стоїть людина, бо вона сама з її потребами є метою суспільної діяльності і вона ж є основним фактором досягнення мети [3].

Отже, що сталий розвиток – це процес постійного перетворення якісних та кількісних характеристик соціо-еколого-економічної системи, спрямованого на досягнення динамічної рівноваги між суспільством, економікою та довкіллям, що забезпечує при цьому добробут нинішніх та майбутніх поколінь із дотриманням рівноважності, збалансованості, гармонійності, стабільності, конкурентоспроможності та безпеки країни.

Список використаної літератури:

1. Жученко А.М. Поняття сталого розвитку в сучасній економіці / А.М. Жученко // Глобальні та національні проблеми економіки, 2016. – Вип. 13. – С. 431- 343.
2. Осауленко О.Г. Сталий соціально-економічний розвиток: моделювання та управління: монографія / О.Г. Осауленко. – К., 2000. – 176 с 10
3. Тимошенко М.М. Теоретичні засади та змістовне наповнення сталого розвитку сільських територій у сучасних умовах/ М.М. Тимошенко Режим доступу http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_27/1/24.pdf.

Обіцький Анатолій Анатолійович,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальності 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»,
Мукачівський державний університет

КАПІТАЛІЗАЦІЯ РЕГІОНІВ НА ОСНОВІ АКТИВІЗАЦІЇ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

За умов, на яких формується ринкова економіка, одним із головних чинників, необхідним для розвитку (капіталізації) регіонів, є грошові надходження, які отримуються від різних підприємств та бізнес-структур [1, с.135]. Малий бізнес повинен бути основним елементом, який спонукає до економічного розвитку, адже саме цей сектор економіки є найбільш масовим. У малому бізнесі задіяна велика кількість населення країни, створюючи здорову

конкуренцію на ринку праці та впливаючи на соціально-економічний розвиток області. Під час створення заходів, які допоможуть поліпшити економічне становище в Україні, одним із чинників повинен бути розвиток малих підприємств [2, с.510]. Хоча малий бізнес і є домінуючою ланкою на ринку, але за рахунок специфіки оподаткування малого бізнесу в нашій країні та великої кількості дрібних підприємців, які працюють у «тіні», він не приносить великих надходжень до бюджету, як державного, так і регіонального.

Дана ситуація є негативною, і вона сповільнює соціально-економічний розвиток регіонів, їхню капіталізацію. Щоб поліпшити роботу цього сектору, держава повинна проводити правильну регуляторну політику стосовно діяльності малого бізнесу та стимулювати його важелями, які їй підконтрольні, наприклад це кредитування представників малого бізнесу, створення кластерів, які допомагають співпраці та поліпшенню діяльності представників малого бізнесу. В останні роки в результаті політичної кризи в Україні, яка призвела до погіршення економічної ситуації, малий бізнес зіткнувся з багатьма проблемами, серед яких: девальвація національної валюти, відсутність кредитування бізнесу, зменшення реальних доходів у населення, що веде за собою неспроможність купівлі товарів чи послуг у бізнесу порівняно з докризовим періодом. Водночас малий бізнес є більш гнучким порівняно із середнім та великим бізнесом. Він швидше пристосовується до зміни кон'юнктури ринку, за малий проміжок часу може змінювати специфіку своєї діяльності та без великих фінансових та часових утрат може продовжувати своє ефективне функціонування на ринку. Розвиток малого підприємництва повинен бути одним із ключових завдань регіональної політики. Завдяки його розвитку регіони стають більш економічно незалежними від держави та спроможними до формування власного бюджету та отримують майданчик для створення конкуруючого середовища на ринку праці. Порівняно з країнами ЄС Україна досягла середнього європейського показника за кількістю малих підприємств, кількістю населення, яке працює у сфері малого бізнесу, але за якісними їх показниками, такими як рівень заробітної плати серед населення, що задіяне у секторі малого бізнесу, кошти, які надходять у бюджет за рахунок оподаткування, Україна залишається далеко позаду [3, с. 30].

Чинником, який суттєво впливає на діяльність малого бізнесу на ринку праці, є трудова міграція. Велика кількість населення України мігрує за кордон у намаганні знайти більш оплачувані місця роботи. Це спричиняє дефіцит висококваліфікованих кадрів на ринку праці, що змушує малий бізнес під час пошуку працівників йти на поступки і підвищувати рівень заробітної плати, щоб прийняти на роботу хороших спеціалістів.

Якщо брати до уваги поділ малих підприємств за видами економічної діяльності по регіонах, то він може залежати від специфіки потреб населення даного регіону, наявності природних ресурсів, які зосереджені в регіоні, та його географічного розташування.

Отже, враховуючи всі ці чинники, можна констатувати, що малий бізнес є суттєвим важелем впливу на соціально-економічне становище регіонів. Він є одним із ключових гравців на ринку праці та демонополізує ринок товарів та

послуг, що сприяє здоровій конкуренції в усіх аспектах соціально-економічного життя країни.

Список використаної літератури:

1. Вахович І.М. Прибуток як складова оцінки капіталізації суб'єктів господарювання регіону / І. М. Вахович, С. В. Нестерова // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2018. –Випуск 802. Економіка. – С. 135-139.

2. Бошинда І.М. Методичні засади формування та функціонування потенціалу малого бізнесу регіонів/ І.М. Бошинда// Економіка і суспільство. - 2018. - Вип. 15. - С. 509–512.

3. Малик І.П., Мохонько Г.А. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні / І.П. Малик, Г.А. Мохонько // Економічний вісник Нац. техн. ун-ту України «КПІ». -2012. Вип. 9. -С. 29 –34.

Ожубко Галина Володимирівна,
к. психол.н., доцент кафедри економіки та менеджменту
Дрогобицький державний педагогічний
університет імені Івана Франка

СТРУКТУРА СОЦІАЛЬНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Соціальний інтелект – відносно нове поняття психології, яке знаходиться у процесі розвитку і уточнення. Останнім часом сформувалася думка, що соціальний інтелект являє собою чітку і узгоджену групу ментальних здібностей, пов'язаних з обробкою соціальної інформації, групу здібностей, які фундаментально відрізняються від тих, які лежать в основі більш «формального» мислення, що перевіряється тестами «академічного» інтелекту. Соціальний інтелект визначає рівень адекватності та успішності соціальної взаємодії.

Люди з розвиненим соціальним інтелектом зазвичай мають виражений інтерес до пізнання себе і розвинену здатність до рефлексії та зазвичай легко уживаються в колективі, сприяють підтримці оптимального психологічного клімату, проявляють більше інтересу, кмітливості та винахідливості в роботі.

Ряд дослідників стверджує, що здатність до творчості і соціальна активність особистості мають зворотну кореляцію. Інші учені вважають, що креативність підвищує успішність у спілкуванні і адаптивність особистості в суспільстві. Зокрема, в експерименті з розвитку креативності школярів відзначається значуще підвищення всіх показників соціального інтелекту при позитивній динаміці рівня креативності. Творча особистість більшою мірою, ніж особистість рекреативна, здатна до розуміння і прийняття інших і, таким чином, до успішності в спілкуванні і адаптивності в соціальному середовища.

У деяких дослідженнях аналогом соціального інтелекту є соціальні здібності, соціальна обдарованість. О.І.Власова розглядає соціально обдаровану людину як особистість, що має стійку потребу та значний дієвий потенціал здійснення активних перетворень у соціальному середовищі.[1]

Теоретичний аналіз досліджень соціального інтелекту дав змогу визначити соціальний інтелект як здатність людини розуміти не лише інших, але й самого себе у постійній зміні психічних станів та міжособистісних стосунків, розуміти і прогнозувати результати як власної поведінки, так і поведінки партнерів по взаємодії Відповідно до особистісно-діяльністного підходу соціальний інтелект представлений у рамках структури особистості. Модель соціального інтелекту менеджера містить три компоненти: рівень потенційних здібностей, рівень актуальних здібностей, результативний рівень.

Компонентами рівня потенційних здібностей виступають: когнітивний (точність рефлексії, самооцінка, рівень самоактуалізації) та емотивний (емпатія, соціальна сенситивність, прийнятність групи).

Рівень актуальних здібностей характеризується факторами соціального інтелекту: здатністю передбачати наслідки поведінки, здатністю розуміти вербальну експресію в контексті певної ситуації, здатністю розуміти невербальну експресію, здатністю розуміти логіку розвитку складних ситуацій взаємодії.

Компонентами результативного рівня є: комунікативний (взаємодія в групі, ведення переговорів, гнучкість у спілкуванні), організаційний (орієнтація на конкретний результат, вміння планувати і проектувати, керівництво групою) і комплексний (особиста управлінська продуктивність, соціально-психологічний статус).

Список використаної літератури:

1. Власова О.І. Психологія соціальних здібностей: структура, динаміка, чинники розвитку. К., 2005. – 308 с.
2. Рибалка В.В. Теорії особистості у вітчизняній психології: навч. посіб. / В.В.Рибалка. – К.: ІППО АПН України, 2006.

Оршанська Мар'яна Іванівна,
аспірантка,
Дрогобицький державний педагогічний
університет імені Івана Франка

ПОТОКИ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Для відновлення світової економіки й зокрема країн, що розвиваються, у постковідний період знадобиться значний притік фінансових ресурсів із різних джерел. На наш погляд, саме ПІІ на сьогодні є саме тим важливим ресурсом, однак урядам потрібно буде створити належні умови, які не лише сприяють їх залученню та утриманню а, що більш важливо, для максимального збільшення переваг подальшого розвитку. Практика свідчить, що залучення іноземних інвесторів – це лише перший крок до успішної стратегії ПІІ. Переконання інвесторів залишатися та розширювати свою діяльність є ключовим фактором для досягнення цілей економічного розвитку (1, с. 56).

Статистичні дані свідчать, що глобальні потоки ПІІ у 2020 р. скоротилися на 35%, досягнувши 1 трильйона доларів США з 1,5 трильйонів доларів у 2019 р. Зафіксований найнижчий рівень залучення ПІІ з2005 р., який майже на 20 % нижчий, ніж 2009 р. одразу після світової фінансової кризи (2, с. 2). Спад економічної діяльності в усьому світі, як відповідь на пандемію короновірусу, уповільнив існуючі інвестиційні проєкти, а перспективи рецесії змусили транснаціональні підприємства переоцінити реальність нових проєктів.

Статистика свідчить, що падіння рівня ПІІ було значно різкішим, ніж падіння валового внутрішнього продукту та торгівлі. Україна не стала винятком негативного впливу світової економічної кризи, спричиненої пандемією короновірусу (COVID-19). Так, надходження ПІІ в економіку України за 2020 р. суттєво зменшилось у порівнянні з обсягом залучення ПІІ в 2019 р. (див. табл. 1). Проте,позитивна динаміка залучення ПІІ у 2021 р. свідчить про відновлення та боротьбу за іноземний фінансовий капітал [3].

Таблиця 1

Притік і відтік прямих іноземних інвестицій в економіці України*

Прямі іноземні інвестиції (млн. дол. США)	2016	2017	2018	2019	2020	2021
В Україну	3810	3692	4455	5860	-868	2836
З України	16	8	-5	648	82	41

*без урахування окупованих Росією територій (Крим, Севастопіль) та частини Донбасу.

Фактично склалася ситуація, коли країни, що розвиваються, конкурують за ПІІ, які перерозподіляються у світі. Пандемія виявила,наскільки глобально взаємопов'язаним став потік товарів і послуг. Тому підтвердження – це порушення потоків ПІІ, які є невід'ємною складовою економічної глобалізації. Крім того, через природу ПІІ світ має бути готовим до повільного економічного зростання, відтак транскордонні ділові зв'язки потребують активного відновлення. Іноземні інвестори, зазвичай, більш схильні до ризику за кордоном, ніж удома, однак існує низка складних операцій і логістичних проблем, пов'язаних із відновленням виробництва в іншій країні [4].

Отже, для нарощення темпів зростання економіки після закінчення пандемії короновірусу світові знадобиться помітний приплив фінансових ресурсів. Нами виділено першочергові кроки, які вимагатимуть нових підходів до політики активного залучення ПІІ, спрямованої на економічний розвиток України:

1. Перегляд законодавчих актів із метою зменшення податкового тиску на підприємства.
2. Покращення умов залучення іноземних інвесторів.
3. Підвищення інвестиційної привабливості економіки країни.
4. Інтеграція малого бізнесу в усі сектори економіки, поширення соціального підприємництва, розвиток дрібного фермерства, використання досвіду нестандартних форм зайнятості населення тощо.

Без сумніву світова економічна криза, спричинена пандемією короно вірусу (COVID-19), поширилась але й вплинула не лишена здоров'я населення, а й на

усі сфери вітчизняної економіки. Тому ПІІ мають перетворитися на потужний драйвер економічного розвитку, що насамперед приведе до поступового налагодження виробничої діяльності й пристосування бізнесу до змін умов як в середині України, так і поза її межами.

Список використаної літератури:

1. Закарія Ф. Р. 10 уроків для світу після пандемії. Київ: Наш формат,2021. 264 с.

2. UNCTAD Stat. World Investment Report 2021 URL: https://unctad.org/webflyer/world-investment-report-2021.

3. Міністерство фінансів України. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) в Україну. URL: https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/

4. Макстон Г., Рандерс Й. У пошуках добробуту. Керування економічним розвитком для зменшення безробіття, нерівності та змін клімату. Київ, Pabulum, 2017. 320 с.

Папуша К.А.,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
Науковий керівник: к.е.н., доцент : к.е.н., доцент економіки підприємства, обліку і аудиту **Уманська В.Г.**
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах глобалізації та інтеграції підприємств України в світовий простір, який супроводжується невизначеністю та кризою в економіці, важливим є чітке розуміння сутності процесу управління конкурентоспроможністю підприємств.

Дослідники вважають, що управління конкурентоспроможністю підприємства – це виконання загальних функцій управління, які визначають політику у сфері створення і реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі й відповідальність у даній сфері діяльності суб’єкта господарювання, що реалізуються за допомогою таких засобів, як планування конкурентоспроможності, оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках певної системи конкурентоспроможності.

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства має враховувати фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства. Вони можуть бути як внутрішніми, так і зовнішніми.

До внутрішніх факторів можна віднести наступні:

– організаційно-правова форма підприємства;

– структура підприємства;

– науково-технічний рівень виробництва;

– соціальний потенціал підприємства;

– культура;

– ресурси;
– психологічний клімат колективу;
– налагодженість шляхів постачання;
– створення ділового іміджу.

Серед зовнішніх факторів виокремлюються:
– ринок товарів, технологій, робочої сили;
– фондовий ринок;
– виробниче середовище;
– науково-технічне середовище;
– соціальне середовище;
– державне регулювання тощо.

Існують різні підходи до класифікації конкурентоспроможності підприємств (далі КСП). Залежно від об'єкта застосування цього терміна розрізняються «КСП національної економіки», «КСП продукції», «КСП підприємства», «КСП галузі» тощо. Кожна з цих категорій має істотні відмінності й характерні риси, які підтверджують правочинність і доцільність такої їх диференціації.

Ефективне управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в створенні ефективних рішень та здійсненні управління ними в процесі формування конкурентних переваг. Система управління конкурентоспроможністю підприємства дозволяє свідомо впливати на конкурентоспроможність наданих послуг конкретного підприємства на відміну від підприємств-конкурентів за для отримання стабільного приросту прибутку в процесі своєї діяльності.

Одним з важливих напрямків підвищення конкурентоспроможності підприємства є запровадження в практику соціальної відповідальності, оскільки вона являє собою ефективну стратегію зростання добробуту населення, а також збалансованого розвитку підприємства. При запроваджені соціально відповідальної стратегії, у підприємства формується цілий комплекс потенційних конкурентних переваг. В першу чергу створюється позитивний імідж та здійснюється збалансований розвиток підприємства.

Отже, управління конкурентоспроможністю підприємства пропонується розглядати як узагальнююче, синтетичне поняття, яке складається під впливом сукупності різних чинників, що впливають на всі сфери господарювання підприємства. Це складний процес управління, спрямований на формування конкурентних переваг у сучасних нестабільних умовах на основі раціонального використання ресурсів, ефективного позиціонування власної продукції, забезпечення фінансової стійкості тощо. Формування нової парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства повинно враховувати формування нового стратегічного мислення, забезпечення ієрархічності і наскрізності управління, чинника часу, інноваційного процесу, урахування глобальної тенденції інтелектуалізації економіки тощо.

Список використаної літератури:

1. Халімон Т.М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія

: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10(2). С. 117–120.

2. Воронько-Невіднича Т.В., Василенко М.В., Лєщин Д.І. Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільного ринкового середовища. Економіка та управління підприємствами. 2018. Випуск 21. С. 251–254.

3. Піддубний І., Піддубна Л. Теорія конкурентоспроможності: сучасний стан і предметно-методологічні аспекти розвитку. Економіка України. 2007. № 8. С. 52–60.

Паулик Алла Ярославівна,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальності 051 «Економіка»
Мукачівський державний університет, аспірант

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ЯК ОДНА З ПЕРЕДУМОВ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ

Питання розвитку окремих регіонів є найбільш актуальним на сучасному етапі розвитку країни. Особлива увага приділяється формуванню та реалізації конкурентних переваг. Підприємницька діяльність виступає важливим джерелом конкурентних переваг. Суб'єкти підприємницької діяльності виступають основною рушійною силою економіки регіону. У 2020 році на території Закарпатської області функціонувало 49923 суб'єктів підприємництва, в тому числі 6655 підприємств та 43268 фізичних осіб-підприємців [1]. Підприємницькі структури виступають:

1. Основними роботодавцями, забезпечуючи зайнятість населення. Кількість зайнятих працівників становила 161727 осіб, з них 115858 найманих працівників.

2. Основними виробниками товарів та послуг. Так у 2020 році обсяг реалізованої продукції (товарів та послуг) становив 88201947,5 тис. грн., з них 27% припадає на фізичних осіб-підприємців.

3. Основним джерелом інноваційних ідей, що сприяє залученню інвестицій. Закарпатська область є інвестиційно привабливим регіоном. Згідно даних НБУ станом 31.03.2021 в економіку Закарпаття було залучено 269,6 млн. дол. США прямих іноземних інвестицій, а обсяг прямих інвестицій у розрахунку на одну особу становив 216,0 дол. США. [2].

Розвиток підприємництва залежить від підприємницького середовища, що сформувалося на певній території (регіон, держава). Аналізуючи економічну літературу можна дійти до висновку, що підприємницьке середовище це комплекс чинників та умов, що сформувалися на певній території та впливають на

можливості суб'єктів підприємництва здійснювати свою діяльність та реалізовувати свої функції.

Основними елементами підприємницького середовища є економічна свобода, доступ до основних видів ресурсів (трудових, фінансових, матеріальних, енергетичних) та елементів інфраструктури, ситуація в країні (економічна, демографічна, політична), роль держави в розвитку підприємництва, рівень розвитку ринкових відносин та ринкового середовища.

Для забезпечення належного розвитку підприємницького середовища необхідно реалізувати ряд кроків, а саме:

- посилення взаємодії між суб'єктами підприємницької діяльності, органами влади та місцевого самоврядування, об'єднаннями підприємців, міжнародними організаціями;
- підвищення ефективності реалізації державних програм розвитку малого та середнього бізнесу;
- посилення взаємодії органів влади на різних рівнях, щодо вирішення першопочаткових питань розвитку підприємництва;
- підвищення інвестиційної привабливості суб'єктів підприємницької діяльності;
- підвищення рівня розвитку інфраструктури, що забезпечує функціонування малого та середнього бізнесу;
- зміна податкової політики по відношенню до малого та середнього бізнесу;
- покращення доступу до економічних ресурсів.

Список використаної літератури:

1. Головне управління статистики в Закарпатській області http://www.uz.ukrstat.gov.ua/
2. https://carpathia.gov.ua/diyalnist/zovnishnoekonomichna-diyalnist-ta-investicii/investiciyi

Поневач Аттіла Іванович,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
Королович Оксана Омелянівна,
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівський державний університет.

ІННОВАЦІЙНІ ТИПИ ЗМІННОГО ТА ГНУЧКОГО ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Особливості функціонування торгових осередків єдині для всіх типів інноваційних моделей торгового підприємництва. Це зумовлено наявністю їх типової структури, яку умовно можна деталізувати за такими елементами:

1) наявність складів чи їх комплексів;

2) наявність підсобних приміщень;

3) наявність адміністративних та побутових приміщень;

4) наявність обладнання для торгового підприємництва.

Як постійні, так і тимчасові торгові осередки мають узагальнювати основні інфраструктурні елементи, що визначають їх особливості: орієнтування на забезпечення безперебійної роботи торгових платформ; орієнтування на продаж товарів; орієнтування на розвиток.

Не зважаючи на єдність особливостей функціонування та структури торгових осередків, інноваційні моделі торгового підприємництва різняться за особливостями використання торгової платформи за схемами дій підприємців з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну товарами та послугами та їх деталізацією.

Торгова платформа pop-up відрізняється наступними особливостями [2]:

1) короткостроковість існування пов'язана з існуванням від кількох днів до кількох тижнів;

2) гнучкість розміщення, що можлива шляхом розташування в місцях скупчення потенційних покупців;

3) можливість регулювання витрат на утримання шляхом мінімізації витрат на оренду, економії на торговельному обладнанні та на рекламі;

4) можливість торговельної платформи створити ажіотаж;

5) гібридний формат (як фестивалю з фудкортом, шоу, незвичайної вистави, вечірки з опцією з організації дозвілля);

6) орієнтація торговельної платформи на персоналізацію товарів.

Підприємництву за цією моделлю властива специфічна схема дій підприємців з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну, що є тимчасовою та містить: етап 1: зустріч покупців на майданчиках з високим трафіком; етап 1: створення ажіотажу і новизни; етап 3: короткострокова пропозиція товарів у межах концепту, який створює ажіотаж і новизну; етап 4: відпуск товарів та супутні до них операції; етап 5: вручення товарів, виконання послуг; етап 6: розрахункові операції.

Функціонування платформи Шоу-рум вирізняється за особливостями [1]:

1) варіативність існування торговельної платформи за термінами;

2) не змінність формату, функціональність;

3) вузька спеціалізація та широкий асортимент товарів такої категорії;

4) обмежений доступ;

5) орієнтація торговельної платформи на персоналізацію та кастомізацію.

Підприємництву за цією моделлю властива специфічна схема дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну, що є постійною та містить: етап 1: виявлення довгострокового попиту та зустріч покупців у межах торговельних платформ закритого/відкритого типів;етап 2: демонстрація ексклюзивних товарів, товарів вузького асортименту, пропозиція супутніх послуг; етап 3: оформлення та виконання замовлення (видача); етап 4: розрахункові операції.

Точки видачі / доставляння - це торгові платформи, що з'явилися досить давно. Ця торгова платформа вирізняється наступними особливостями:

1) варіативність існування торговельної платформи;

2) гнучкість розміщення торговельної платформи;

3) можливості регулювання витрат з утримання торговельної платформи;

4) омні-форматність торговельної платформи;

5) широкий асортимент товарів, послуг, їх персоналізація та кастомізація.

Поєднання особливостей використання торговельної платформи видачі / доставляння формулює можливість її використання для: генерування додаткового доходу для різних форматів торгівлі; генерування основного доходу для допоміжної діяльності з реалізації товарів.

Для моделі підприємництва за цією моделлю властива наявність 2-х опорних схем дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну точках видачі / доставляння.

Зокрема, якщо платформа забезпечує допоміжну діяльність реалізації товарів схема дій є типовою: етап 1: залучення покупців та постачальників до унікального ланцюга постачання; етап 2: прийняття та обробка замовлення; оформлення та виконання замовлення (видача); етап 3: розрахункові операції.

Якщо платформа діє як сервіс автоматизації торгівлі суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу схема дій може бути різною, однак у загальному вигляді є наступною: етап 1: виявлення довгострокового попиту; етап 2: залучення цільових покупців до торговельних платформ; етап 3: демонстрація товарів широкого асортименту, оформлення замовлення та їх передача у сервіс автоматизації торгівлі; етап 4: виконання замовлення.

Точки видачі / доставляння товарів постійно еволюціонують та формують нові формати.

Список використаної літератури:

1. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник / И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич; Т.Н. Парамонова .— Москва : ИТК "Дашков и К", 2014 .— 283 с.

2. Horatiu Boeriu. BMW opens largest showroom worldwide in Abu Dhab URL.: http://www.bmwblog.com/2012/02/21/bmw-opens-largest-showroom-worldwide-in-abu-dhabi/ (дата звернення: 17.08.2021).

Popovych Olesia Petrivna,
lecturer at the Department of Management,
Management of Economic Processes and Tourism of
Mukachevo State University
Kupriyenko Inna Viktorivna,
teacher of the Higher Vocational School №3 Mukachevo
Meshko Lilia Yuriyivna,
student, profession operator of information
processing and software of
Higher Vocational School №3 Mukachevo

INFORMATION SUPPORT AND ITS ROLE IN ENTERPRISE MANAGEMENT

The activities of any organization provide by using of modern information technology to increase efficiency of work. The production process significantly complicates the development of technology, but at the same time it accelerates the decision-making process. The greatest economic progress in the most developed countries has occurred in the transition from industrial to information society, such rapid development of information technology is manifested in the strengthening of information support in the economy and management, as well as in the constant diversification of the information sector.

All this indicates the relevance of the chosen research topic. [4] As the matter of fact there are scientific studies on the information support of enterprises in modern conditions, many works of Ukrainian and foreign scientists, in particular Butynets F.F., Kostyuk V.O., Kovalchuk M.I., Khrushch N.A., Chumachenko M.G., and others. However, new tools and information systems have new problems that have not been completely explored yet.

The studies show that information factor is the most noticeable, able to reduce risks and increase the efficiency of the enterprise and its production together with the factors of labor, land, and capital [1].

The purpose of information support of any organization is to obtain processed, generalized information based on the collected source data, that should be the basis for management decisions.

Information is used as a resource to perform official functions, as well as a means of official communication, as the latter is carried out in the process of transmitting various information. Therefore, information management tools are some information, data, designed in such a way as to ensure the convenience of decision-making in the field of target activities. The need for information of different subjects and management units is not the same and is determined, foremost, by the tasks that are solved in the management process by one or another subject, manager, other employees of the management staff. [1]

Information technologies that manage the information space of the enterprise is a system consisting of specially trained and experienced people, technical and technological bases. The information system is a broader concept and, primarily, a system of mutual interaction of man, machine, and network.

That is, on the one hand, a person - a user of the system, on the other hand - a set of information flows and hierarchies, a communication system for collecting, processing, and transmitting information about the object using information technology, and on the third hand - is the sum of methods and means of placement and organization of information. Information support is called to display information that characterizes the state of the object of management and is the base for decision-making [2].

All things considered it can be noted that, the information support includes a set of a single system of indicators:

- information flows;
- document management options;

- systems of information classification and coding;
- unified documentation system;
- different information arrays (files) that are stored in the machine and on machine media with different degrees of organization. [3]

Thus, the impact of information quality on the object and the subject of management, where the object is an increase in management efficiency, which directly depends on the completeness and timeliness obtaining of the information. Boosting the competitiveness of the organization is when information becomes a strategic resource, accelerating the response to changes in market conditions, and the subject, in turn, is timely delivered information to the contractor is one of the main conditions for successful performance and effective achievement of goals and increasing of responsibility for non-

compliance of the order in conditions of sufficient information.

Furthermore, the development of information technologies is mainly directed in the field of intellectual, knowledge-intensive problems. Data visualization, image processing, creation of virtual space allows a person to plunge into the imaginative environment of solving complex problems, to approach the goals at a qualitatively new level, to facilitate the preparation and adoption of the right management decisions.[4]

All things considered we are able to conclude that at this stage of providing the information is one of the most important functions of the analysis of the enterprise activities and its management as a whole. The information support of the activity influences to the final reporting and, accordingly, to the course of implementation of management decisions. Therefore, it is necessary to develop the information infrastructure of the enterprise, to seek the latest approaches to the integration of information technologies in the processes of production, analysis, and management. The most relevant is the wider using of data mining systems. With the development of new technologies, the search for the most rational application and effective implementation of information support in the enterprise encourages a deeper study of the problem and deserves for further research.

References

1. Butynets F.F. Management accounting: textbook 2nd ed., revised. and add. - Zhytomyr: Ruta, 2002. – P. 480.

2. Kovalchuk M.I. Economic analysis of agro-industrial enterprises: textbook Kyiv, KNEU, 2004, - P. 340.

3. Kostyuk V.O. Technical and economic analysis of municipal enterprises: textbook, Kharkiv, Kharkiv national acad. Of municipal economy, 2010. – P. 245.

4. Khrushch N.A. Strategies of the company: mechanisms of formation and adaptation in the modern investment environment: article / N.A. Khrushch // Finance of Ukraine. - 2008. - № 8.

Процишин Оксана Романівна,
к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту

Дрогобицького державного педагогічного
університету імені Івана Франка

КОНКУРС ПРОЄКТІВ МІСЦЕВИХ ІНІЦІАТИВ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНЦІЇ

Реформа децентралізації, що була започаткована у 2014 році, розширила повноваження органам місцевого самоврядування, зокрема дала змогу самостійно формувати стратегічні напрями розвитку, здійснюючи пошук ресурсів для їх реалізації. Відтак, територіальні громади, як суб'єкти ринкових відносин, за умов обмеженості ресурсів, у т.ч. фінансових,змушені враховувати конкуренцію щодо їх залучення для реалізації окреслених напрямів соціально-економічного розвитку.

Дослідження тенденцій розвитку конкуренції просторових систем доводить про посилення ролі держави щодо її підтримки та регулювання у різних форматах. Так, з метоюпідтримки територіальних громад та регулювання відносин суб'єктів господарювання на засадах здорової конкуренції, у 2011 р. бувзапущений Проєкт«Місцевий розвиток, орієнтований на громаду», який мав фінансову підтримку від Європейської Комісії у рамках програми технічної допомоги ЄС та співфінансувався і впроваджувався Програмою розвиткуООН в Україні [1]. На всіх етапах проєкту підтримувалися такі сфери як енергоефективність, охорона здоров'я, навколишнє середовище та вода, управління в сільській місцевості.

Протягом 2011–2015 років на Львівщині у рамках даної програми було реалізовано понад 500 місцевих ініціатив на суму 73 млн грн. [2].Проте не всі подані проєктибули підтримані, що свідчить про конкуренцію між ними за джерела фінансування, незважаючи на зростання частки схвалених за 2011–2015 рр. (табл.1).

Обрані та схвалені конкурсною радою мікропроєкти отримують допомогу у фінансуванні від обласного бюджету (50% від вартості проєкту) та від небюджетного інвестора (не менше 10% від вартості проєкту– кошти фізичних осіб, спонсорів).[4]. Такий розподіл часток фінансування проєктів демонструє узгоджену співпрацю стейкхолдерів (влади, бізнесу і громади) на умовах крос-секторного партнерства. За таких умов відносини між суб'єктами ринкових відносин набувають нової форми – коопетиції, яка базується на поєднання конкуренції і співпраці.

Таблиця 1

Динаміка розвитку програми «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» у Львівській області протягом 2011–2015 р.р.

	2011 рік			**2015 рік**		
Заявки	Подано	Підтримано	Питома вага підтри-маних, %	Подано	Підтриман о	Питома вага підтри-маних, %
	68	20	29,4	357	240	67,2
Джерела фінансування	Обл.бюд жет	Місцеві кошти	Питома вага	Обл. бюджет	Місцеві кошти	Питома вага місцевих

			місцевих коштів у фінансуванні проєкту,%			коштів у фінансуванні проєкту,%
Сума (тис грн)	750	1000	57,1%	16950	28100	63,8

Ефективний досвід реалізації програми фінансової допомоги територіальним громадам у реалізації проєктів соціально-економічного розвитку дав змогу ініціювати її продовження на регіональному рівні.Зокрема, на Львівщині була реалізована «Програма проведення обласного конкурсу мікропроєктів місцевого розвитку у 2016–2020» та діє аналогічна, запланована на 2020–2025 рр. Динаміку переможених у конкурсі мікропроєктів у Львівській області за 2016–2020 рр. представлено у табл. 2.[3], з якої бачимо тенденцію до зростання частки переможених мікропроєктів з числа зареєстрованих.

Таблиця 2.

Динаміка кількості мікропроєктів протягом 2016–2020 р.р.

Кількість проєктів	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Зареєстровані проєкти	1419	1300	2058	2130	2170
Переможці	691	620	1007	1136	1143
Відсоток проєктів-переможців	48,7%	47,7%	48,9%	53,3%	52,7%

Конкурс місцевих ініціатив – це не просто вільна конкуренція, це ефективний інструментїї розвитку. Завдяки проведенню конкурсу на конкурентних засадах реалізуються основні функції конкуренції:

– узгодження попиту та пропозиції, що сприяє збалансованості між потребами суспільства та виробництвом благ, формуванню ринкової ціни;

– підпорядкування індивідуальних інтересів господарюючих суб'єктів – суспільним;

– зниження витрат виробництва шляхом пошуку резервів та економії ресурсів;

– стимулювання впровадження інновацій та підвищення якості товарів і послуг та ін..

Отже, конкурс місцевих ініціатив, що здійснюється на принципах здорової конкуренції,сприяє її розвитку та обмеженню монополізму, і, як наслідок,дає можливість визначити більш суспільно значимі проєкти з високою суспільною корисністю та конкурентними перевагами, здійснити оптимальний розподіл ресурсів та забезпечення прозорості їх використання, підвищити мотивацію мешканців до активної участі у житті громади, а також зменшити вплив корупції та заполітизованості у прийнятті рішень.

Список використаної літератури:

1. Місцевий розвиток, орієнтовний на громаду. Фаза III. Річний звіт про виконану роботу. URL: http://cba.org.ua/reports/CBA_Annual_ProgressRe p ort 2016.pdf/

2. Обласний конкурс ініціатив громад: необхідність змін. Аналітична записка. URL: http://dialog.lviv.ua/wp-content/uploads/2016/10/Oblasniy-konkurs-initsiativ-gromad.pdf.

3. Переможці конкурсу мікропроєктів. URL:https://visualization.lvivoblrada.gov.ua/

4. Про затвердження програми проведення обласного конкурсумікропроєктів місцевого розвитку у Львівській області на 2020–2025 роки. URL: https://docs.google.com/document/d/188IkCHJZwUjzYo6lpnyBaQC_RzIGBo0ejdNb4nk6mg.

Рейс Тіберій Тіберійович,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
Мукачівський державний університет

ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО РЕГІОНІВ УКРАЇНИ: ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В УКРАЇНСЬКІЙ ЕКОНОМІЦІ

Однією з найактуальніших проблем соціально-економічного розвитку України є недосконаліть сучасної національної та регіональної політики, що ґрунтуватися на зміщенні фокусу розвитку з галузево-секторного підходу на інтегровану територію, оптимізації відносин між центрами та регіонами при врахуванні єврорегіональних тенденцій розвитку держави, яка проголосила стратегічною метою своєї зовнішньої політики інтеграцію до Європейського Союзу.

Важливу роль у створенні сприятливих умов для розвитку української економіки відіграють іноземні інвестиції, залучення яких дає змогу країні-реципієнту отримати ряд вигод. Серед них-поліпшення платіжного балансу; передача новітніх технологій та ноу-хау; всебічне використання ресурсів; розвиток експортного потенціалу та зменшення залежності від імпорту; реалізація соціально-економічних ефектів (збільшення працевлаштування, побудова соціальної інфраструктури тощо).

Вирішенням даної проблеми може бути транскордонне співробітництво областей і територіальних громад із регіонами та громадами сусідніх країн із залученням іноземних інвестицій у економіку держави.

Крім позитивного впливу, використання іноземного капіталу є джерелом потенційних загроз для країни, таких як видобуток сировини та забруднення навколишнього середовища, посилення залежності країни від іноземного капіталу, зниження конкурентоспроможності вітчизняних виробників та переведення капіталу за кордон.

Особливу увагу цим питанням приділяли зарубіжні вчені - П. Еберхардт, З. Горжеляк, Т. Лієвський, Р. Федан, Т. Коморницький, З. Макела, М. Рощевський, А. Стасяк, З. Зьоло та українці -П. Беленький, З. Бройде, В. Будкін, М. Долішній,

В. Євдокименко, Е. Кіш, М. Козоріз, М. Лендіель, Ю. Макогон, М. Мальський, А. Мельник, В. Мікловда, Н. Мікула, А. Мокій, В. Піла, С. Пирожков, С. Писаренко, В. Чужиков. Особливої актуальності набуває аналіз проблеми та огляд перспектив транскордонного співробітництва України із залученням інвестицій у контексті євроінтеграції України, оскільки це стане засобом підвищення конкурентоспроможності нашої країни.

Сучасна концепція транскордонного співробітництва у сфері регіонального розвитку, насамперед, полягає у переосмисленні національної адміністративно-територіальної структури, мешканців прикордонних територій, розвитку прикордонних територій та притаманних їм проблем тощо. Мешканці прикордонних територій часто опиняються у досить невигідному становищі, несучи всі обмежувальні навантаження, пов'язані з переміщенням людей, товарів, ідей та послуг. Крім того, оскільки вони розташовані на узбіччі країни, вони відчувають, що центральна влада традиційно ігнорує їх і стає заручниками відмінностей у регіональному розвитку. Ці сфери не мають коштів або можливостей самостійно вирішити проблему. В результаті багато областей стають депресивними та відсталими.

Для вирішення цих проблем на міжнародному рівні, з метою створення єдиної терпимої та процвітаючої Європи в 1980 році була прийнята Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво [1] між територіальними громадами або владою, спрямована на більше тісне співробітництво між прикордонними регіонами в сфері економіки, екології, науки, культури.

Відповідно до цієї конвенції "транскордонне співробітництво" визначається як будь-які спільні дії, спрямовані на посилення та поглиблення добросусідських відносин між територіальними общинами або властями, які знаходяться під юрисдикцією двох або декількох договірних сторін, та на укладання з цією метою будь-яких необхідних угод або досягнення домовленостей [6]. Розвиток такої форми міжнародного співробітництва здійснюється в межах транскордонних регіонів та характеризується відповідними етапами розвитку, принципами, функціями акторів транскордонного співробітництвами.

Формування транскордонних економічних проблем та розробка їх вирішення мають стати попереднім етапом будівництва єврозони. На цьому етапі має бути сформована основна мета створеної єврозони, а її реалізація вирішить транскордонні економічні проблеми, визначені на цьому ж етапі.. Якщо між ними є економічні проблеми, які неможливо вирішити в рамках існуючого транскордонного партнерства, то необхідно підняти питання про створення єврорегіону. Однак у процесі будівництва пострадянської єврозони ситуація змінилася. Майже у всіх створених єврозонах намір створити їх передував встановленню їх оперативних цілей, тобто пошуку спільних інтересів. Перший-це загальні сфери транскордонного співробітництва, такі як «розвиток економічних зв'язків», «підвищення рівня життя населення» і т.п.

Багато експертів особливо виділяють сильну залежність життєздатності єврорегіонів від джерел фінансування, як правило, зовнішніх [2, с.17]. Недостатня дієвість трансграничних утворень обумовлена відсутністю реального

фінансування, невизначеністю джерел фінансових ресурсів, форм і пріоритетів їхнього формування.

Стратегічні напрямки удосконалення регіональної політики України повинні передбачати розширення повноважень регіональних органів влади щодо ведення не лише зовнішньоекономічної діяльності, але й інших форм транскордонного співробітництва. Адже для підвищення ефективності діяльності єврорегіонів слід гармонізувати правові повноваження національних суб'єктів цього співробітництва, делегувати регіонам (областям) України правові та фінансові повноваження, релевантні до повноважень суб'єктів співробітництва у сусідніх країнах.

Список використаної літератури:

1. Європейська Рамкова Конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями. - Рада Європи. - Українська правнича фундація - 33 с.

2. Гудак В. Прикордонне співробітництво у Центральній Європі. Сучасний стан та суперечності // Будівництво нової Європи: прикордонне співробітництво у Центральній Європі / За ред. д-ра В. Гудака - Ужгород: Закарпаття, 2006. - С.10-23.

3. Бройде З.С. Утворення єврорегіональних структур // Монтаж+Технології. - 2005, № 5 - С.14-15

4. Буковецький М. Прикордонне співробітництво між країнами Центральної Європи // Будівництво нової Європи: прикордонне співробітництво у Центральній Європі / За ред. д-ра В. Гудака - Ужгород: Закарпаття, 2006. - С. 105-111.

5. Бусыгина И. М. Настоящее и будущее «Европы регионов» (проблемы европейского регионализма) // Мировая экономика и международные отношения. - №9. - 2005. - С.78-86.

6. Динис Г.Г. Органи місцевого самоврядування у здійсненні транскордонного співробітництва / Під ред. В. Яреми - Ужгород: Програма «Центр державного та місцевого управління», 2005. - С. 163-168.

7. Петренко З. Приграничные регионы как новая форма международной интеграции //Экономика Украины. - 1999. - № 12. - С. 66-73.

Реслер Марина Василівна,
д.е.н., професор, декан факультету
економіки, управління та інженерії,
Мукачівського державного університету

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

Ефективна реалізація інноваційного потенціалу прямо залежить від того, наскільки правильно обрана стратегія інноваційного розвитку на підприємстві. У зв'язку з цим стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства набуває особливого значення, орієнтуючи виробничу діяльність на запити споживачів, дозволяючи більш гнучко реагувати і здійснювати своєчасні зміни, досягати конкурентних переваг в довгостроковій перспективі.

Від стану інноваційного потенціалу підприємства залежить вибір тієї чи іншої стратегії розвитку організації. Інноваційна стратегія – це передбачення глобальних змін в економічній ситуації і пошук масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток організації. Інноваційна стратегія є одним із засобів досягнення цілей організації і характеризується новизною як для організації, так і для галузі, ринку, споживачів [1].

Залежно від мети і позицій на ринку виокремлюють такі види інноваційних стратегій: стратегія наступу, стратегія захисту, імітаційна, залежна, стратегія «за нагодою» (стратегія «ніші») [2, с.70].

Для постійного відновлення інноваційного потенціалу слід здійснювати безперервний моніторинг інноваційної діяльності як в межах підприємства, так і на рівні галузі, регіону, країни тощо. Моніторинг інноваційної діяльності - систематичний збір, обробка та аналіз інформації про перебіг інноваційних процесів, практичні наслідки заходів щодо стимулювання і регулювання інноваційної діяльності в країні (регіоні, галузі, на підприємстві), результати реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності. Обґрунтовуючи вибір інноваційної стратегії, керівники повинні враховувати її відповідність загальній стратегії розвитку організації, прийнятність її за рівнем ризику, готовність ринку до сприйняття новинки [1].

Розглядаючи розвиток підприємства як безперервний процес надбання і розширення його ресурсних можливостей, слід виділити той факт, що оскільки хід розвитку кожного підприємства строго індивідуальний, а отже, кожне підприємство володіє індивідуальним набором ресурсів, не можна не враховувати вплив, який здійснює існуючий ресурсний набір на вибір стратегії підприємства.

Стверджуючи, що важливим чинником вибору підприємством того чи іншого виду інноваційної стратегії повинно виступати ресурсне забезпечення в органічному поєднанні з цілями стратегії, взаємодія цих двох факторів має визначальний вплив на формування підприємством стратегії інноваційного розвитку, зазначаючи, що інноваційні цілі організації випливають з загальних стратегічних цілей, а ресурсний набір підприємства формує необхідний інноваційний потенціал.

Отже, можна стверджувати, що управління інноваційним розвитком підприємства не обмежується лише визначенням цілей інноваційної стратегії, а потребує оцінки можливостей фірми щодо їх реалізації. З цього випливає, що інноваційна ціль формує вектор розвитку, який повинен забезпечувати досягнення поставлених цілей, але кращі результати підприємство може отримати лише за умов відповідності його цілей наявному інноваційному потенціалу, через який відбувається розвиток організації.

Список використаної літератури:

1. Грінченко К. О. Фактори розвитку інноваційного підприємства [Електронний ресурс] / К. О. Грінченко. – Режим доступу: http://ev.nuos.edu.ua

2. Стратегічне планування інноваційного розвитку підприємства/ Д.Ю. Крамський, А.В. Рачинська// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. - Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 67’(1040) - С. 69-73.

Рибчук Анатолій Васильович,
д.е.н.професор кафедри економіки та менеджменту
Дрогобицький державний
педагогічний
університет імені Івана Франка

ЕВОЛЮЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ ПРОСТОРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Розвиток глобальної конкуренції привів до перестроювання і формування нових територіальних, адміністративних і просторових форм господарювання суб'єктів діяльності різних рівнів. Якщо розглядати просторову економіку поряд з традиційною регіональною, то більш інтегрованим науковим напрямком буде просторова економіка, до якої можна віднести регіони, регіональні системи, усі просторові форми господарства. Ряд авторів вважають, що «перший етап розвитку просторових досліджень був дуже тривалим і пов'язаний з до індустріальними економічними системами. Закладка цих систем сталася в період аграрної революції, яка пройшла приблизно десять тисяч років тому.

Перший етап розвитку просторової економіки вони називають «становленням економіки регіонів». У цьому періоді переважало «господарство збирання», що визначило початкову стадію економіки. На думку авторів, «відмінною рисою даного етапу є те, що «місце, час, кількість і якість пропонується природою». Поступово на деяких територіях починають формуватися економічні райони. За структурою районів видно, що домінували елементи, які властиві аграрній економіці. Взаємозв'язок між районами був несуттєвим і, як правило, обмежувався торгівлею товарами. Так само для даного етапу просторової економіки характерно існування ринку, який об'єднував міжнародну або торгівлю між містами. Якщо розглядати міжнародну торгівлю, то вона славилася своїми дуже рідкісними товарами (дорогоцінні метали, шовк, фарфор) і виступала як єднальна нитка окремих економічно самостійних частин планети, здатних бути самодостатніми. На цьому етапі переважали відкриті ринки (open market), які обслуговували обміни на рівні місцевого значення [2, с. 16].

Певні точки простору служили сприятливою підставою для конкретного виду діяльності, а сама економічна діяльність була тісно пов'язана з певними географічними координатами. Як така, економічна діяльність могла існувати як у формі натурального господарства, так і в формі товарного. Поєднання умов навколишнього середовища (вода, паливо, кліматичні умови) стало головним при

виборі економічними агентами конкретного місця для поселення і виробництва. Згодом цей фактор став одним з основних факторів розвитку економіки, націленої на збільшення маси і різноманітності потреб.

Варто підкреслити, що на даному етапі розвитку просторової економіки відстані ще не встигли зіграти вирішальну роль, слабким був поділ праці, був невеликий запас товарів, центри виробництва розташовувалися далеко від центрів споживання. Отже, маючи такі умови, ціна на товар визначалася не вартістю його перевезення, а рідкістю блага. Це і стало одним з факторів створення відповідних можливостей, щоб виробництво конкретних товарів і послуг відбувалося в певній місцевості. Основою для просторового розподілу праці стала розробка спеціалізації по виготовленню цих послуг [3, с. 181].

Економічний простір усередині державних кордонів було слабо сформований. Міжнародна торгівля базувалася на просторовій різниці умов праці і капіталу. Таким чином, стає зрозуміло, що етап дослідження просторових аспектів полягає у виявленні і розумінні особливостей конкретних проявів господарської діяльності в різних географічних регіонах. Можна сказати, що на першому етапі розвитку просторової економіки відбулося поява економіки регіонів. На другому етапі еволюції просторової економіки відбувається розширення сфери просторових досліджень, а також змінюється сам науково-дослідний об'єкт - регіон. У міру того, як відбувалося розширення масштабів економічної діяльності, вона все більшою мірою набувала форму взаємодіючих товарно-сировинних виробництв, які грунтувалися на обміні діяльністю і її результатами [1, с. 27].

Ринкова система поступово стала трансформуватися в основну форму економічного буття. З цього моменту почалося збільшення числа різного роду економічних систем, які сформувалися за сукупністю активних економічних агентів і взаємин між ними. На цьому етапі економічні регіони стають більш динамічними, з'являються райони з яскраво-вираженим промисловим центром. конкурентоспроможність регіону визначається діяльністю великих компаній. Необхідно підкреслити, що «розвиток економічних регіонів реалізувався завдяки просторовій неоднорідності в розподілі не тільки природних ресурсів і праці, але й капіталу.

Список використаної літератури:

1.Мазур А. Г. Просторові аспекти розвитку регіональних економічних систем / А. Г. Мазур, С. А. Мазур // Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Серія : економічні науки. – 2014. – №1 – С. 26–32.

2. Фащевський М. І. Методологічні засади територіальної організації господарства / М. І. Фащевський // Територіальна організація суспільства: розуміння категорії. Матеріали теоретико-методологічного семінару (Київ, Інститут географії НАН України, 4-11 березня 2010 р.) / наук. ред.: Г. П. Підгрушний. – 2010. – Вип. 1. – С. 15–18.

3. Денисов Ю. Регіональний дискурс: сутність, еволюція, сучасні уявлення, перспективи розвитку / Ю. Денисов, Л. Савельєв, Л. Шевчук // Регіональна економіка. – 2003. – №1. – С. 179–185.

Лизанець Анжела Гейзівна,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
та управління економічними процесами,
Скуба Анастасія Михайлівна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»,
спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗМІНИ ЯК ОБ'ЄКТ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах, коли суб'єкти господарювання перманентно функціонують у нестабільному середовищі, особливо гостро постає питання ефективного та своєчасного реагування на зміни у цьому середовищі шляхом використання сучасних підходів до управління ними. Зважаючи на постійну актуальність пристосування до збурювальних чинників шляхом здійснення організаційних змін, питання дослідження та визначення дієвості існуючих методів управління змінами на підприємствах залишається в полі зору багатьох теоретиків та практиків.

Результати аналізу опрацьованих літературних джерел свідчать, що єдності у визначенні терміну «організаційні зміни» немає, проте доцільно зауважити, що науковці виділяють два основних підходи до його трактування. Перший з них ґрунтується на тому, що зміни – це різні типи нововведень, які можуть вміло поєднуватись у різних напрямах (зміна цілей організації, структури, техніки, конструкцій виробів), можуть перешкоджати застою і забезпечувати ефективне використання всіх наявних ресурсів [1]. Другий підхід ґрунтується на тому, що організаційна зміна передбачає зміну насамперед структури організації. У зв'язку з цим зі зміною визначальних ситуаційних чинників, коли організаційна структура перестає адекватно реагувати на їх вплив, мають відбуватися і організаційні зміни.

Доречно зауважити, що перше тлумачення є більш загальним і пояснює організаційні зміни, як можливість перетворень усіх складових підприємства, а не лише його структури. Щодо другого підходу, то він, на нашу думку, є обмеженим, оскільки практика показує що організаційні зміни можуть стосуватись усіх елементів підприємства. Тому доцільніше розглядати організаційні зміни як реакцію будь-яких складових організації, а не лише її структури, на вплив визначальних ситуаційних чинників.

Узагальнюючи та систематизуючи існуючі визначення даного поняття, вважаємо, що організаційні зміни – це різні типи нововведень та перетворень, які

можуть вміло поєднуватись у різних напрямах (зміна цілей, стратегії, структури, технологічних процесів, товарної політики, напрямів операційної діяльності тощо), здатні перешкоджати рецесійним тенденціям і забезпечувати ефективне використання всіх ресурсів підприємства.

Організаційні зміни є диверсифікованими та можуть визначатись залежно від зовнішніх і внутрішніх чинників, які їх зумовлюють.

На основі аналізу різних теоретичних джерел вважаємо за доцільне виокремити такі напрями змін у чинниках внутрішнього середовища: зміни мети організації; зміни організаційної структури або структурні зміни, які стосуються системи розподілу повноважень і відповідальності в координаційних і інтеграційних процесах, а також розподілі на відділи та ступені централізації; зміни завдань; зміни технологій; зміни персоналу: модифікацію його можливостей, установок або поведінки; ресурсні зміни.

Що ж стосується організаційних змін у межах зовнішнього середовища, то їх можна поділити на:

- контрольовані (ті, що здійснюються з ініціативи організації): зміни споживачів; зміни постачальників; зміни інфраструктури залежної від підприємства тощо;

- неконтрольовані (ті, які формуються поза діями організації): зміни конкурентів; зміни законодавства; зміни міжнародних подій та міжнародного оточення; державні політичні обставини; соціально-культурні обставини тощо.

Залежно від глибини здійснення організаційні зміни можуть носити еволюційний або революційний характер.

В процесі здійснення організаційних змін завжди існують сили за та проти їх проведення. З метою сприяння змінам менеджер має провести так званий «аналіз поля сил» і скласти баланс сил, тобто чітко визначити фактори, що сприяють і заважають їх здійсненню. Серед факторів, які сприяють змінам, слід виділити: усвідомлення необхідності змін, організаційна криза, застарілість продукту (технології), зміни законів і інших регуляторів, зміни системи цінностей і норм поведінки у робітників, зниження продуктивності організації. Водночас стримують організаційні зміни бюрократична жорсткість організації, невдачі у проведенні попередніх перетворень, опір і побоювання змін, суперечливість цілей.

Ефективність управління змінами залежить від досконалості обраних методів. У теорії та практиці менеджменту існує цілий арсенал таких методів. Основні з них є реструктуризація, реорганізація, реінжиніринг бізнес-процесів, бенчмаркінг, управління за цілями, загальне управління якістю (TQM), організаційний дизайн та ін. [2]. Вибір найбільш прийнятних для даної ситуації залежить від ситуаційних чинників та мети організаційних змін, що впроваджуються у господарську діяльність підприємства.

При прийнятті рішення щодо вибору методів проведення змін керівникам чи власникам підприємства варто використовувати свої сильні сторони, враховувати особливості факторів впливу, вести постійну роботу щодо ефективного впровадження змін задля вдалого управління процесом.

Застосування такого підходу до управління змінами повинно забезпечити відновлення та досягнення стабільної ситуації та рівноваги у функціонуванні підприємства на тривалий період.

Список використаної літератури:

1. Боженко О.С. Організаційні зміни – основа розвитку підприємств. URL: http://www.rusnauka.com/2._SND_2007/ Economics/19367.doc.htm.

2. Воронков Д.К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти : монографія. Х. : ІНЖЕК, 2010. 340 с.

Торіна Валерія Іванівна,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,
Мукачівський державний університет

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ТЕОРІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Історичний процес розвитку людства, соціально-економічних систем пройшов тривалу еволюцію. Упродовж століть відбулися зміни, які сприяли і сприяють пошуку ефективних організаційно-економічних механізмів господарювання для задоволення потреб. Зокрема, з плином століть підприємництво системно утвердилося як організаційно-економічний механізм досягнення прогресу, забезпечення економічного добробуту, впровадження якісних змін у життя суспільства, а також чинник соціального розвитку.

Наукові підходи до характеристики теоретичних і практичних аспектів розвитку підприємництва надзвичайно багатопланові, відповідають чинним в історичному аспекті етапам становлення соціального, економічного, ринкового обміну тощо. Вважаємо, що теорія і практика розвитку підприємництва пройшла тривале еволюційне становлення через усвідомлення людством необхідності пошуку шляхів як найефективнішого задоволення потреб.

Людство завжди прагнуло і прагне до якісних змін, тому трансформації господарської практики, започаткованої й здійснюваної людиною, постійно сприяють виробленню економічних, організаційних, юридичних, соціальних характеристик підприємництва, усвідомленню безальтернативності його участі в економічному вирішенні соціальних проблем.

У розвитку підприємства та підприємництва можна виділити чотири етапи [2].

Перший етап: 1820–1870 рр. – розвиток розвинених тоді країн проходив в ситуації вільної конкуренції між підприємствами щодо збуту продукції. Основні напрямки підприємницької діяльності – ремісництво, виробництво верстатів та продукції.

Другий етап: 1871–1930 рр. – характеризується особливостями у формуванні підприємства як форми господарювання, що з’явилася в умовах

підвищення концентрації капіталу, утворення монополістичної структури економіки, придушення малих та середніх підприємств.

Третій етап: 1931–1975 рр. – характеризуються інтенсивним використанням результатів науки і техніки. Домінують галузі електротехніки, електроніки, інформатики, обчислювальної техніки. Виникає нова можливість і джерела для розвитку економік, підвищується рівень і значення підприємницької діяльності, виникає новий тип фірмової культури та зв'язків між суб'єктами підприємництва.

Четвертий етап: з 1976 р. характеризується з двох позицій: розвиток підприємництва в країнах, які в цій галузі мають традиції (розвинені ринкові економіки) та специфіку формування ринкового середовища в колишніх централізованих економіках. 4

Розкриття засад еволюції теорії підприємництва, виділяємо найбільш відповідні, упізнавані згідно з критеріями концептуальних основ цього явища (табл. 1.).

Таблиця 1.

Концепції теоретичних основ підприємництва [1]

Концепція	**Характеристики суті**	**Кваліфікація аспектів соціалізації підприємництва**
Новатора Шумпетера	Підприємництво – діяльність, спрямована на отримання прибутку, що досягається завдяки інноваціям	Інноваційність як чинник утвердження підприємництва та визнання його результатів на ринках і в соціумі
Кейнсіанська	Підприємництво як модель господарювання, здійснюваного поєднанням економіко-психологічних здібностей підприємця з раціональною діяльністю держави	Збалансування економічних інтересів – підприємців – і соціальних – суспільства за рахунок заходів державної політики регулювання
Фірми	Підприємництво як організаційно-економічні перетворення ресурсів, праці і капіталу в конкурентному середовищі для спрямування на ринок затребуваного товару	Організація внутріфірмових процесів і забезпечення ефективного просування товару на ринок
Підприємницького доходу	Діяльність, спрямована на ефективне здійснення ділових операцій – перевищення доходів над витратами	Ефективне здійснення ділових операцій

Еволюція концепції і науково-практичного визначення сутності підприємництва відбувається через втілення традицій функціонування економіки, утвердження організаційних механізмів господарювання на певному етапі розвитку людства. Тим самим, як було наголошено – в епоху меркантилізму

основу накопичення багатства і задоволення потреб забезпечувала міжнародна торгівля; фізіократи (Ф. Кене) вважали пріоритетом розвиток підприємництва в сільському господарстві; засновники марксизму (К. Маркс, Ф. Енгельс) розглядали підприємництво як непродуктивну модель господарювання; інституціоналісти (Т. Веблен , Д. Норт , Р. Коуз, О. Вільямсон) вважали підприємництво системою реалізації мотивів й задоволення інтересів в інституційній системі суспільства [1].

Дотепер наука про підприємництво актуально розвивається, забезпечує обґрунтування процесів найбільш продуктивного соціально-економічного поступу людства, що можливі завдяки ефективній роботі підприємця. Його головний інтерес, мотивації, укладаються в систему цінностей і цілей, які передбачають: новаторство заради отримання прибутку; формування іміджу прогресивності й суспільної цінності досягнутих результатів (виробничих, господарських, фінансово-економічних, соціальних тощо); стабільний розвиток підприємства як економічної одиниці; актуалізацію соціальної результативності як фактора суспільного визнання.

Список використаної літератури:

1. Дюк А.А. Еволюція теоретичних положень концепції соціального підприємництва. Науковий вісник Чернівецького університету. 2019. Вип. 809. С. 3-10.

2. Іванюта В. Ф. Сучасні теоретичні положення щодо розвитку підприємництва в Україні : Європейські орієнтири // Материали за 4-та международна научна практична конференция, [«Динамика исследования»], 16-31 июля 2008. – Т. 6 : Икономики. – София : «Бял.ГРАД-БГ» ООД, 2008. – С. 7–11.

Феєр Анастасія Євгенівна,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальності 051 «Економіка»,
Мукачівський державний університет

ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ГІРСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Дослідження гірських територій нашій країні мають давні традиції. Більшість досліджень мало галузевий характер з позицій окремих наук-дисциплін. Комплексного, інтегрального підходи до розвитку гірських територій, як цього вимагає наука про регіональний розвиток, досліджувався не в повній мірі. Кожна наука та дисципліна концентрувалися на певному предметі: гідрологи вивчали водні ресурси; геологи шукали корисні копалини; демографи займалися проблемами відтворення населення; біологи визначали видове біорізноманіття тощо. Але гірський район, його населення та навколишнє середовище як єдиний суб'єкт залишалися поза увагою дослідників та управлінців. У вітчизняній економічній науці питанням комплексного регіонального розвитку гірських

територій не приділялося достатньої уваги, і зараз існує явна прогалина як у теоретичних, так і в прикладних аспектах вивчення гірських територій [1-7].

На сьогодні гірська політика в Україні регламентується Законом України «Про статус гірських населених пунктів в Україні», прийнятим у 1995 р. яким передбачені критерії віднесення населених пунктів до категорії гірських: [8]

- розташування населеного пункту або частини його, на якій проживає більш як третина мешканців цього населеного пункту, на висоті 400 метрів і вище над рівнем моря на території, рельєф якої дуже розчленований байраками, водотоками тощо, та розміщення 50 і більше відсотків сільськогосподарських угідь у межах цього пункту на схилах крутизною 12 градусів і більше;
- якщо на одного жителя припадає менш як 0,25 гектара ріллі, або при її відсутності – менш як 0,60 гектара сільськогосподарських угідь;
- суворі кліматичні умови: холодна і довга зима (середня тривалість – не менше 115 днів, середньодобова температура повітря у січні не перевищує мінус 4 градуси за Цельсієм), прохолодне коротке літо (середня тривалість – не більше двох місяців, середньодобова температура у липні не перевищує 20 градусів за Цельсієм), велика кількість опадів (середньорічна сума опадів у рідкому і твердому стані – не менше 600 міліметрів), мають місце селеві явища, повені, вітровали, снігові намети, сейсмічність землі.

Станом на 01.01.2018 р. статусом гірських в Україні було наділено 714 населених пунктів (Івано-Франківська область – 240, Закарпатська – 215, Львівська – 195, Чернівецька – 64), у яких проживало близько 890 тис. мешканців. Аналіз наукових розробок дав змогу виділити основні проблеми розвитку економіки гірських територій.

Парадоксальною є ситуація, коли гірські території мають багаті і різнобічні ресурси, в той же час залишаються слабо розвинуті в економічному відношенні. Проблема полягає в тому, що поряд з традиційним веденням господарства необхідно впроваджувати нові технології і методи ведення землеробства, тваринництва, бджільництва. Інша проблема- розвиток переробної промисловості безпосередньо біля сировинної бази (тваринництва, садівництва, землеробства, побічної лісосировинної продукції, лікарських рослин тощо) безпосередньо в гірських населених пунктах.

При розробці моделей соціально-економічного розвитку гірських населених пунктів в кожній територіальній громаді необхідно враховувати, що кожен з них – це екологічна і етнокультурна індивідуальність, з притаманною економічною особливістю, що потребує від розробників науково-практичного підходу.

Список використаної літератури:

1. Кравців В. С., Жук П. В. Концептуальні засади розробки та реалізації державної програми сталого розвитку Українських Карпат. Економіка України. 2013. № 1. С. 4-11.

2. Пітюлич М. М. Гірські території Українських Карпат: сучасний стан та перспективи розвитку: монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України»; Ужгород: Гражда, 2015. 320 с.

3. Соціально-економічний розвиток малих сіл Закарпаття: проблеми трансформаційного періоду: колективна монографія / М.І. Пітюлич, В.В. Гоблик, Т.Д. Щербан та ін.; за заг. ред. д.е.н., проф. М.І. Пітюлича. – Мукачево: РВВ МДУ, 2020. – 148 с.

4. Малі міста Закарпаття: сучасний стан та перспективи розвитку: монографія/ В. В. Гоблик, Е. В. Маркова.– Мукачево: МДУ, 2021.– 142 с.

5. Концепція стійкого розвитку сільських територій Закарпатської області на 2021-2027 рр. / В. П. Мікловда, В. В. Гоблик, М. І. Пітюлич *та ін.+ // Научный вестник Ужгородского университета. Серия "Экономика" : сборник научных трудов. – Ужгород, 2019. – Вип. 2 (54). – С. 10-16.

6. Системний підхід до аналізу сутності міграційних процесів / М. І. Пітюлич, В. В. Гоблик // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»: збірник наукових праць / гол. ред. Т. В. Черничко. – Мукачево : МДУ, 2020. – Вип. 1(13). – С.45-50.

7. Місце та роль інноваційного підприємництва у формуванні організаційно-економічного потенціалу регіонального розвитку / В. В. Гоблик, Я. Ю. Агій, О. В. Данайканич // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія. «Економіка»: збірник наукових праць. – Ужгород, 2020. – Вип. 2 (56). – С. 62-69.

8. Про статус гірських населених пунктів в Україні: Закон України від 15.02.1995 р. № 56/95 – ВР/Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995. № 9, – 58 с.

Чизмар Іван Іванович,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальності 051 «Економіка»,
Мукачівський державний університет

МОДЕЛЬ ТЕХНІЧНОГО РОЗВИТКУ КІБЕРСПОРТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Технічний розвиток кіберспортивних організацій є пріоритетним, оскільки визначальний для систематичного отримання прибутку від специфічної бізнес-взаємодії, орієнтованої на віртуальний простір кіберспорту, що створюється у спеціалізованих комп’ютерних центрах, в яких проводяться кіберспортивні змагання різного рівня (тобто в кіберспортивних аренах).

Наразі значна частка розробників-видавців кіберспортивних ігор є власниками великих кіберспортивних арен. Також, на ринку кіберспорту представлені окремі власники великих арен для кіберспортивних подій. При цьому окреслені суб’єкти часто позиціонують себе як:

- організації, які спеціалізуються на проведенні подій за конкретними кіберспортивними дисциплінами;
- організації, які надають належне їм право підприємництва, пов'язаного з конкретною дисципліною кіберспорту, використовуючи бізнес-

модель його ведення та технічного розвитку (у більшості пропонуються франшизи кіберспортивного обладнання).

У останніх дослідженнях нами звертається увага на те, що кіберспортивні арени, в яких проводяться кіберспортивні змагання вищого рівня, є операторами (або суб'єктами з управління роботою) кіберспортивних франчайзингових мереж [1].

До таких операторів франчайзингових мереж наразі можна віднести:

- Blizzard Arena від Overwatch League;
- Spodek Arena від PTWP Event Center Sp. z o. o;
- Staples Centre від NA LCS тощо.

Франчайзингові мережі окреслених операторів кіберспортивних арен представлені:

- одноформатними спеціалізованими клубами з домашніми аренами;
- одноформатними базами з домашніми аренами для кіберспортсменів, що формують навчально-тренувальну базу по кіберспортивних дисциплінах.

Специфічним є те, що кожний з операторів формує стандартну модель технічного розвитку кіберспортивних організацій, що діють у межах франчайзингових мереж. Зокрема спільність формують наступні особливості:

1. стандартизоване обладнання арен-операторів. Це зумовлене тим, що можливість заробити на кіберспортивних дисциплінах мають ті арени-оператори, що залучають стандартизоване обладнання конкретного виробника. Найчастіше таке обладнання залучають за франшизою від виробника;
2. балансування технічного розвитку основної кіберспортивної арени з її франчайзинговою мережею. Таке балансування передбачає 2-і фази використання обладнання: фаза 1 - експлуатація обладнання ареною-оператором; фаза 2 - експлуатація обладнання у франчайзингової мережі. При цьому обладнання до закінчення терміну експлуатації не повертається у власність франчайзера, а передається до франчайзингової мережі.

Технічна розвиненість операторів кіберспортивних франчайзингових мереж, а також кіберспортивних клубів та тренувальних центів франчайзингових мереж визначається:

- якістю кіберспортивного обладнання;
- функціональністю кіберспортивного обладнання.

Кіберспортивне обладнання швидко зношується, фізично й морально старіє. Тому важливий момент передачі обладнання від арени учасникам мережі та момент заміни такого обладнання (після його експлуатації).

В процесі експлуатації обладнання основною ареною: знижується його продуктивність; зростають експлуатаційні витрати на поточний ремонт та оновлення. Тому в якості моменту передачі обладнання у франчайзингову мережу пропонуємо орієнтуватися на вихід арени за межі зон максимальних прибутків.

В процесі експлуатації обладнання у франчайзинговій мережі ситуація з продуктивністю та витратами аналогічна до тієї, що спостерігається при експлуатації обладнання основною ареною. Однак вихід кіберспортивної організації за межі зони максимальних прибутків означає, що:

- наступив момент заміни обладнання;

- наступив момент, коли подальша експлуатація обладнання дорожча, ніж заміна.

Особливістю моделі технічного розвитку кіберспортивних організацій є те, що потрібно чітко збалансувати технічний розвиток основної кіберспортивної арени з її франчайзинговою мережею. Для цього має бути використано розв'язання задачі оптимальної стратегії експлуатації та оновлення обладнання [2]. Основна ідея представленої моделі технічного розвитку кіберспортивних організацій полягає у створенні:

1) технічно розвинених кіберспортивних клубів з домашніми аренами;

2) технічно розвинених тренувальних центів для кіберспортивних команд;

3) технічно розвинених великих арен.

Список використаної літератури:

1. Chyzmar Ivan, Hoblyk Volodymyr. E-sports organizations with franchised networks: formalization of technological and economic development based on optimal operation and upgrade of the hardware. Economic Annals-XXI, 2021, Vol. 187, Issue 1-2, P. 146-162.

2. Zaidon Z., Wei W. & Honglei X. (2009). Hamilton–Jacobi–Bellman equations on time scales. Mathematical and Computer Modelling, 1, 2019 – 2028.

СЕКЦІЯ 4.
СУЧАСНІ ПІДХОДИ У ФОРМУВАННІ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАСАД

Бабинець Андріана Василівна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 073 «Менеджмент»,
Кручак Людмила Володимирівна,
к.е.н., асистент кафедри обліку, оподаткування та маркетингу
Мукачівського державного університету

ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Мінімізація витрат є важливим завданням для будь-якого підприємства. У складі сукупних витрат значну частину займають логістичні витрати. Загалом, на підприємствах вони складають 5 - 45 % залежно від обсягу продажів, виду бізнесу, географічного масштабу діяльності і співвідношення вагових та цінових характеристик матеріальних ресурсів і готової продукції [5].

Рівень логістичних витрат впливає на економічний стан підприємства і його конкурентоспроможність. Відповідно при їх зменшенні зростає прибуток підприємства та підвищуються його фінансові можливості.

Витрати на логістичну діяльність підприємств, зокрема шляхи їх зниження, досліджували такі вчені: Гончаров П.П., Єреміна О.А., Нікшич С.М., Колодка Я.В., Мойсеєва Н.К., Савенкова Т.І., Свіщов М.В. та ін.

Логістичні витрати – це витрати, пов’язані з рухом та зберіганням товарно-матеріальних цінностей від первинного джерела до кінцевого споживача.

Логістичні витрати слід розуміти як складову витрат операційної діяльності підприємств, пов’язаниз з вивченням ринку запасів, їх закупівлею, складуванням, зберіганням, відвантаженням і зовнішнім транспортуванням, у результаті чого відбулося зменшення активів або збільшення зобов’язань, що призвело до зменшення власного капіталу підприємства [4].

Виділяють наступні види логістичних витрат:

– постійні витрати, які не залежать від обсягів виробництва та збуту, тобто від інтенсивності матеріальних потоків (наприклад, витрати на оренду складських приміщень);

– змінні витрати, які залежать від інтенсивності матеріальних потоків, що контролюються підприємством (наприклад, витрати на закупівлю сировини, транспортні витрати тощо);

– загальні або валові витрати, як сума постійних і змінних;

– середні витрати – величина відповідних витрат на одиницю матеріального потоку;

– граничні витрати, які визначаються як приріст відповідних витрат – постійних, змінних, загальних та середніх, що виникає внаслідок збільшення матеріального потоку на одну одиницю [7, с. 33].

У розвинених країнах у структурі логістичних витрат витрати на управління запасами складають 20–40%, транспортні витрати становлять близько 15–35%, витрати на адміністративно-управлінські функції займають 9–14% [6].

Останнім часом обсяг логістичних витрат помітно зріс на такі комплексні логістичні функції, як: транспортування, обробка замовлень, інформаційно-комп'ютерна підтримка, логістичне адміністрування.

Для підприємства важливо проводити оцінку своїх витрат на логістику. Це дає змогу прослідкувати, як збільшення або зменшення логістичних витрат впливає на фінансові результати підприємства.

Наявність ефективної логістичної системи на підприємстві є однією з його конкурентних переваг. Якщо керівник знатиме, де виникають логістичні витрати, якого вони рівня і чому необґрунтовано зростають, він матиме можливість правильніше приймати рішення щодо застосовуваних виробничих та інформаційних технологій, знарядь і засобів праці, потужності використовуваної техніки тощо [3].

Для пошуку ефективних шляхів зниження логістичних витрат необхідно вміти правильно і стабільно підсумовувати їх у процесі руху товарів від виробника до споживача. Вчасно одержані достовірні дані про логістичні витрати дозволяють приймати правильні управлінські рішення.

Для зниження логістичних витрат підприємство може:

1. Виключити ті види діяльності, які не створюють додаткових цінностей.
2. Забезпечити контроль над загальними витратами.
3. Постійно займатися пошуком більш дешевих ресурсів.
4. Підвищити продуктивність праці працівників.
5. Оновити найбільш витратні ланки логістичного ланцюжка при здійсненні інвестицій в бізнес [1, с. 30].
6. Покращити взаємодію зі своїми постачальниками і споживачами в процесі постачання (координація діяльності підприємства і його партнерів в області своєчасної доставки продукції знижує рівень витрат на складські операції, управління запасами, зберігання і доставку готової продукції).
7. Використовувати прогресивні методи роботи для підвищення продуктивності праці працівників і ефективності діяльності функціональних підрозділів по виробництву та розподілу продукції [2, с 67].

Наведені рекомендації дозволять підприємству знизити логістичні витрати і підвищить ефективність його діяльності в цілому.

Отже, мінімізація логістичних витрат є дуже важливою для кожного підприємства. Якщо підприємство правильно структурує логістичні витрати та проводить їхній аналіз, воно легше може оцінити та оптимізувати витрати, пов'язані з закупкою та поставкою сировини, виробництвом та зберіганням запасів готової продукції на складах, і, як наслідок, забезпечити ефективність діяльності підприємства.

Список використаної літератури:

1. Гончаров П.П. Повышение конкурентоспособности предприятий за счет снижения логистических затрат / П.П. Гончаров, И.А. Федорова // Вестник удмуртского университета. – 2012. – Вып. 4. – С. 26-31.
2. Еремина Е.А. Пути снижения логистических издержек при распределении продукции / Е.А. Еремина // Альманах современной науки и образования. – 2008. – № 3 (10). – С. 66-67.
3. Логістичні витрати в аспекті ефективності системних формувань / Н. Р. Струк // Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія : Економічні науки. - 2015. - № 1. - С. 74-79. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzec_2015_1_12
4. Логістичні витрати та їх класифікація / З. Задорожний, А. Грицишин // Вісник Тернопільського національного економічного університету. - 2017. - Вип. 2. - С. 109-117. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2017_2_11.
5. Нікшич С.М. Теоретико-методичні засади оцінювання логістичних витрат підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/1046/1/26.pdf.
6. Смиричинський В. В. Логістичний менеджмент державних закупівель : моногр. / В. В. Смиричинський. – Тернопіль : Карт-Бланш, 2004.
7. Таньков К.М., Тридід О.М., Колодизєва Т.О. Виробнича логістика: Навч. пос. – Х.: Видавничий Дім “ІНЖЕК”, 2004. – С. 168.

Бора Наталія Юріївна,
ст. викладач кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу,
Мукачівського державного університету

MYSTERY SHOPPING (ТАЄМНИЙ ПОКУПЕЦЬ) ЯК ІНСТРУМЕНТ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ

Mystery shopping або таємний покупець на сьогодні являється одним із інструментів оцінки якості обслуговування клієнтів на ринку медичних послуг. Адже, даний ринок на сьогодні є висококонкурентним та досить концентрованим. Даному стану речей особливо сприяла медична реформа в Україні, котра повністю забезпечила однакові «правила гри» для всіх учасників ринку медичних послуг. Саме обставини, які вже склалися на ринку медичних послуг, певною мірою стимулювали й медичні установи комунальної форми власності до:

– підвищення сервісу та рівня якості обслуговування,
– підвищення якості медичної послуги
– створення нових та актуальних медичних продуктів,
– комунікабельності персоналу,
– формування довіри та лояльності пацієнтів.

Таким чином, підкресливши вищезазначене, медичні установи на ринку медичних послуг повинні фокусувати свої маркетингові зусилля на так званій

клієнто-центричності. Забезпечити дотримання даного процесу дозволить використання Mystery Shopping (таємний покупець). Це є не тільки методом контролю та перевірки, але і діагностичним та аналітичним методом що дозволяє зрозуміти стан сервісу та побачити і проаналізувати тенденції вдосконалення процесу комунікації з метою підвищення рівня задоволеності клієнтів.

Mystery Shopping використовується для збору даних процесу комунікації персоналу з клієнтом. Це дозволяє маркетологу визначити, яким чином проходить процес комунікації між пацієнтом (споживачем) та працівником. За допомогою залучення стороннього «агента», маркетолог оперативно отримує інформацію стосовно порушення стандартів обслуговування клієнтів, контролювати якість і підтримувати певний рівень обслуговування.

В сучасних умовах корона кризи, що наразі охопила абсолютно всі сфери економіки та була спричинена активним поширенням вірусу COVID 19 у всьому світі, велика частина медичних закладів, як приватної, так і муніципальної форми власності опинилися у складному та напруженому режимі. Адже сьогодні, ринок медичних послуг являє собою складну систему взаємовідносин між споживачем медичної послуги та її замовником. При чому, останній, може виступати як фізична особа (пацієнт, що самостійно сплачує медичній установи), так і держава, використовуючи нові механізми сплати медичної послуги через НСЗУ.

Наразі, суб'єктам ринку медичних послуг (медичним установам різних форм власності) необхідно шукати нові моделі розвитку; збільшувати обсяг власних конкурентних переваг, підвищуючи якість медичних послуг; підвищувати рівень обслуговування клієнтів та якості медичного сервісу; фокусуватись на пацієнт-орієнтованості (пацієнт орієнтований сервіс, приватність, індивідуальний підхід, відношення та увага до пацієнта, довіра, безпека, інноваційність, мобільність, базове бажання допомогти).

Оскільки медичний бізнес є клієнтським або сервісним, то в першу чергу необхідно проаналізувати потреби, нужди, смаки та уподобання потенційних клієнтів, вивчити за дослідити власну цільову аудиторію, шляхом використання такого маркетингового інструменту як маркетингові дослідження.

Mystery Shopping - це загальноприйнятий метод дослідження, що передбачає залучення таємних покупців, яким надаються рекомендації анонімно оцінити процес обслуговування клієнтів, а також виконання операційних стандартів, якість продукції, тобто все те, що бачить реальний клієнт і навіть більше. Mystery Shopping використовується для збору даних процесу комунікації персоналу медичного закладу з клієнтом (пацієнтом). Дана методика допомагає визначити та проаналізувати увесь процес комунікації з пацієнтом, починаючи від моменту спілкування та роботи рецепції, рівня комфорту приміщення та його чистоти, бажання допомогти та до моменту надання медико-санітарної допомоги лікарем.

Список використаної літератури:

1. Бобришева О. В. Ефективний розвиток та функціонування ринку медичних послуг в умовах глобалізації економіки та інтеграційних процесів в охороні здоров'я / О. В. Бобришева // Вісник Дніпропетровського університету. Серія "Економіка". – 2014. – Вип. 8–2. – С. 12–18.

2. Ільїна С.І. Яка різниця між Mystery Shopping та класичними маркетинговими дослідженнями // Журнал «Маркетинг в Україні» (Випуск №1-2), 2016.- с. 34-41.

Гаврилець Олеся Анатоліївна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 075 «Маркетинг»,
Гаврилець Олеся Василівна,
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівського державного університету

РОЛЬ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Важливою стратегічною ціллю розвитку Закарпатської області, в рамках Регіональної Стратегії розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 року є забезпечення охорони довкілля, екологічно збалансованого і раціонального природокористування та просторової гармонії через дотримання балансу розвитку промисловості та збереження унікальних природних ресурсів шляхом реалізації корпоративних, державних та міжнародних інвестиційних, інфраструктурних і транскордонних проектів, що здійснюють суттєвий вплив на підвищення конкурентоспроможності національної та регіональної економік та водночас гармонізують процеси реалізації завдань інвестиційного стимулювання та еко-сталого і туристично-рекреаційного розвитку територій регіону, спираються на сприйняття та підтримку населенням та громадськістю [1]. В даному контексті та з огляду на сучасні світові тенденції розвитку ринків, а також регіональні особливості соціально-економічного розвитку Закарпаття особливої актуальності набуває маркетингова концепція, яка відповідає принципам сталого розвитку і дозволяє гармонізувати інтереси товаровиробників, споживачів і суспільства у цілому, тобто забезпечити сталий еколого-соціально-економічний розвиток. У її руслі виникла концепція екологічного маркетингу, яка полягає в орієнтації виробництва і збуту на задоволення екологічно орієнтованих потреб і запитів споживачів, створення і стимулювання попиту на екологічні товари – економічно ефективні та екологічно безпечні у виробництві, споживанні й утилізації. Адже для формування добровільних екологічних ініціатив регіону, підприємств та організацій, розроблення концепції екологічно чистого виробництва, споживання продукції та утилізації відходів, необхідно модифікувати комплекс маркетингу та його інструменти з врахуванням екологічного чинника.

Так, Закарпатська область має цілий ряд територій, рекреаційний статус яких наразі не визначений відповідною процедурою оголошення такого статусу. Зокрема наявність природних ресурсів робить їх цікавими як з точки зору потенційних інвестицій, так і з точки зору захисту таких ресурсів від надмірного антропогенного впливу з метою запобігання або зменшення динаміки їх

використання і уможливлення в подальшому відновлення таких ресурсів. Для вирішення екологічних проблем області доцільним є впровадити концепцію екологічного маркетингу, основною метою якої повинно бути забезпечення високої якості та рівня життя нинішнього і майбутнього поколінь закарпатців через покращення якості і безпеки довкілля та просторової гармонії. Для досягнення поставленої мети важливим є вирішення комплексу завдань щодо екологізації Закарпатської області. Варто зазначити, що впровадження та реалізація концепції екологічного маркетингу регіону у значній мірі покладається на компетентність, готовність та бажання мешканців області сприяти змінам і покращенням. У зв'язку з цим окремим важливим завданням екологічного маркетингу регіону є формування екологічної свідомості у населення.

Список використаної літератури:

1. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на 2021-2027 року. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://carpathia.gov.ua/storage/app/sites/21/Economics/201001-1840p.pdf
2. Fuller D.A. Sustainable marketing: Managerial-ecological issues / D.A. Fuller. – London, 1999. – 395 p.

Гаврилець Олеся Василівна,
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівського державного університету

СОЦІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сфера туризму є одною з найрозвинутіших та соціально значущих сфер обслуговування населення у світі. Соціальна значущість туристичних послуг полягає у задоволенні потреб людини у відпочинку, подорожах, підтримці здоров'я, реабілітації тощо. Однак це невичерпний перелік складових туризму, особливим і незмінним його аспектом, як зазначає К. І. Задорожна, є виконання пізнавальних та виховних функцій, що сприяють розвитку толерантності, мультикультурності, розширенню світогляду та глобалізаційній інтеграції, завдяки чому відзначається соціальна значимість туризму, а саме його зростаюча роль в духовному і фізичному розвитку особистості та формуванні світоглядних орієнтирів рівня і якості життя [1].

Подібну ідею відстоює концепція соціально-етичного маркетингу, яка ставить перед підприємцями задачу виявлення нестатків і потреб цільових ринків та їх забезпечення за допомогою ефективніших, ніж у конкурентів, способів, з одночасним збереженням і зміцненням благополуччя споживачів й суспільства в цілому. Ця сучасна маркетингова концепція, що є поширеною в колі економічно-розвинених та соціально спрямованих країн, ставить перед підприємствами туристичної галузі певні умови, виконання яких засвідчує можливість її

використання. Серед них і впровадження соціально-економічних програм соціального розвитку регіону, а не лише власних інтересів, і наявність постійного контакту з споживачами, задля найкращого задоволення їх потреб, і відмова підприємства від створення такого туристичного продукту, що може зашкодити споживачу чи суспільству у цілому.

На сьогодні відповідна концепція туризму називається «соціальним туризмом» і у низці європейських країн з кожним роком набуває все більшої значущості.

Енциклопедичний словник-довідник з туризму тлумачить поняття соціального туризму, як загальнодоступні подорожі, екскурсії і відпочинок, що субсидуються із джерел позабюджетного фінансування та за рахунок коштів, що виділяються державою на соціальні потреби»[2].

В Україні соціальний туризм не отримав значного розвитку ні в категоріально-понятійному аспекті ні в практичному застосуванні. В Законі України «Про туризм» соціальний туризм не згадується, а в Стратегії розвитку туризму та курортів, затвердженій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.03.17 за № 168–р, за напрямом "Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України" передбачено ряд заходів, серед яких [3]:

-формування позитивного іміджу України як привабливої для туризму країни, що сприятиме збільшенню туристичних потоків до України, шляхом:

- розроблення та реалізації маркетингової стратегії просування національного туристичного продукту;

- маркетингового просування офіційного туристичного бренду України;

- створення та ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу "Відвідай Україну" ("Visit Ukraine") із представленням у єдиному форматі достовірної та актуальної інформації про туристичні можливості регіонів та міст України;

- розроблення, виготовлення та поширення в Україні та за кордоном друкованої продукції, яка пропагує туристичні можливості нашої держави;

- презентації туристичного потенціалу України на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах тощо.

При цьому позитивним в даній стратегії є той факт, що одною з цілей її реалізації щодо розвитку галузі вказано системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення, що вже дає надію на підтримку соціального туризму як на державному так і суспільному рівні. Хоча в Україні соціальний туризм не є розвиненим, однак перехід від орієнтації на елітарний туризм до зацікавленості в розвитку недорогих, масових видів туризму не тільки сприятиме розвитку соціальних контактів, реалізації демократичних прав людини на змістовний відпочинок, але й забезпечить збільшення туристичних потоків, що у свою чергу, позитивно позначиться на бюджеті району, міста, держави.

Список використаної літератури

1. Задорожна К.І. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. - 2016. - Вип.II(62). - С.17-27. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/zadorozhna.htm
2. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І.. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Передмова В.М. Литвина. – К: Видавничий Дім "Слово", 2006. - 372 с.
3. Стратегія розвитку туризму і курортів. Затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.03.17 р. - №168–р. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text

Гегедош Крістіан Володимирович,
PhD, менеджер зі збуту
Національна торговельна компанія ТОВ «АВ метал груп»

МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ У ТРАНСКОРДОННОМУ СПІВРОБІТНИЦТВІ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Внаслідок бурхливого розвитку інформаційних технологій, сьогодні формується економіка нового типу, а саме – цифрова економіка.

Цифрова економіка – це діяльність економічних учасників ринку (підприємств, установ, організацій, а також фізичних осіб), яка здійснюється на основі інформаційно-цифрового обміну за допомогою інструментів цифрового маркетингу, цифрової логістики та цифрових фінансів. Згідно сказаного, цифровий (інтерактивний) маркетинг – це програмна система, яка автоматично або частково за допомогою ручного керування ІТ менеджерами, проводить маркетингові дослідження на Інтернет платформах, з метою визначення інформації про потреби споживачів глобального ринку, що стали учасниками цифрової взаємодії, задля створення для них економічними суб'єктами максимально ціннісного продукту, який потенційно буде презентованим на цифрових платформах у форматі текстових, фото, відео, аудіо стилях. А за допомогою цифрових фінансів та логістики, – здійснюється он-лайн платіжка за куплений продукт у режимі реального часу, отримати який можна у он-лайн або оф-лайн форматах. Представимо графічно формування цифрової економічної підсистеми (рис.1).

Визначивши, що економічна політика Євросоюзу активно націлена на формування цифрової економіки в інтеграційному просторі міжнародних ринків (в т. ч. з Україною), доцільно розглянути маркетинговий інструментарій, який може бути використаний в інтерактивно-інформаційному транскордонному співробітництві.

Інтерактивно-інформаційне транскордонне співробітництво – це особлива форма транскордонних відносин, що утворюється за допомогою програмно-

методичного комплексу цифрової мережі прикордонних суб'єктів суміжних держав, формуючи транскордонну базу даних, через яку вибудовуються ділові відносини на різних рівнях горизонтальної та вертикальної взаємодії, з метою вирішення суспільно-економічних проблем транскордонних територій.

В контексті поданого визначення, доцільно представити сутність маркетингового інструментарію та його значення.

Інтерактивний транскордонний маркетинг як вид діяльності – це один з прикладних інструментів цифрової економічної інтеграції, в основі якого оптимізація інформаційного ТКС, через аналіз транскордонних платформ та потреб їх користувачів, у контексті побудови раціональної бази даних, що матиме відносну цінність у певних предметних областях для урегулювання ефективності ведення господарської діяльності на прикордонних територіях. Основним об'єктом у даній концепції є комплексне відображення у транскордонному віртуальному середовищі ціннісної інформації, яка призначена для прикордонних регіональних учасників, з метою прийняття ними – відносно правильного рішення щодо своєї діяльності на транскордонному ринку. Важливо зауважити, що в основі даної системи є непросто створити інформаційний ресурс загального значення, скільки відшліфувати з нього певні знання, які матимуть користь.

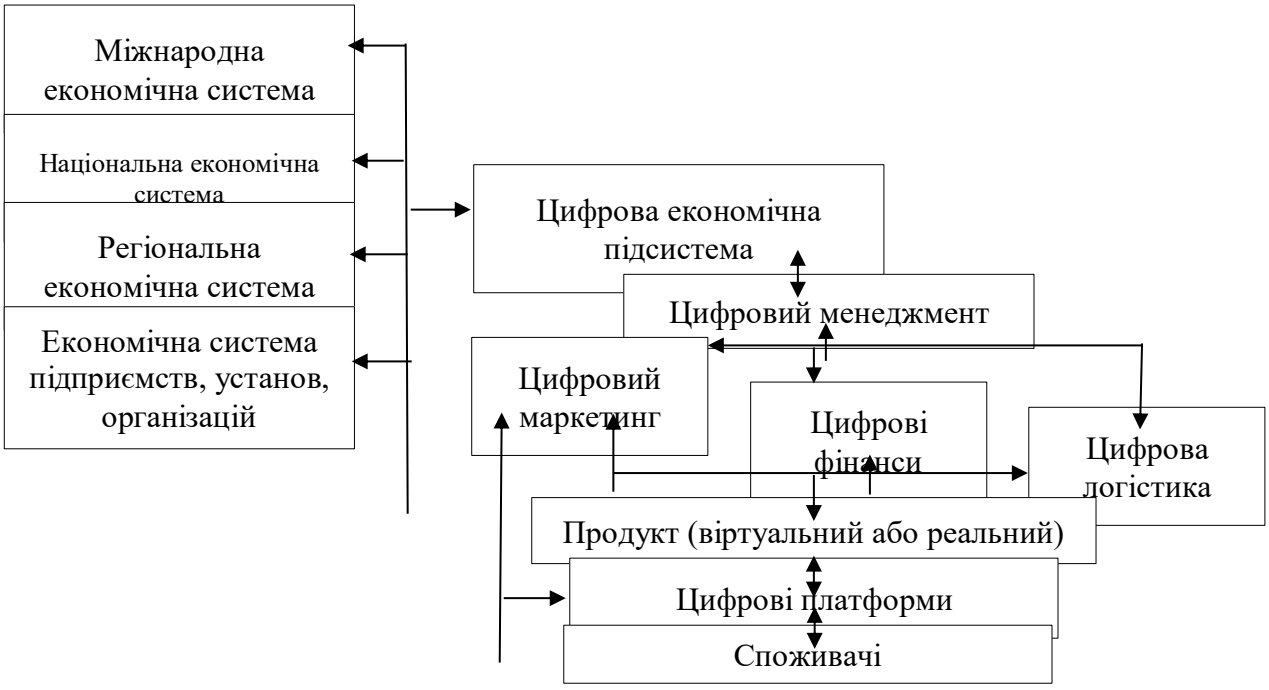


Рис. 1 Формування цифрової економічної підсистеми

Джерело: сформовано автором

Предметом дослідження інтерактивного транскордонного маркетингу повинні стати – теоретико-прикладні положення, в яких пропонуються найбільш оптимальні механізми інформаційного забезпечення ТКС в цифровій економічній підсистемі.

Для аналізу транскордонних платформ через параметри інтерактивного маркетингу в контексті оцінювання інформаційного забезпечення ТКС, необхідно врахувати наступні показники оцінювання:

1. Розрізняти контент платформи (**КП**) Інтернет маркетингу (до 50% ефективний) та інтерактивного маркетингу (51-100%). В першому випадку, клієнт здійснює пошук інформації на відповідному порталі самостійно, керуючись логікою та інструкцією інтерфейсу. В даному випадку, Інтернет маркетинг знайде своє відображення через наявні новини на веб-сайті, бази даних, аналітичні звіти тощо. А контент інтерактивного маркетингу, вважатиметься ширшою категорією, так, як окрім Інтернет маркетингу, тут також будуть представлені: послуги, якими клієнт даного порталу зможе скористуватися та замовити; відкритість взаємовідносин між самими клієнтами учасниками такої платформи: Інтернет конференції, форум, чат та ін..; взаємовідносини між адміністрацією сайту і клієнтами; пошук інформації за фільтрами сортування; можливість використання даного порталу через програмні додатки на телефонах.

2. Мовний (**М**) компонент сайту (на прикладі прикордонних територій двох країн): тільки для країни, де сайт є побудований (до 45% ефективності); для країн, для яких сайт є призначений (90%); для інших країн (переважно на мовах світового значення, зокрема англійській – 10%).

3. Інтерактивні блоки (**ІБ**) інформаційного забезпечення (насиченість заповнення ≈%).

4. Тематика сайту (**ТС**): якого напрямку інформація є присутня та для якої аудиторії призначена: органів влади та місцевого самоврядування (25%), неурядових організацій (25%), бізнесу (25%), представників освіти й науки (25%).

5. Чи є наявна на он-лайн платформі окрім фонової (**Ф**) інформації (не більше 20%) – цільова (**Ц**) (до 80%).

6. Чи є на сайті можливість поділитися інформацією в соціальних мережах (50%) та чи є інформаційна сторінка сайту в соціальних (**СМ**) мережах (50%).

7 Частота оновлення (**ЧО**) інформації: постійна (кожні 1-2 дні, 100%), систематична (1-2 рази на тиждень, 75%), рідше (1-2 рази на місяць, 40%).

Надати остаточну оцінку інформаційного ТКС за допомогою параметрів інтерактивного маркетингу, спробуємо на основі узагальненого показника:

$$\textbf{Оцінка інформаційного забезпечення ТКС (через параметри інтерактивного маркетингу)} = \frac{\textbf{КП + М + ІБ + ТС + ФЦ + СМ + ЧО}}{\textbf{n}}$$

(кількість параметрів)

Джерело: авторська розробка

Поданий маркетинговий інструментарій у транскордонному співробітництві в умовах формування цифрової економіки вказує на проблемні зони в побудові транскордонних порталів та загальну оцінку інформаційного забезпечення транскордонного співробітництва. Запропонована концепція по даній

проблематиці є однією з перших, тому її можна вважати первинною і з часом удосконалити.

Гегедош Крістіан Володмирович,
PhD, менеджер зі збуту
Національна торговельна компанія ТОВ «АВ метал груп»,
Чучка Іван Михайлович,
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту та маркетингу,
Мукачівський державний університет

МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ У КАРПАТСЬКОМУ ЄВРОРЕГІОНІ НА ОСНОВІ ТРАНСКОРДОННОГО МАРКЕТИНГУ

Економічна політика Європейського союзу (ЄС) в контексті активізації транскордонного співробітництва (ТКС) з Україною, спрямована на розвиток партнерської взаємодії учасників ринкової економіки у вирішенні проблем прикордонних територій. Одним з найбільш вдалих ринкових інструментів щодо активізації економічної діяльності – є комплексна система маркетингу. Щодо ТКС, то найбільш вдалою формою його організації є єврорегіони. Тому, досліджувати процеси активізації Карпатського Єврорегіону (КЄ), як центру міжнародного регіонального співробітництва Україна-ЄС, на основі маркетингу, є конче необхідно, своєчасно та актуально.

Перш, ніж розглядати процеси активізації Карпатського Єврорегіону на основі транскордонного маркетингу, необхідно зрозуміти, що взагалі являє собою дане поняття. Транскордонний маркетинг є синтезом понять «транскордонне співробітництво» та «регіональний маркетинг». А тому, транскордонний маркетинг – це один з прикладних інструментів економічної інтеграції, в основі якого оптимізація транскордонних відносин, за допомогою організаційно-економічного аналізу діяльності транскордонних органів публічної влади, з приводу формування ними механізмів, які здатні позитивно вплинути на розвиток транскордонної економіки через задоволення потреб їх регіональних учасників.

Раніше нами було розроблено інструментарій організаційно-економічного аналізу в транскордонному маркетингу, який апробовано на прикладі Міжрегіональної Асоціації «Карпатський Єврорегіон». Це надало підстави визначити ключові проблеми щодо активізації ТКС:

– відсутність політики формування мережевої співпраці публічного, приватного та неурядового секторів. Це поглиблює внутрішні непорозуміння між агентами ринку, що сприяє розвитку кризових явищ та неможливістю підвищувати ефективність господарювання на прикордонних територіях. Наразі учасники ринку здійснюють транскордонні відносини хаотично та не системно;

– діяльність здійснюється не з усіма країнами учасницями КЄ та рідко з всіма внутрішніми регіонами української національної частини. Для точної оцінки вказуємо відсоткове відношення: Львівська частина (де і знаходиться офіс

національного представництва) брала участь в усіх проєктах ТКС в КЄ, – тобто 100% ефективна діяльність; ефективна діяльність Закарпатської, Івано-Франківської та Чернівецької областей становить 45,1%, 41,9% та 9,6 % відповідно. Щодо країн-членів КЄ з європейської сторони, то тільки Польська частина є постійним партнером у співпраці з показником 61,2%. Угорщина, Словаччина та Румунія не приймають участі у взаємній єврорегіональній співпраці.

Наголошуємо, що Закарпатська область здійснює ТКС, але значна частина результатів не від діяльності КЄ. Проблема має суб'єктивні причини, вказуючи на неспроможність повноцінного функціонування даної структури;

– об'єм фінансово-інвестиційної діяльності в українську частину КЄ сягнув за 10 років пів мільярад гривень і спрямовується переважно тільки на вирішення точкових узагальнених проблем з ТКС. А розробка масштабних проектів – це трудомісткий процес, котрий потребує фахових знань та зусиль і не принесе миттєвої віддачі у формі зароблених на грантах коштів;

– відсутність внутрішніх виконавчих структур в КЄ;

– немає єдиної бази даних для п'яти країн відразу (втрачається сенс транскордонності). Портали національних частин КЄ не містять комплексних інформаційних даних (про переваги ТКС, можливих партнерів, ринків збуту, кон'юнктури та ін.) та однакових категорій для пошуку. Загальна оцінка інформаційного забезпечення ТКС в КЄ по національних частинах різниться, а саме: в Угорщині – 21%, Словаччині – 42%, Україні – 45%, Румунії – 50%, Польщі – 90%.

Пропонуємо модернізувати економічну політику в Міжрегіональній Асоціації «Карпатський Єврорегіон» через створення субєврорегіональні інституцій в кожній області (воєводству, повіту, краї) національних частин з наступними 4 дорадчими робочими групами:

1. Бізнес-структури – розвиватимуть транскордонну економіку шляхом розробки спільних інфраструктурних проєктів та компаній;
2. Громадські організації регіонального розвитку – займатимуться пошуком інвестиційних ресурсів під потреби розвитку місцевих громад для учасників транскордонного бізнесу й супроводжуватимуть їх у процесі написання, подачі та реалізації проектів;
3. Місцеві органи влади допомагатимуть у вирішенні проблемних питань попередніх двох елементів, завдяки: фінансуванню організаційних заходів; наданню податкових пільг чи кредитів; розробкою Інтернет сторінки з ТКС. Для належного управління ТКС, пропонуємо створити посади у всіх відділах (яких це можливо) – фахівець з транскордонного співробітництва. Це може бути спеціаліст з ТКС у відділі освіти, молоді та спорту; спеціаліст з ТКС у туризмі; спеціаліст з ТКС по торгівлі та інвестиціям; спеціаліст з ТКС по охороні здоров'я, тощо.
4. Інтерактивно-інформаційний транскордонний центр – консультативний орган, що повинен займатися збиранням, обробкою та узагальненням різностронніх даних з метою отримання релевантної та структурованої інформації для ситуаційної та стратегічної оцінки.

Враховуючи, що у більшості прикордонних учасників вже є налагоджена базова інформаційна система у вигляді сайтів, то пропонується активізувати транскордонний портал КЄ такими ключовими блоками:

1. Мовний компонент сайту (залежно від країн залучених до єврорегіону).
2. «Головна» (де відвідувач відразу може зрозуміти, що являє собою сайт, для чого призначений та чим і наскільки він буде корисним для нього).
3. «Аналітика транскордонного ринку», де вказані сторінки щодо:

– *Паспорт територій* – загальна соціально-економічна характеристика областей, районів, міст, сіл, стратегій їх розвитку.

– *Підприємницька діагностика* – загальна характеристика сфер економічної діяльності відповідних учасників бізнесу (з можливістю їхнього зворотнього зв'язку); інвестиційні проєкти для бізнесу з деталізованим змістом; інфраструктурні об'єкти для розвитку бізнесу; наявні грантові проєкти (чи субсидії) для бізнесу у певній сфері; тощо.

– *Громадський паспорт* – загальна характеристика організацій орієнтованих на регіональний та/або транскордонний розвиток з проєктними ініціативами; результати попередніх виконаних грантових проєктів відповідними організаціями; тощо.

– *Туризм* – загальна характеристика різновидів туризму на відповідних територіях КЄ (в тому числі – відповідальні заклади для отримання зацікавленого туристичного продукту, маршрути, пам'ятки архітектури, культурні та духовні заходи, тощо).

Побудована веб-структура транскордонного порталу може продовжуватися цифровими підрозділами через запити безпосередніх його користувачів. Тобто, здійснювати постійний моніторинг, аналіз, прогноз ринкової системи на територіях сусідніх країн – дозволить якісно на краще виявляти приховані закономірності щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності для бізнесу, потенційні можливості економічного зростання громад на транскордонних територіях, і віднайти найкращі напрями й механізми інтеграції України до ЄС.

Стосовно фінансових програм з ТКС, які надає ЄС Україні, виявлено, що Закарпатська область входить в усі програми фінансування. Це означає те, що даний регіон може стати центральним місцем з'єднувального комунікаційного майданчика в транскордонній співпраці з усіма країнам-членами Карпатського Єврорегіону.

Отже, модернізація економічної політики у Карпатському Єврорегіоні на основі транскордонного маркетингу, сприятиме створенню і налагодженню між зацікавленими учасниками ринкової соціально-економічної системи прикордонних територій взаємозалежного та ефективного механізму активізації транскордонного співробітництва в контексті поглиблення інтеграційних відносин України до ЄС.

Гладинець Аніта Юріївна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 075 «Маркетинг»,
Бора Наталія Юріївна,
ст. викладач кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет

СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ

Головною метою будь-якої компанії, фірми, підприємства є досягнення успіху. Для процвітання компанії має значення багато факторів: правильно вибрана стратегія, віддані компанії службовці, добре налагоджена система інформування, точне виконання програми маркетингу. Однак сьогоднішні компанії, що процвітають, на всіх рівнях мають одну спільну рису - вони максимально зорієнтовані на споживача і всю роботу будують на основі маркетингу. Всі ці компанії присвятили себе одній меті: розумінню і задоволенню потреб споживача на чітко відзначених цільових ринках. Вони спонукають кожного службовця своєї компанії створювати найвищу споживацьку цінність, забезпечуючи повне задоволення потреб клієнтів. Вони знають, що тільки такий підхід дозволить одержати бажану долю ринку і прибуток.

Маркетинг - це одержання прибутку із задоволення споживача. Створення споживацької цінності і задоволення клієнта - ось суть сьогоднішньої теорії і практики маркетингу.

Концепція комплексу маркетингу, яка активно розвивається від 4 до 7Р дозволяє сформувати таку цілісну систему, в якій можна конкретизувати кожну складову та зв’язки між ними [1]. Поглиблення розуміння маркетингу взаємодій та партнерських відносин формує концепцію маркетингу та менеджменту підприємства у площині взаємовідносин зі споживачами, партнерами, між підрозділами підприємства, в межах професійного кластера тощо.

На думку Пітера Друкера, «основна мета маркетингу – зробити зусилля збуту непотрібними. Його мета – таким чином зрозуміти та пізнати клієнта, що товар або послуга буде точно підходити останньому і продавати себе самі. Ф. Котлер акцентує увагу на те, що маркетинг – це вид людської діяльності, спрямована на задоволення потреб через обмін (тобто є взаємодія) [3]. Американська асоціація маркетингу вважає, що маркетинг – це процес планування та реалізації задуму, ціноутворення, просування та реалізації ідей, товарів, послуг через обмін, які задовольняють цілі окремих осіб та організацій [2].

Сучасні тенденції розвитку концепцій маркетингу орієнтуються на клієнта та його враження від придбання товару або послуги. Сформовані цикли розвитку товару або/і послуги з циклом розвитку потреб клієнта є основою для формування загальної маркетингової стратегії, яка деталізується низкою динамічних маркетингових заходів, процедур врахування зворотного зв'язку від споживачів, моніторингу конкурентів, аналізу повного комплексу маркетингу та його коригування. Маркетинг вражень дозволяє краще пізнати споживача та сформувати тактику продаж і подальшого супроводження.

Сучасна концепція маркетингу - це філософія бізнесу, котра сьогодні визначає всю стратегію і тактику підприємця в умовах ринкових відносин.

Підприємство повинно сформувати найбільш ефективну комбінацію з сучасних концепцій в залежності від особливостей товару та послуг. Така комбінація формується в залежності від стану ринку та тенденцій його розвитку. Якщо попит високий, маркетингові зусилля можуть бути мінімальними. Якщо конкуренція висока, то в залежності від рівня масовості товару, визначення цільових груп споживачів, формуємо загальну концепцію удосконалення виробництва та якості товару у відповідності до потреб споживача. Тобто баланс інтересів споживачів, виробників, країни і суспільства є основою комбінації концепцій маркетингу, адаптованих до специфіки діяльності підприємства.

Список використаної літератури:

1. Балдинюк А. Г. Менеджмент вражень як стратегічний напрямок розвитку організації та її бренду / А. Г. Балдинюк // Науковий вісник Херсонського державного університету. - 2014. - Вип. 6(2). – С. 88-90. – (Економічні науки).

2. Друкер П. Менеджмент / П. Друкер, Ф. Макьярелло, А. Джозеф. – Пер. с англ. – М . : И. Д. Вильямс, 2010. – 704 с . : ил.

3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экс пресс-курс / Ф. Котлер. – 2-е изд. – Пер. с англ. – Под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. - 464 с.

Горовенко Дмитро Віталійович,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»,
спеціальність 075 «Маркетинг»
Бора Наталія Юріївна,
ст. викладач кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу
Мукчівського державного уеіверситету

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ У З ПРИВОДУ ОЦІНКИ НОВИХ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ

Для здійснення успішної діяльності на ринку необхідна детально розроблена і добре продумана товарна політика. Справа в тому, що рішення про товар є найбільш важливими в рамках розробки та реалізації комплексу

маркетингу. Основне завдання товарної політики полягає у формуванні оптимального товарного асортименту медичного підприємства, розробці напрямів його удосконалення. У сучасних ринкових умовах споживачі диктують учасникам ринку правила гри, і в тому числі визначають ті продукти і послуги, які забезпечать компанії необхідний рівень конкурентоспроможності. Асортиментна політика є одним з найважливіших інструментів і складових маркетингу в боротьбі компанії з конкурентами.

Зважаючи на високий рівень конкуренції на ринку медичних послуг, медичні підприємства повинні досліджувати конкурентне середовище, проводити дослідження щодо вподобання та потреб споживачів, вичати тренди медичного ринку в напрямку інновацій та впровадження нових медичних продуктів. Нами розроблено методику дослідження асортименту медичного закладу з приводу оцінки нових товарів. В науковій літературі є ряд методів дослідження нових товарів, які ми пропонуємо здійснювати за допомогою наступних маркетингових інструментів.

1. Загальна характеристика внутрішнього та зовнішнього середовища ринку медичних послуг за допомогою SWOT–аналізу медичного закладу.

Застосовуваний для аналізу середовища метод SWOTє широко визнаним підходом, що дозволяє провести спільне вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища. Застосовуючи метод SWOT, вдається встановити лінії зв'язку між силою і слабкістю, що притаманні організації, і зовнішніми загрозами і можливостями. За допомогою даного методу можна визначити чи в змозі медичний заклад запроваджувати нові медичні продукти (послуги) на ринок.

2. Загальний аналіз асортименту медичних послуг медичного закладу за допомогою показників глибини, ширини, насиченості та рівня оновлення асортименту.

3. Маркетингове дослідження уподобань споживачів щодо запровадження нових медичних послуг за допомогою особистого опитування. Проте, в сучасних умовах корона кризи, що наразі охопила абсолютно всі сфери економіки та була спричинена активним поширенням вірусу COVID 19 у всьому світі, велика частина медичних закладів опинилися у складному становищі.

Через напружену епідеміологічну ситуацію та дотримання режиму карантину, медичні заклади проводять онлайн-опитування з використанням сучасних електронних форм опитування (google forms). За допомогою google forms маркетолог має можливість встановити контакт респондентами дистанційно, застосувавши цифрові інструменти. Ринок маркетингових досліджень зростає високими темпами щороку, але його структура та підходи у більшості своїй залишаються традиційними, витратними та недостатньо ефективними. Зібрана інформація повинна бути повною, актуальною та корисною для медичного підприємства. Тут особливу роль повинні відігравати маркетингові дослідження, щоб оптимально оцінити маркетингові ситуації за рахунок та забезпечення інформацією, з метою створення ефективної маркетингової програми медичної установи.

З метою збору, аналізу та отримання необхідної інформації, медичні установи проводять маркетингові дослідження у формі опитування. Даний метод проведення маркетингового дослідження - опитування пацієнтів, орієнтований на масових респондентів різної кваліфікації і компетенції. Основними етапами маркетингового дослідження, що проводять медичні заклади є:

– Формування опитувального листка (анкети), що включає запитання відкритого та закритого типу.

– Формування вибіркової сукупності та визначення розміру вибірки.

– Процес заповнення анкети в медичному закладі.

– Обробка результатів опитування та їх аналіз. В даному випадку обробка результатів опитування респондентів проводився самостійно.

– Аналіз даних (аналіз та систематизація зібраної із анкет інформації, включаючи введення даних в Excel файл, перевірка на предмет помилок; побудування діаграм, які відображають відповіді респондентів на питання; аналіз діаграм та підготовка висновку).

– На основі маркетингового дослідження, маркетолог медичного закладу розробляє рекомендації щодо оновлення асортименту та покращення маркетингової діяльності.

Отже, рішення про товар є найбільш важливими в рамках діяльності медичного підприємства. Оптимальний товарний асортимент є індивідуальним для кожного медичного підприємства і залежить від ринків збуту, попиту, виробничих, фінансових та інших ресурсів. Здебільшого він складається з виробів, що мають попит і успішно реалізуються на ринку. Визначення оптимального набору товарів здійснюється за допомогою таких методів, коефіцієнт оновлення виробів підприємства.

Список використаної літератури:

1. Білак Г. Г., Бора Н. Ю. Особливості розвитку ринку медичних послуг в Україні [Електронний ресурс] / Економіка та суспільство: електронне фахове видання Мукачівського державного університету, Випуск 10. - Мукачево, 2017.

2. Гапонова Е. О. Особливості формування ринку медичних послуг в Україні на сучасному етапі // Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2015. - с. 231- 239.

3. Яшкіна О.І. Маркетингові дослідження інновацій [електронний ресурс]: навч. посіб. / О.І. Яшкіна – О.: ОНПУ, 2018. – 102 с.

Дочинець Наталя Мирославівна,
к.е.н., доцент кафедри
кафедри мультимедійних технологій та веб-дизайну,
Закарпатської академії мистецтв
Кампо Георгіна Михайлівна,
к.е.н., доцент кафедри фінансів і банківської справи
Ужгородського національного університету

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Ринок галузі охорони здоров'я являє собою набір товарів і послуг, спрямованих на захист і відновлення здоров'я. З погляду маркетингу продуктом галузі охорони здоров'я виступає медична послуга, а система соціально-економічних відносин у сфері охорони здоров'я представляє ринок медичних послуг. В Законі України від 6 квітня 2017 р. № 2002-VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення законодавства з питань діяльності закладів охорони здоров'я» послуга з медичного обслуговування населення (медична послуга) — це послуга, що надається пацієнту закладом охорони здоров'я або фізичною особою — підприємцем, яка зареєстрована та одержала в установленому законом порядку ліцензію на провадження господарської діяльності з медичної практики та оплачується її замовником [1].

Введений з метою комерціалізації галузі термін «медична послуга» є основою взаємовідносин щодо надання медичної допомоги, урегульований цивільним договором на надання медичної послуги. Слід зауважити, що сучасний ринок медичних послуг є складним, багаторівневим, полі функціональним утворенням, формується спонтанно і хаотично, а в деяких регіонах доволі повільно в зв'язку з чим підвищується актуальність застосування комплексу маркетингу як найефективнішого засобу зміцнення позицій медичних установ і надання медичних послуг.

При цьому, основними причинами розвитку маркетингу в цій сфері є комерційна основа цих послуг, в зв'язку з чим перспективним на теренах нашої держави вважаємо використання маркетингових інструментів у сфері фінансового забезпечення галузі. На цей час основним джерелом поповнення бюджету галузі охорони здоров'я є держава. На прикладі Закарпатської області розрахунковий показник обсягів видатків на галузь охорони здоров'я області, доведений Міністерством фінансів України щорічно зростав: на 2014 рік – 1 194 540,6 тис. грн., що більше розрахункового показника 2013 року (106 946,8 тис. грн.) або на 9,8 %; на 2015 рік 1 266 248,2 тис. грн., що більше розрахункового показника 2014 року (71 707,6 тис. грн.) або на 6,0 %; на 2016 рік 1 356 866,6 тис. грн., що більше розрахункового показника 2015 року (90 618,4 тис. грн.) або на 7,1 %; на 2017 рік 1 712 195,9 тис. грн., що більше розрахункового показника 2016 року (355 329,3 тис. грн.) або на 26,2 %. на 2018 рік 1 751 759,6 тис. грн., що більше розрахункового показника 2017 року (39 563,7 тис. грн.) або на 2,3 % [2]. В області активно реалізовують проекти розбудови інфраструктури медицини на селі, триває процес реформування сфери охорони здоров'я, зокрема обласна рада розпочала перетворення закладів 2 і 3 рівня з метою встановлення прямих відносин із Національною службою здоров'я. Проте не активно розвиваються напрями недержавного медичного страхування. Однією з перешкод такого розвитку є недовіра населення до недержавних страхових фондів, мала поінформованість, недосконаліть страхових програм у реаліях Української медицини та менталітету населення тощо. Створення продукту «медичного страхування», його правильне позиціонування та гарантована реалізація можлива

шляхами здійснення маркетингових досліджень, соціальної реклами, direct- та client-маркетингу. Це дозволить залучити додаткові кошти на оплату медичної допомоги/послуг, а відповідно збільшити фінансування медичної галузі.

Подібні інструменти маркетингу можуть бути використані й в інших напрямках діяльності галузі. Креативний підхід дозволить постійно підтримувати увагу громадськості до проблематики охорони здоров'я.

Список використаної літератури:

1. Експертний погляд на систему охорони здоров'я: кадрова криза та недолугі управлінські рішення. Український медичний часопис. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://www.umj.com.ua/article/119853/ekspertnij-poglyad-na-sistemu-ohoroni-zdorov-ya-kadrova-kriza-ta-nedolugi-upravlinski-rishennya
2. Стратегія регіонального розвитку Закарпатської області на 2021-2017 роки. - Електронний ресурс. – Режим доступу: https://carpathia.gov.ua/storage/app/sites/21/Economics/201001-1840p.pdf

Зозуляк Марта Михайлівна,
ст. викладач кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Гладинець Аніта Юріївна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 075 «Маркетинг»
Мукачівського державного університету

ПСИХОЛОГІЯ МАРКЕТИНГУ

Споживання є найважливішою сферою ринкової економіки, оскільки саме воно визначає ринковий попит та обіг капіталу і товарів. Воно є обов'язковою і невід'ємною частиною конкурентних відносин. Виходячи з цього, сфери виробництва і торгівлі спрямовані на боротьбу за споживача. Головною характеристикою споживача в системі ринкових відносин є його вільний вибір потрібного товару чи послуги з метою максимального задоволення відповідних потреб. В сучасному маркетингу здійснюються дослідження вимог, мотивів вибору товарів, факторів, які впливають на вибір, сприйняття та оцінку товару, і всієї системи споживчого попиту. З метою ефективного впливу на споживача маркетологи застосовують різноманітні психологічні прийоми, що свідчить про тісний зв'язок між маркетингом та психологією.

Дослідження теорії споживчого попиту знайшли своє відображення у працях багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як Ф. Еджуорт, В. Парето, Дж.-Р. Хікс, П. Семюелсон, Дж. Б'юкенен, Є. Слуцький, С.М. Панчишин, П.І. Островерх, М.І. Крупка, В.Д. Базилевич, Г.І. Башнянин та інші.

Психологічні аспекти теорії маркетингу вивчали Ф. Котлер, С.С. Гаркавенко, М.В. Довбенко, М.В. Мальчик, А.Ф. Павленко, А.О. Старостіна, В.С. Федоренко, Б.В. Барчі та багато інших.

Серед передумов розвитку всієї теорії споживання науковці виділяють наступні: різні товари можуть задовольняти одну й ту саму потребу; кожен товар являє собою сукупність атрибутів чи властивостей; один і той самий товар може задовольнити різні потреби [1; 2; 3].

Застосування психології в маркетингу допомагає краще зрозуміти поведінку суб'єктів обміну. За Г.Р. Фоксоллом, на поведінку споживача впливають особисті фактори та фактори настрою, умови споживання, досвід споживача тощо [4].

Існуючі теорії та концепції дозволяють виділити такі напрями психології, з якими пов'язаний маркетинг:

- соціальна психологія;
- динамічна психологія;
- когнітивна психологія;
- фізіологічна психологія [4].

Тісний зв'язок між маркетингом і психологією зумовив виникнення нової галузі досліджень - маркетингової психології. Зокрема, психологи, які вивчають торговельні процеси, збирають певну інформацію про феномени купівельної поведінки. Така інформація пов'язана з раціональною оцінкою споживачем співвідношення ціни продажу і якості товару, що пояснює концепція, відповідно до якої споживачі часто думають, що високі ціни означають високу якість, а низькі ціни пропонованого товару - низьку його якість [5].

Більшість маркетингових прийомів (які ще називають тригерами) запозичені саме з психологічних досліджень. Тригер – це термін, що використовується для визначення певного явища чи предмета, який запускає подію або механізм [6]. Слово «тригер» у перекладі з англійської мови (trigger) означає «спусковий гачок». Дане поняття широко використовується у багатьох сферах життєдіяльності людини. Зокрема, в маркетингу тригер – це «спусковий гачок», який здатний викликати у споживачів потрібні емоції (радість, страх, здивування, злість тощо), під впливом яких споживач здійснює покупки. Найчастіше тригери представлені у вигляді певних слів або словосполучень у зверненні. Проте ними також можуть бути і елементи дизайну. Кожен з цих «гачків» спрямований на те, щоб змусити споживача придбати товар, провокуючи у нього страх не встигнути або бажання приєднатися до щасливих володарів товару [6].

Всі тригери можна розділити на групи, що ґрунтуються на певних принципах, основними з яких є наступні:

1) принцип підтвердження: щоб рекламне звернення належно вплинуло на цільову аудиторію, необхідно, щоб воно підтверджувало вже існуючу думку стосовно даного питання;

2) принцип якоря: застосовується під час акцій і знижок, коли вказується перекреслена стара ціна товару і поруч - нова, в кілька разів менша;

3) принцип впевненості: якщо реклама здатна переконати споживачів, що товар – це рішення нехай і не всіх, але деяких проблем, то велика ймовірність того, що вони його придбають;

4) принцип інновації: новинки завжди привертають увагу; кожен покупець захоче придбати новинку першим, при цьому мало хто буде замислюватися про реальну користь такого товару;

5) принцип результату: продавець описує теоретичну користь товару, але нічого не говорить про сам товар, і споживач починає оцінювати вже результат придбання, а не саме прийняття рішення про покупку [7].

З метою правильного використання тригерів у рекламних оголошеннях, потрібно добре знати свою цільову аудиторію. Для досягнення максимальної ефективності їх впливу, необхідно визначити, які емоції слід викликати у споживача, а тоді, відштовхуючись від цього, створювати власне рекламне звернення [8].

Отже, комплекс маркетингових комунікацій містить у собі технології, що дають змогу розв'язувати велику кількість завдань просування товарів шляхом застосування особливих форм взаємодії з потенційними споживачами, також багато в чому заснованих на законах психології. Маркетингові комунікації втягують клієнта в процес взаємодії з продавцем, забезпечують індивідуальний підхід до клієнта з урахуванням його психологічних особливостей, здійснюють посилення, а якщо необхідно, то й зміну мотивації, надаючи додаткові, часто безкоштовні послуги.

Список використаної літератури:

1. Мікроекономіка: Методичні поради та плани практичних занять для студентів економічного факультету / За ред. С.М. Панчишина і П. І. Островерха – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2021. – 104 с. Електронний ресурс. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/04/Mikroekonomika_red.pdf (дата звернення: 24.10.2021).

2. Оверченко В.І., Мажак З.М., Софій М.І. Мікроекономіка: Навчальний посібник / за наук. ред. О.Л. Ануфрієвої. – Івано - Франківськ, «Лілея НВ». – 2015. – 348 с. Електронний ресурс. URL: https://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/mikroekonom.pdf (дата звернення: 24.10.2021).

3. Варченко О.М. Особливості формування споживчого попиту на продовольчому ринку в умовах макроекономічної нестабільності / О. Варченко, І. Свиноус, К. Ткаченко // Економіст. - №10.- Жовтень – 2016. С. 4-9. Електронний ресурс. URL: http://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/1645/1/osoblyvosti_formuvannya.pdf (дата звернення: 24.10.2021).

4. Маркетинг: навчально – методичне видання / за заг. ред. М.В. Мальчик. – Національний університет водного господарства та природокористування. Електронний ресурс. URL: http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf (дата звернення: 25.10.2021).

5. Покатаєва О.В. Вплив споживчого попиту на розвиток інноваційних форм торговельно - економічних відносин в Україні / О.В. Покатаєва, О.І. Трохимець // Інвестиції: практика та досвід № 13/2013. С. 27-31. Електронний

ресурс. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/13_2013/8.pdf (дата звернення: 25.10.2021).

6. Психологія споживання у сучасному маркетингу. Електронний ресурс. URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/psychology/10117/ (дата звернення: 26.10.2021).

7. Маркетинг і психологія: перетворюємо знання в тригери. Електронний ресурс. URL: https://mgn.com.ua/marketing-psihologija-prevrashhaem-znanija-v-triggery/ (дата звернення: 26.10.2021).

8. Психологія маркетингу та реклами. Електронний ресурс. URL: https://www.hneu.edu.ua/vybirkova-skladova-osvitno-profesijnyh-program/mag-majnor/psyhologiya-marketyngu-ta-reklamy (дата звернення: 26.10.2021).

Кручак Людмила Володимирівна,
к.е.н., асистент кафедри
обліку, оподаткування та маркетингу
Турок Яна Михайлівна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет

ЛОГІСТИЧНІ СИСТЕМИ І ЇХ РОЛЬ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Розвиток економіки країни вимагає розвитку логістики та логістичних систем як основи прискорення в просуванні матеріальних потоків, інформаційних потоків і потоків фінансів.

Прогресивний розвиток економіки нашої країни в найближче майбутнє без розвитку логістичної системи і структури неможливо. Загальносвітові тенденції глобального світового економічного розвитку свідчать, що формування ринків потреб призводить не тільки до розвитку ринку виробників. Наслідком цього процесу, під впливом ряду причин і факторів, відбувається розвиток логістики і логістичних систем в цілому.

Питання розвитку логістичної системи та їх роль в сучасній економіці достатньо широко розглянуті у зарубіжній та вітчизняній літературі. Зокрема, ця проблематика висвітлювалася в роботах Гладкова О. В., Колодізєва Т.О., Нестеренко Р. В., Савенко І. І., Валькова Н. В.

Найважливішими причинами і визначальними факторами з них стали:

– демографічний вибух, який збільшив населення планети за минулі 50 років більш ніж в два рази;

– бурхливе зростання промислового виробництва, сплески і спади кризових явищ; прискорення технічного прогресу і поширення нових наукоємних та інформаційних технологій;

– комп'ютерна інтелектуалізація управління виробничими процесами і інфраструктурними системами, диверсифікація виробництва і бізнесу;

– зростання рівня життя на користь нових суб'єктів економічного розвитку, з числа регіонів, що розвиваються в країні і в світі.

І. Савенко вважає, що логістика – це науково-практичний напрям господарювання, сутність якого полягає в забезпеченні логістичних систем необхідними ресурсами за умов оптимізації витрат процесу переміщення ресурсних потоків у межах означених систем [ст. 44, 5].

Узагальнюючи вищесказане, можна запропонувати більш коротке визначення логістики. Разом з тим, узагальнюючи позиції різних логістичних шкіл, вчених, наукових напрямків і з урахуванням сучасних тенденцій в області розвитку економіки, слід дати визначення логістики с позиції бізнесу.

Логістика − це процес інтегрованого управління потоками товарно-матеріальних цінностей і пов'язаних з ними потоками інформації, фінансів і послуг, що сприяє досягненню корпоративних цілей організації з оптимальними витратами ресурсів

Актуальність логістики в Україні полягає в тому, що величезні простори розділяють виробників і потенційних споживачів один від одного. Стан транспортної інфраструктури і розвиток транспорту є стримуючими факторами в національному макроекономічному масштабі.

Метою функціонування логістичної системи є доставка товарів та виробів в задане місце, в потрібній кількості та асортименті в максимально можливому ступені підготовлених до виробничого або особистого споживання при заданому рівні витрат [ст. 147, 1].

Основними чинниками, що зумовлюють появу і розвиток логістики в економіці України є: економічні, інформаційні, організаційно-економічні, технічні та специфічні, пов’язані з регулювання господарських процесів.

Відповідно до економічного чинника то критерій економічної ефективності стали трактувати як мінімум сумарних витрат на транспортування, матеріально-технічне забезпечення і власне виробництво. Також витрат обігу як для збільшення прибутку підприємств, так і для найбільш повного задоволення інтересів споживачів, надання йому комплексних послуг.

Інформаційний фактор в якому ринкова економіка сприяє розвитку інформаційних зв'язків, які є причиною і наслідком ринкових відносин. Інформатика найбільш тісно пов'язує ринок і логістику, оскільки її предметом, засобом і складової логістичних процесів є інформаційні потоків.

Організаційно-економічний фактор. Одночасно із структурними змінами що відбуваються в українській економіці посиленням її приватного сектору відбувається автоматизація та інформатизація управління нових структурних утворень, децентралізація управління, отримують розвиток процеси диверсифікації та інтеграції господарської діяльності. В перехідній економіці, яка передбачає наявність різних форм власності, все більше проявляють себе інтеграційні форми управління і тенденції до координації, які особливо характерні для процесів взаємодії підприємств-виробників, споживачів, посередників, складської структури, транспорту і транспортної інфраструктури на основі логістичних принципів і підходів [ст. 55, 2].

Найважливішу роль у створення об’єктивних можливостей для розвитку логістики відіграв технічний фактор, в якій логістика будучи системою

управління, об'єднує суб'єкти управління та складові об'єкти, розвивається на основі сучасних технічних рішень і досягнень в транспортної та складської логістики.

Автоматична система контролю чітко стежить за такими показниками процесів, як наявність напівфабрикатів і випуск готової продукції, стан виробничих запасів, обсяг поставок матеріалів та комплектуючих деталей, ступінь виконання замовлень, місце знаходження вантажів на шляху від виробника до споживача. За допомогою «комп'ютерної логістики» протягом усього ланцюга обслуговування здійснюється аналіз діяльності фірми і дається оцінка її положення в порівнянні з конкурентами.

Специфічний фактор. Найбільшу актуальність логістика в Україні набуває з огляду на необхідність державної підтримки процесів просування товарів. Застосування державного управління в просуванні і регулювання логістичних процесів. Підтримка може бути застосована і ефективна не тільки на рівні мікроекономіки підприємств і організацій - безпосередніх учасників процесу руху товарів, але і на рівнях регіональних економік і економіки федерального значення.

Активний інтерес, який проявляється до логістики в Україні, пояснюється вражаючими результатами, які були отримані завдяки застосуванню логістичного підходу в економіці промислово розвинених країн. У більшості зарубіжних країн активний розвиток логістики призвело до появи логістичних систем. Бурхливе зростання логістичних систем привів до того, що вони переступили межі однієї держави. На сьогоднішній день розвиваються міждержавні і транснаціональні макрологістичні системи, покликані полегшити переміщення через кордони інформації, товарів, капіталу і людей [ст. 112, 3].

Причини зростання інтересу до логістики і логістичних систем обумовлені потребами розвитку бізнесу і національної економіки України. Спочатку зусилля підприємств у виробництві продукції направлялися, в основному, на зниження собівартості продукції. В даний час пропозиція починає перевищувати попит, тому підприємці та бізнесмени все більше починають визнавати важливість застосування в діяльності логістичних принципів і підходів.

У сучасному світі відбувається стрімке зростання виробництва, розширення номенклатури товарів, вироблених різними підприємствами, а також розширення мереж торгівлі (оптової і роздрібної), вдосконалення даної системи, створення складів, що, в свою чергу, впливає на зростання товарообігу підприємства. Все це підвищує роль логістики в управлінні підприємством.

Більш того, в даний час не можна уявити будь-яке торгове або виробниче підприємство, яке не займається вирішенням завдань логістики. Так, логістика в діяльності підприємства дозволяє оптимізувати товарні, фінансові та інформаційні потоки на підприємстві.

Застосування логістичних систем в управлінні підприємством є ефективний спосіб скорочення кількості витрат на транспортні витрати і складське зберігання, а також дозволяє забезпечити високу ступінь конкурентоспроможності будь-якого підприємства. Транспортні принципи активно використовуються в процесі функціонування зарубіжних підприємств і бізнес-структур. Однак, в умовах

сучасного українського простору розвитку виробництва, в умовах високої конкуренції, складністю і швидкістю економічних процесів, існує необхідність проведення аналізу та переосмислення принципів функціонування підприємств.

Актуальним способом вирішення цієї проблеми може стати використання концепцій логістики на підприємствах. Застосування логістичної концепції дозволяє забезпечити високу ступінь конкурентоспроможності товарів і послуг, вироблених підприємством. При цьому, ефективність діяльності підприємства, яке застосовує принципи логістики у виробничому циклі, може досягатися за рахунок зниження собівартості продукції, підвищення її надійності і якості поставок. Вірна організація принципів логістики може також принести організації наступні переваги: збільшення ефективності виробництва продукції, скорочення витрат на трудову діяльність і на втрати робочого часу, а також підвищення рентабельності виробничого циклу підприємства. Однак, важливо зазначити, що невірна організація логістичної систему управління підприємства може привести до ряду істотних втрат. Так, до наслідків неправильно організованої системи логістики підприємства відносяться: зниження якості обслуговування клієнтів і споживачів продукції, збільшення витрат на експлуатацію виробничого обладнання, неефективне функціонування матеріальних потоків на підприємстві і багато іншого.

В умовах української економічної системи, досить рідкісною є практика логістичних систем організації збуту продукції, яка стосується раціонального перерозподілу товарних і матеріальних потоків, а також організації ефективних схем доставки матеріалів і ресурсів виробництва, створення центрів розподілу.

Зростання масштабів застосування логістики в економічній діяльності господарюючих суб'єктів пояснюється прагненням досягнення конкурентних переваг у виробництві − через раціональне використання наявних потужностей, скорочення запасів оборотних коштів, кооперацію, диверсифікацію, оптимізацію планування і т. д. Завдяки прогресивної стратегії побудови каналів поставок і розподілу, застосування мережевих стратегій у вдосконаленні торговельного обслуговування, скорочення інтервалів часу від придбання сировини і матеріалів до реалізації готової продукції кінцевим споживачам або посередникам.

Перебуваючи в складі економічної системи вищого порядку, підприємства, що виробляють продукцію, не можуть обійтися без взаємодії з іншими міжнародними організаціями, складовими інфраструктуру ринку. Саме економічні та організаційні зв'язку підприємств-виробників товарів і послуг дають можливість здійснити обмінні процеси і довести виготовлену продукцію до споживача. Логістика виступає необхідною складовою цих процесів. Економічний простір логістики корелює з поняттям логістична система, яка об'єднує уявлення про ефективну інтеграцію логістичної діяльності в рамках ланцюгів поставок.

Для України, не дивлячись на складнощі, створені зовнішньополітичними чинниками, зберігається внутрішня політична і соціально-економічна стабільність, йде процес формування і розвитку логістичних виробничих, торгових, транспортних та інформаційних систем. Це має першорядне значення, так як дозволяє підняти на більш високий технологічний рівень економіку країни

в цілому, прискорити інтеграцію в світовий економічний та інформаційний простір, створити привабливий образ (імідж) держави зі стабільною економікою.

Таким чином, в сучасних умовах логістика і логістичні системи стають важливими елементами потенціалу розвитку ринкової економіки нашої країни, важливим виробничим сегментом економіки. Розвиток логістики насамперед обумовлено прагненням до скорочення часових та грошових витрат, пов'язаних з рухом товарів. Логістика все більш виразно вимальовує свою специфічну роль енергійного локомотива, який приводить в рух транспортний конвеєр поставки послуг, перевезення вантажів, організації потоків при виробництві продукції тим самим забезпечує рух вперед до досягнення цілей підвищення добробуту всіх громадяни України, національної та економічної незалежності нашої Батьківщини.

Список використаної літератури:

1. Валькова Н. В. Логістичні системи: визначення, класифікація та роль на різних рівнях управління / Н. В. Валькова // Молодий вчений. − 2015. − № 2(1). − С. 146-150. − Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_2%281%29__36

2. Гладкова О. В. Роль логістичних систем в ефективному функціонуванні компаній / О. В. Гладкова // Сучасні досягнення та перспективи розвитку апітерапії в Україні : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю, м. Харків, 25 січ. 2020 р. – Харків : Вид-во «Оригінал», 2020. – С. 55-56.

3. Колодізєва Т.О. Логістична діяльність підприємств в Україні: оцінка стану логістичного середовища у світових рейтингах // Т. О. Колодізєва // Науковий журнал «Економічний вісник Національного гірничого університету» – 2018. – № 4(64). – С.112–120.

4. Нестеренко Р. В. Економіко-організаційне забезпечення логістичної діяльності підприємств: теоретичний аспект // Бизнес–Інформ. – 2018. – № 12. – С. 256–260.

5. Савенко І. І. Логістичний менеджмент, як інструмент оптимізації логістичних витрат / І. І. Савенко, Д. В. Седіков // Економіка харчової промисловості. — 2020. — Т. 12, № 3. — С. 42-50.

Кучерява Дарина Василівна,
здобувач освіти ОС «Молодший бакалавр»
спеціальності 051 «Економіка»,
Науковий керівник: к.е.н, доцент кафедри
економіки та фінасів **Братюк В.П.,**
Мукачівський державний університет

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ, ПЛАНУВАННЯ ЗБУТУ І КОНТРОЛЮ ПРОДУКЦІЇ

Основою для маркетингової діяльності підприємства є маркетингові дослідження . Існує декілька визначень маркетингових дослідженнь , в залежності від самих дослідженнь та ролі, яку вони відіграють в регулюванні ринку.

На нашу думку найточніше визначення маркетингових досліджень можна сформулювати наступним чином: Маркетингове дослідження - це збір, реєстрація, інтерпретація, обробка та аналіз інформації з різних аспектів маркетингової діяльності [1].

На нашу думку, основним в маркетингових досліджень є систематичне збирання, обробка та аналіз інформації щодо проблем повязаних з маркетинговою діяльністю підприємства .

Роль маркетингових досліджень збереження основної інформації для оцінення маркетингових ситуацій та прийняття, на основі оцінених данних, обгрунтоване маркетингове рішення [2].

Мета маркетингових дослідженнь полягає у виявленні всіх можливостей фірми зайняти конкуренттні позиції на певному ринку , за допомоги просування своєї продукції до попиту і до вимог попукців [2.]Завдяки маркетингу виробник (підприємство) може зрозуміти як саме йому потрібно організовувати процес реалізації своєї продукції. Як будувати стратегію реклами, на що звертати увагу при просуванні на ринку нових виробів, та наскільки відкриті покупці до нової продукції.

Широкий розвиток використання маркетингових досліджень розпочинається після завершення Другої світової війни. Одні із основних причин розвитку це :

1. Формування та розвиток «ринку покупців». (пропозиція стала перевищувати попит).
2. Досить високий рівень конкуренції
3. Необхідність зменшити ризики в умовах ринкової невизначеності [2].

Основні вимоги до методу проведення маркетингових досліджень, закріпленні в спеціальному Міжнародному кодексі МТПі ECOMAP. Перший варіант цього кодексу був виданий у 1948 році, та переглянутий у 1972 р. На сьогоднішній день в Україні сформована інфраструктура служб маркетингових досліджень. Одні з найвідоміших це «СОЦИС–ГЭЛЛАП» Київський міжнародний інститут соціології, USM (Українські опитування і дослідження ринку), УМГ (Українська маркетингова група) [2].

Найефективніше маркетингове дослідження, як правило складається з п'яти головних етапів (рис.1):

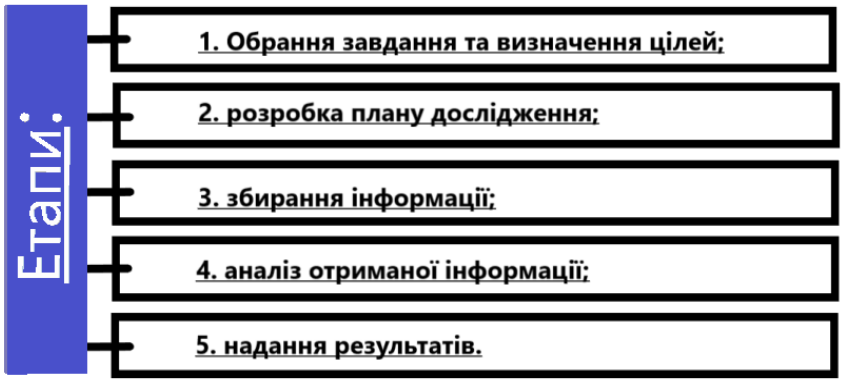


Рис. 1 Етапи маркетингових досліджень.

Кожин з представлених етапів є важливими. Вони є взаємозалежними і взаємодоповнюючими, неможливо зробити повноцінне якісне маркетингове дослідження пропустивши один із етапів.

Планування збуту продукції починається перш за все з проведення маркетингових досліджень та вивчення ринку (виявлення потреб ринку, визначення потенційних клієнтів та їхні потреби а також визначення товарів та послуг , що задовільняють їх потреби).

Збут підприємством власного продукту - це процедура здійснення реалізації продукта з метою задоволення потреб, а також запитів покупців та отримання доходу.

Збутова програма охоплює основні аспекти ринку (ціноутворення, просування товарів, постачання та розподіл продукції, постійне дослідження ринку.)

Є три основні фактори які впливають на збутову політику підприємства (рис.2):

Рис.2. Фактори які впливають на збутову політику підприємства

Виробничу діяльність (виробничу програму) підприємства визначає збутовий потенціал. Також з іншого боку завершальним етапом сладання виробничої прогами є саме розробка плану збуту . Також план збуту є однією з головних основ складання планів для відділу постачання, економічного і фінансового відділу .

При плануванні збуту продукції (послуги) потрібно враховувати також Життєвий цикл товару. Адже при введенні певного товару на ринок і виведенні життєвий цикл є не однаковий. Основні етапи життєвого циклу товару зображено на рисунку 3:

Рис.3. Етапи життєвого циклу товару

Отже, маркетингові дослідження відіграють одну із найважливіших ролей у виробництві та реалізації підприємством продукта чи послуги. Без маркетингових досліджень та збуту, контролю продукції підприємство виробляючи якусь продукцію на початкових етапах, відразуж збанкрутувалоб не знаючи бажання проблеми покупців. Та через недооцінювання своїх конкурентів. І це тільки частина того чим допомагають маркетингові дослідження підприємству у виробництві чи наданні послуг.

Список використаної літератури:

1. Аакер Д. Маркетинговые исследования [Текст]: підруч./ Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй ; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004. – 848 с.
2. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
3. Тренд. URL : https://uk.wikipedia.org/wikiСеменов Г.А., Станчевский В.К., Панкова М.О.: Організація і планування на підприємстві, ЦНЛ, 2006 р.

Лендєл Олег Дмитрович,
ст. викладач кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛЕКСУ РЕГІОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

Ефективність управління соціально-економічним розвитком регіону значною мірою залежить від використання ринкових механізмів управління, в тому числі застосування маркетингових інструментів та сучасних інформаційних технологій в регіональному управлінні. Одним із найбільш дискусійних питань теорії регіонального та загалом територіального маркетингу є маркетинг-мікс – набір інструментів та рішень з товарної, цінової, комунікаційної політики та політики розподілу. В багатьох дослідженнях регіональний маркетинг часто розглядається через призму брендингу територій та зводиться до формування тематичного бренду чи просування іміджу найбільш конкурентоспроможних, з

точки зору теорії конкурентних переваг, сфер діяльності. Але брендинг не вичерпує функціонального змісту комплексу регіонального маркетингу, а за такого підходу значно обмежує можливості розвитку локальних продуктів чи об’єктів, виключно інформаційно-комунікаційним ухилом.

Формування комплексу регіонального маркетингу базується на ідентифікації цінності регіону для різних груп цільових аудиторій: від населення та місцевого бізнесу до різноманітних зовнішніх суб’єктів. Регіональний маркетинг – це насамперед «маркетинг локалізованих у просторі місць чи регіональних інституцій, відповідних їм статусів, цінностей, інтересів, потреб, і моделей поведінки» [1, с. 70].

Ключове місце у комплексі регіонального маркетингу належить товарній політиці. Роль товарної політики в комплексі регіонального маркетингу полягає у підвищенні чи збереженні рівня конкурентоспроможності розташованих у регіоні підприємств, покращення ідентифікації громадян з регіоном проживання, залучення у регіон нових підприємств, ресурсів, покращення управління, підвищення культурної привабливості та покращення інфраструктури регіону. Можна виділити чотири основні цільові аудиторії регіонального маркетингу: місцеві жителі, приїжджі, місцевий бізнес (галузі економіки) та зовнішні суб’єкти господарювання. Таким чином, комплекс регіонального маркетингу спрямований на формування ціннісних пропозицій з орієнтацією на відповідні цільові групи:

- регіон, як місце проживання – полягає у максимізації ціннісної пропозиції для місцевих жителів;
- регіон, як місце відпочинку, проведення дозвілля – створення ціннісної пропозиції для приїжджих;
- регіон, як місце господарювання – створення ціннісної пропозиції для суб’єктів господарювання, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Основу «товарної політики» регіонального маркетингу складає регіональна інфраструктура, яка є базою для створення ціннісних пропозицій різним цільовим сегментам та доповнюється за кожним напрямом специфічною інфраструктурою та конкретними об’єктами. Безумовно, наявність розвиненої регіональної інфраструктури ще не гарантує зростання регіонального валового продукту, але її відсутність чи поганий стан робить таке зростання неможливим. Також необхідно зауважити функціональну залежність регіонального маркетингу від загальнонаціональних чинників, таких, як: політичне середовище, законодавство, державне регулювання тощо. Товарна політика регіонального маркетингу спрямована на ефективне використання наявних і створення нових унікальних переваг для залучення в регіон інвестицій та нерезидентів, активізації та інтенсифікації рівня життя місцевого населення, зростання конкурентоспроможності суб’єктів господарювання регіону тощо. Основне завдання товарної політики регіонального маркетингу полягає у підвищенні привабливості регіону, як комплексу ресурсів, факторів, суб'єктів, об'єктів, зв'язків і відносин, що дозволить в умовах конкурентної боротьби створити унікальні ціннісні пропозиції для суб’єктів регіонального маркетингу генерувати в свій простір потоки ресурсів (фінансових, технологічних, людських та ін.) та

отримати переваги над іншими регіонами.

Цінова політика регіонального маркетингу це механізм створення «доданої вартості» через зниження витрат суб'єктів регіонального маркетингу або збільшення цінності товарів та послуг, що споживаються в регіоні чи експортуються, яке дозволяє збільшити частку доданої вартості через вміст регіональних складових, таких як територіальний бренд, регіональна інфраструктура, сервісне обслуговування тощо. Цінова політика в комплексі регіонального маркетингу відображає ті ціннісні характеристики та переваги які створюються для суб'єктів регіону.

Політика розподілу в комплексі регіонального маркетингу – це способи донесення ціннісних пропозицій до цільових груп суб'єктів регіонального маркетингу та відповідну систему сервісного обслуговування, яка полягає у створенні ефективної системи вирішенні повсякденних завдань життєдіяльності регіону, як набору складових елементів на рівні районів, міст, населених пунктів, окремих об'єктів чи суб'єктів господарювання регіону. При цьому необхідно забезпечити максимально простий та швидкий доступ до ресурсів та сервісів всіх суб'єктів регіонального маркетингу, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Політика комунікацій – один з ключових елементів регіонального маркетингу, який виконує завдання встановлення та здійснення зовнішніх та внутрішніх комунікацій між суб'єктами регіонального маркетингу, формування зонтичного бренду продуктів регіону, формування позитивного іміджу регіону та його просування на національному та міжнародному рівнях. Одне з ключових завдань політики комунікацій – забезпечення підтримки та доброзичливого відношення місцевого населення до приїжджих та зовнішніх суб'єктів, підвищення рівня їхньої згуртованості, а також кваліфікації й освіти, щоб краще задовольняти потреби цільових ринків.

Слід враховувати, що регіональний маркетинг не може вирішити всіх регіональних проблем або покращити регіон за один день, це довгостроковий процес реалізації стратегічної концепції у послідовно проведених заходах. Для успішної реалізації комплексу регіонального маркетингу також потрібно мати конкретні цілі, досягнення яких можна відстежувати й корегувати заходи в залежності від їх ефективності чи в залежності від змін в середовищі.

Таким чином, комплекс регіонального маркетингу є інструментом реалізації маркетингової стратегії розвитку регіону, формування внутрішніх та зовнішніх переваг регіону для цільових груп суб'єктів, засобом залучення інвестицій і стимулятором економічного розвитку, підвищення позитивного іміджу та привабливості регіону в цілому.

Список використаної літератури:

1. Фролов, Д. П. Маркетинговая парадигма регионального развития : монография / Д. П. Фролов ; Федер. гос. авт. образоват. учреждение высш. проф. образования «Волгогр. гос. ун-т». – 2-е изд., доп. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2013. – 157 с.

Мовчан Катерина Миколаївна,
старший викладач кафедри філологічних
дисциплін та соціальних комунікацій,
Бондарєва Діана,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»,
спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»,
Мукачівський державний університет

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ МДУ В УМОВАХ КАРАНТИНУ

Інтернет в наш час став глобальним засобом комунікації, який не обмежений територіально, доступний різним верствам населення в будь-який час. Одним із видів інформації, яка надається за допомогою Інтернету є інтернет-маркетинг. Інтернет-маркетинг – це новий напрям маркетингу, який популяризує ту чи іншу організацію, послуги і т.д. Останнім часом він популярний серед населення, оскільки надає можливість охопити велику аудиторію для реклами. Під час карантину цей вид діяльності набув більших обертів, став актуальним, ефективним, затребуваним. Він лаконічно ввійшов і в освітню діяльність.

Інтернет-маркетинг у вищих навчальних закладах – це інструмент для просування освітніх послуг, який здійснюється з допомогою веб-сайту університету, соціальних мереж, модульного середовища, інституційного репозитарію.

Ще до весни 2020 року всі ці засоби комунікації слугували для посилення позиції закладу, реклами, розширення контактів, збільшення цільової аудиторії, міжнародної співпраці.

Питання запровадження і ефективної роботи інтернет-маркетингу розглядалося протягом багатьох років, але актуальності набуло після запровадження карантину, коли перед суспільством постало нове завдання – спілкування, здійснення певної діяльності з допомогою Інтернету. Перед навчальними закладами постали нові завдання: забезпечити віддаленого користувача (здобувача вищої освіти, викладачів, майбутніх абітурієнтів, роботодавців, партнерів) необхідними інформаційними ресурсами.

Освітня діяльність в екстремальних умовах, особливо в умовах епідемії, суттєво відрізняється від традиційної, яка проводиться у звичайних умовах. У звичайному ритмі життя постали нові проблеми для здобувачів вищої освіти (навчитися сприймати інформацію онлайн), завдання для адміністрації вузу та викладачів – організація навчання здобувачів вищої освіти в умовах самоізоляції, популяризація роботи закладу, профорієнтаційна робота, для університетських бібліотек – забезпечити інформаційними ресурсами користувача.

Навчання здобувачів вищої освіти в умовах самоізоляції вплинуло на якість підготовки до занять, засвоєння навчального матеріалу. Інформаційне забезпечення освітнього процесу, ступінь підготовленості навчального матеріалу, забезпечення безперебійного доступу до ресурсів та інформації стало

пріоритетним в роботі навчального закладу. Бібліотека університету детально вивчила питання поширення інформації, налагодження зв`язку зі студентами, викладачами, інформування їх про заходи, які відбуваються, здійснення виховної діяльності. Тому головним засобом було визначено веб-сайт бібліотеки, де підключено онлайн-послуги, соціальні мережі, інституційний репозитарій. Також було переглянуто питання наповнення цих засобів зв`язку зі студентами інформаційними матеріалами, які б сприяли кращій підготовці до занять, популяризації вузу, розширенню і підтримці наукових зв`язків, комунікації.

Сайт – це віртуальний вхід в наукову бібліотеку, на якому відображена вся навчальна і виховна робота бібліотеки. Сайт є ефективним засобом для популяризації вузу, посилення його іміджу, підтримки та розвитку бренду університету, просування університету в академічних рейтингах. В умовах пандемії сайт бібліотеки університету слугував засобом інформування академічної спільноти про проведення семінарів, конференцій, про нові надходження у фонд бібліотеки.

Як показують статистичні дані, біля 90% абітурієнтів та їх батьків після відвідування сайту формують певну думку про заклад. Сайт є ефективним маркетинговим засобом для студентів, випускників вузу, роботодавців та міжнародної академічної спільноти.

Ефективною маркетинговою діяльністю вузу для популяризації наукової, навчальної діяльності для забезпечення навчального процесу є інституційний репозитарій, який до карантину мав за мету поступове наповнення контенту, а після запровадження карантину головним завданням стало максимальне заповнення інформаційними матеріалами, популяризація роботи репозитарію серед спільноти.

Соціальні мережі – це ефективний засіб маркетингової діяльності університету. В соціальних мережах відображається виховна, навчальна діяльність університету. Всі структурні підрозділи університету мають сторінку у Facebook, мета роботи сторінок підрозділів – популяризація професій, реклама навчальної і виховної роботи кафедр, що стало ефективним засобом інформації для роботодавців, абітурієнтів і студентів.

Наукова бібліотека Мукачівського державного університету зустріла виклик суспільства змінами в маркетинговій діяльності, розширенням послуг і соціальних комунікацій.

Пасєка Руслана Сергіївна,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності 051 «Економіка»
Науковий керівник: к.е.н., доцент
кафедри економіки,
обліку та підприємництва **Грищенко О.В.,**
Національного університету

кораблебудування імені адмірала Макарова

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІАГНОСТИКИ ДОХОДІВ

Інтеграція України у світовий економічний простір передбачає дослідження тенденцій розвитку та розробку економічної стратегії кожного окремого суб'єкта господарювання. А цьому передує процес системного дослідження факторів зміни результативності діяльності, оцінювання та виявлення резервів підвищення ефективності виробництва. Процес управління розвитком суб'єктів господарювання передбачає створення ефективної системи обліково-аналітичного забезпечення, серед сукупності об'єктів якої особливо важливими можна вважати доходи і витрати, так як вони надзвичайно важливі в оцінці ефективності господарської діяльності суб'єктів господарювання.

Значний внесок у формування концептуальної основи обліково-аналітичного забезпечення доходів та витрат, дослідження її елементів зробили такі вчені-економісти, як В. Андрійчук, С. Голов, І. Бланк, М. Звєряков, А. Ковальов, Л. Лігоненко, Н. Лоханова, Є. Мних, О. Редькін, В.Сопко, Л. Нападовська, М. Хаммер, М. Чумаченко, А. Шегда та інші. Серед останніх досліджень і публікацій можна виокремити наукові праці А. Макаренко [2], Н. Єршової [3].

Обліково-аналітичне забезпечення доходів суб'єктів господарювання по суті – це система збору, формування облікової інформації та її обробки за допомогою методів економічного аналізу з подальшою передачею управлінському персоналу для прийняття рішень, що запобігатимуть небажаним фінансовим ризикам. Дослідження сутності поняття «дохід» та їх класифікації вітчизняними науковцями показало, що поняття доходів в сучасній науковій літературі базується на двох принципових підходах: економічному і бухгалтерському. За економічним – це «виручка» і «грошові надходження», хоча бухгалтерський це спростовує. Вважаємо, що класифікація доходів на базі обох підходів дасть можливість ефективно ними управляти, і стане складовою сучасної системи управління.

Серед проблем обліково-аналітичного забезпечення доходів можна виділити наступні:

- створення єдиної інформаційної загальнодержавної бази норм і нормативів для обліку та контролю за доходами суб'єкта господарювання;
- забезпечення повноти та своєчасності відображення доходів у системі обліку суб'єкта господарювання;
- організація оперативності та аналітичності вихідної інформації про доходи суб'єкта господарювання[1].

На думку Н. Єршової, основними завданнями обліково-аналітичного забезпечення діагностики доходів з метою нарощування ефективності діяльності суб'єктів господарювання є:

- здійснення системного контролю за процесом формування інформації про доходи та зміну їх динаміки;

- визначення впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на формування доходів підприємства;

- розрахунок і оцінка показників ділової активності;

- вивчення можливостей одержання доходів відповідно до наявного ресурсного потенціалу підприємства та кон'юнктури ринку;

- вироблення рекомендацій, спрямованих на мобілізацію виявлених резервів зростання доходів бізнес-структур[2].

М.Афанасьєв та Г. Білоконенко вважають, що аналітичний інструментарій діагностики доходів для прогнозування ефективності господарської діяльності включає: горизонтальний аналіз; вертикальний аналіз; трендовий аналіз; аналіз відносних показників (фінансових коефіцієнтів); порівняльний аналіз; факторний аналіз[3].

Так, стан фінансової діяльності та фінансові можливості суб'єкта господарювання виявляються під час аналізу обсягів, динаміки та структури доходів. Аналіз показників ділової активності показує величину змін, що відбулися за досліджуваний період та виявляє можливі наслідки. Рівень фінансових результатів, які зумовлюють можливості суб'єкта господарювання, оцінка раціональності та ефективності використання вкладених коштів визначаються шляхом проведення факторного аналізу доходів. В результаті досліджень виявляють найвагоміші показники впливу на фінансові результати діяльності та формують висновки про загальний стан суб'єкта господарювання. Системний характер, що передбачатиме перехід від поточного управління процесами до стратегічного має забезпечити комплексну оцінку всіх факторів ефективності діяльності суб'єкта господарювання.

Таким чином, раціональна організація системи обліково-аналітичного забезпечення доходів суб'єктів господарювання можлива тільки на основі науково-обґрунтованої теоретичної концепції, що є надійним підґрунтям ефективного управління. Перспективи подальших досліджень полягають в удосконаленні організаційного забезпечення аналізу господарської діяльності суб'єктів господарювання різних галузей економіки.

Список використаної літератури:

1. Макаренко А. П., Кутова М. В. Аудит доходів від реалізації продукції як дієвий засіб підвищення ефективності діяльності підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2018. - № 2. - С. 18–23.

2. Єршова Н.Ю. Обліково-аналітичне забезпечення діагностики та прогнозування розвитку бізнес-структур: конспект лекцій [Текст]: навч. видання. / уклад. Н. Ю. Єршова – Х.: НТУ «ХПІ», 2017. – 114 с.

3. Афанасьєв М.В. Економічна діагностика[Текст]Economic Diagnostics: навч.- метод. Посібник / М. В. Афанасьєв, Г. В. Білоконенко; Харківський нац.економічний ун-т. - Харків : ІНЖЕК, 2007. - 296 с.

Пилипчук Володимир Петрович,

к.е.н., професор кафедри маркетингу,
ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Цифровий маркетинг (англ. digital marketing) – це напрям маркетингу для просування продуктів та послуг за допомогою цифрових каналів та технологій для охоплення споживачів на всіх етапах взаємодії. У різних джерелах можна зустріти різні позначення, такі як: цифровий маркетинг, діджитал-маркетинг, digital-marketing, онлайн-маркетинг, електронний маркетинг, «таргетований маркетинг», «інтернет-маркетинг», «інтерактивний маркетинг».

Одне з найбільш вичерпно-широких визначень digital-маркетингу дав британський Інститут прямого та цифрового маркетингу (Institute of Direct and Digital Marketing – IDM): digital-маркетинг – це інтегроване використання інформаційних каналів у віртуальному просторі для підтримки маркетингової діяльності компанії, спрямованої на отримання прибутку та утримання клієнтів за допомогою визнання стратегічного значення цифрових технологій та розробки комплексного підходу до покращення надання онлайн-послуг з метою найкращого задоволення потреб клієнтів та підвищення їх поінформованості про компанію, бренди, товари та послуги.

В цілому ж, видається, що основна відмінність цифрового маркетингу від класичного – у наборі каналів та інструментів просування, що використовуються.

Digital надзвичайно динамічний напрямок маркетингу, безпосередньо пов'язаний із вибуховим розвитком цифрових технологій. Не виключено, що поки що пишуться ці рядки, цей малюнок вже застарів і його необхідно доповнювати новими сутностями.

Оскільки цифрові платформи все частіше включаються до маркетингових стратегій та повсякденного життя, а люди все частіше використовують цифрові пристрої замість відвідування офф-лайн магазинів, стали поширюватися кампанії цифрового маркетингу, які використовують комбінації пошукової оптимізації (SEO), пошуковий маркетинг (SEM), контент-маркетинг , маркетинг впливу, автоматизація контенту, маркетинг кампанії, маркетинг на основі даних, маркетинг в електронній комерції, маркетинг в соціальних мережах, оптимізація в соціальних мережах, прямий маркетинг електронною поштою, медійна реклама, електронна реклама, книги, оптичні диски та ігри стали звичайним явищем.

Питання про взаємини між сферами традиційного маркетингу та інтернет маркетингу протягом багатьох років є одним із найбільш обговорюваних серед інтернет-маркетологів. Основне завдання Інтернету – не замінити реальний світ, а лише доповнити його та спростити процес комунікації. Так само інтернет-маркетинг не замінює, а лише доповнює традиційний маркетинг. Виявилося, що велика кількість сфер діяльності з легкістю перейшла з реального світу в он-лайн. Принагідно цифрові технології стали надавати ще більше можливостей для повноцінної заміни аналога на цифру.

Можливості маркетингу, з погляду комплексного підходу, розкриваються

через 4 складові:

1) Product (Продукт). Продукт в інтернет-маркетингу - товари та послуги, які можна придбати в офлайні. Інтернет пропонує найширші можливості для індивідуального підходу до кожного клієнта - кастомізації товару на замовлення окремо взятого покупця. Наприклад, такий відомий бренд, як Nike, запропонував покупцям самостійно створювати дизайн свого взуття, а не вибирати з готових моделей. Крім того, в Інтернеті з'явилися нові віртуальні продукти та послуги, наприклад, різні хмарні сервіси.

2) Price (Ціна) – це складова Інтернет-маркетингу, мабуть, найменше зазнала будь-яких зміни. Виняток можуть скласти інтернет-аукціони, такі як Ebay.com – сайт, на якому ціну на товар регулює споживач у форматі аукціонних торгів. Слід зазначити, що завдяки Інтернету виробникам та продавцям стало набагато простіше оцінювати цінову стратегію конкурентів – все є у відкритому доступі на сайтах та агрегатах цін.

3) Place (майданчики продажу та дистрибуції). Завдяки Інтернету з'явилися нові канали розповсюдження товарів і послуг, такі як веб-сайт, інтернет-магазин. Одна з основних відмінностей від будь-якого офлайн-магазину – те, що покупцю доступний усі ринки. Можна зробити замовлення товару в будь-якій географічній точці, причому не тільки у продавців, а й безпосередньо у виробників.

4) Promotion (Просування). Цей елемент маркетингу змінився найбільше. З'явилися нові канали комунікації: веб-сайти, соціальні мережі, блоги, електронна пошта, банерна реклама, а також унікальні інструменти роботи із цільовою аудиторією – контекстна реклама та пошукова оптимізація.

Інтернет-маркетинг суттєво відрізняється у різних аспектах від традиційних маркетингових комунікацій завдяки використанню віртуального інформаційного простору.

Стегней Маріанна Іванівна,
д.е.н., професор кафедри економіки та фінансів,
Неймет Віктор Вікторович,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»
спеціальності 051 «Економіка»,
Ковач Володимир Володимирович,
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»
спеціальності 051 «Економіка»
Мукачівського державного університету

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Результативність функціонування економічних систем тісно корелює із наявними сприятливими ендогенними та екзогенними факторами і умовами, що дають можливість реалізувати процес досягнення кінцевих цілей.

В системі ринкової економіки локальний та територіальний розвиток не обмежується розширенням виробничих потужностей та результатів виробництва, а сильно залежить від організаційних особливостей бізнес процесів.

В сучасній економічній літературі існує багато теоретичних підходів до визначення самого терміну «процес». Згідно розробок А.В. Шеєра [1] процесом можливо вважати певну послідовність виконання окремих операцій (складових елементів) обмежених часовими рамками, що дає можливість досягти результат або виробити продукт і формує комплексну систему процесної реалізації.

Таким чином, трактування терміну «процес» має охоплювати чотири наступні ознаки: часу, продукту, системи та методу. Ознака часу характеризується часовими рамками та часовою послідовністю для різних операцій в системі процесу. Ознака продукту відображає кінцевий або ж проміжний результат виконання операцій. В якості такого результату може бути як товар, так і послуга. Система процесної реалізації охоплює взаємодію людей, інформації та машин з обладнанням. Процес зумовлює всю систему процесної реалізації і, навпаки, система процесної реалізації неможлива без процесу. Ознака методу характеризується тим, що трактування процесу передбачає певний методичний підхід, що базується на відрізняє процеси та окремі господарські операції, визначає типовість та повторюваність окремих процесів та складових системи процесної реалізації.

У процесі обґрунтування економічних рішень в сучасній літературі та практиці при моделюванні економічних явищ і процесів часто використовують не виокремлений термін «процес», а словосполучення «бізнес-процес».

Теоретичні засади бізнес процесів мають зовсім незначну історію, адже узагальнене розуміння даного явища сформувалося приблизно тридцять років назад і певний час не знаходило ознак популяризації. А от коли керівники бізнесу визнали той факт, що застосування виключно функціональних підходів у системі управління потребує збільшення витрат на матеріальні та трудові ресурси і не приносить належних результатів, то все більше почали звертатися до теорії бізнес-процесів[2, 7, 8]. В. Попов та С. Ляпунов проводять чітку межу між функціональним та процесним підходами в системі обґрунтування економічних рішень «діяльність не рухається вгору і вниз, уздовж функціональної ієрархії, вона тече крізь організацію у вигляді набору бізнес-процесів» [3].

В системі трансформаційних процесів економіки всі дії спрямовуються на задоволення потреб окремих осіб або їх сукупності, яких ототожнюють з поняттям «клієнт». В якості клієнта дослідники [4] називають саме споживачів кінцевої продукції або послуги. А в якості цілі бізнес процесів визначають новостворені споживчі вартості [5]. Такий підхід відповідає теорії М. Портера щодо основного завдання бізнесу, яке полягає у необхідності збільшувати вартість у процесі виробництва або надання послуг [6].

В рамках здійснюваного дослідження трансформаційних процесів економіки на національному, регіональному та локальному рівнях, під категорією «бізнес процес» доцільно розуміти упорядковану в часі і просторі послідовність дій, спрямовану на досягнення попередньо поставленої цілі, отримання

результату у вигляді певного продукту або послуги та отримання прибутку або соціального ефекту.

Список використаної літератури:

1. Шеер А.В. Моделирование бизнес-процессов. М.: Вестъ-Метатехнология, 2000. 205 с.
2. Лафта Дж. К. Эффективность менеджмента организации: учеб. пособие. М.: Русская Деловая Литература, 2003. 320 с.
3. Попов В.М., Ляпунов С.И. Бизнес-планирование: учебник. М.: Финансы и статистика, 2001. 672 с.
4. Рубцов С.В. Уточнение понятия «бизнес-процесс». Менеджмент в России и за рубежом. 2002. № 6. С. 26-33.
5. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса: концепция и методы планирования: учеб. пособие. М.: 1998. 345 с.
6. Портер М. Конкуренция. М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. 488 с.
7. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності Закарпатської області та можливостей ведення бізнесу / М.І. Стегней// Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки / гол. редактор К.С. Шапошников. – Херсон, 2014. – Випуск 8. Частина 1. – С.40-43.
8. Роль малого бізнесу в соціально-економічній системі Закарпатської області/ М.І. Стегней, І.М. Бошинда, В.Я. Попфалуші// Причорноморські економічні студії : науковий журнал / гол.ред. К.С. Шапошников. – Одеса, 2018. – Випуск 34. – С. 125-128.

Чучка Іван Михайлович,
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту та маркетингу,
Мукачівський державний університет

КЛЮЧОВІ РЕЗУЛЬТАТИ НАУКОВО-ДОСЛІДНОЇ РОБОТИ КАФЕДРИ ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ ТА МАРКЕТИНГУ ЗА 2015-2020 РР. (НАПРЯМОК 075 «МАРКЕТИНГ»)

Географічне розташування Мукачівського державного університету (МДУ) на роздоріжжі транспортних і торговельно-економічних вилок в Закарпатському прикордонному регіоні, який вважається центральним мостком між Сходом та Заходом, – дає можливість освітньо-науковій еліті бути в центрі основних подій, що є ефективним викликом для розробки ключових доктрин міжнародної соціально-економічної інтеграції України до ЄС через механізми транскордонного співробітництва.

Тому, в МДУ вже багато років поспіль молоді вчені під керівництвом досвідчених науковців проводять поглиблені дослідження, які є актуальними в тій чи іншій сфері людської діяльності за відповідним напрямком роботи кафедр. Так, протягом 2015-2020 років на базі кафедри маркетингу, а згодом внаслідок реорганізаційних процесів – кафедрою обліку і оподаткування та маркетингу

здійснювалася науково-дослідна робота за темою «Маркетингові засади у вдосконаленні механізму інфраструктурного забезпечення транскордонного економічного співробітництва» (номер державної реєстрації 0116U004817).

Актуальність обраної теми полягає у тому, що процеси міжнародної економічної інтеграції на мезорівні проходять недостатньо активно, що поглиблює проблеми на макрополітичному рівні. З приводу останнього, найбільш вдалим є приклад останніх років, в якому Угорщина (яка завжди виступала надійним партнером для України) із-за змін в мовному Законодавстві України, який на їхню думку пригнічує національні меншини, – зараз активно голосують проти приєднання України до ЄС. І подібних прикладів ставлення ворожо між сусідніми країнами є чимало. Однією з найбільш значущих причин такого стану явищ, можемо констатувати відсутність використання основних засад маркетингової філософії, яка вважається ключовою моделлю розвитку економіки на будь якому рівні ієрархічної системи.

Так само логістична і туристична складові розвитку інфраструктури регіону знаходяться на низькому рівні. Вирішити дану проблему також необхідно через зміни щодо підготовки студентів за спеціальністю 075 «Маркетинг», так, як останнє безпосередньо впливає на подальший напрямок активізації економіки на прикордонних територіях. А тому, вище описані передумови викликали значний інтерес та актуальність для проведення наукового дослідження за обраною вище темою.

Основним об’єктом дослідження стало – інфраструктурне забезпечення транскордонного економічного співробітництва. Однак за предмет дослідження було обрано концептуально-методичні та практичні положення щодо розвитку інфраструктурного забезпечення транскордонного економічного співробітництва на засадах маркетингових технологій.

Наукова новизна отриманих даних полягала у наступному:

– виведено періодизацію та сформовано правильність розуміння інформаційного транскордонного співробітництва у різні періоди активізації прикордонних відносин України з європейськими країнами-сусідами;

– представлено концепцію та поняття «інтерактивний транскордонний маркетинг», як основний інструмент активізації транскордонного співробітництва в умовах оцифрування економіки. Розроблено методику аналізу та індекс ефективності інформаційного ТКС на основі параметрів інтерактивного маркетингу і апробовано її на прикладі національних частин Міжрегіональної Асоціації «Карпатський Єврорегіон», що дало підстави для визначення першоосновних перешкод в інтеграції цифрових ринків між Україною з однієї сторони та Угорщиною, Польщею, Словаччиною, Румунією з іншої сторони;

– визначено сутність транспортних коридорів та їх реальну схему розгалуження на карті Європи. Відображено наслідки неефективної державної політики у сфері транспорту та їх значення для зовнішньоекономічних вантажопотоків в прикордонному Закарпатті;

– проаналізовано окремі складові функціонування Захонського (Угорщина) транспортно-логістичного перевантажувального центру та

представлено практичний досвід реалізації міжнародного проекту шістьма країнами (Угорщиною, Польщею, Чехією, Словенією, Німеччиною та Італією) в контексті формування цифрових інформаційно-комунікаційних систем і технологій транснаціональної логістики;

– запропонований організаційно-економічний механізм щодо створення Мукачівського індустріального парку з елементами логістики, який повинен стати міжнародним оператором експортно-імпортних і транзитних потоків України між Сходом і Заходом. У науковій роботі визначено особливості роботи Мукачівського індустріального парку та основні послуги, функції, принципи, типова структура спорудження і побудови (з деякими технічними характеристиками) та роль держави у започаткуванні реалізації досліджуваної моделі;

– розглядаються підходи щодо активізації туристичної інфраструктури в прикордонному регіоні через напрямки перспективного територіального планування в умовах транскордонного співробітництва;

– досліджено споживачів освітніх послуг з маркетингу в їх професійному становленні. Проаналізовано мотиваційну складову професійного становлення учасників дослідження. Визначено та оцінено основні споживчі потреби та бар'єри у становленні та надбанні фахової компетенції маркетолога на ринку праці та рівня попиту на неї;

– запропоновано новітню модель вдосконалення підготовки фахівців з маркетингу через створення «Транскордонної навчально-дослідної цифрової лабораторії з маркетингових досліджень» на базі ВНЗ Карпатського Єврорегіону. Для цього було проаналізовано передумови саме такої інтеграції країн-учасниць, вказано на нові можливості студентів у вивченні фахових дисциплін, акцентовано увагу на завданнях та функціях лабораторії в навчально-методичному і науково-дослідному напрямках, а також рекомендовані програмні продукти та їх можливості у реалізації намічених цілей.

Робоча група складалася з таких учасників: Чучка І.М. (керівник науково-дослідної теми), Гаврилець О.В., Лендєл О.Д. та Гегедош К.В.

За результатами роботи, успішно захищена одна дисертація та опубліковані праці у міжнародних рецензованих виданнях, зокрема в Scopus. У списку літератури подано основні результати дослідження.

Список використаної літератури:

1. Чучка І. М. Маркетингові засади підготовки фахівців на ринку праці / І. М. Чучка, О. В. Гаврилець // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 11. – С. 296-304

2. Chuchka I. The Role of Intermodal logistic Enters in Enhancing Transport Corridor / Ivan Chuchka , Marian Gajdoš, Olesya Gavrilets // Marketing and Digital Technologies – Т. 3, № 2, 2019 – P. 8-17

3. Чучка, І. М. Стан транспортно-логістичних процесів в країнах Європейського Союзу / І. М. Чучка, О. В. Гаврилець // Міжнародний науковий журнал "Освіта і наука" / гол.ред. Т.Д. Щербан, заст. гол. ред. J. Piwowarski, В.В.

Гоблик. – Мукачево-Ченстохова : РВВ МДУ; Академія ім. Я. Длугоша, 2018. – № 24(1). – С.312-315

4. Чучка І. М. Єврорегіональне транскордонне співробітництво у Закарпатті: досвід та перспективи / І. М. Чучка // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія "Міжнародні економічні відносини та світове господарство" : журнал / голов. ред. М.М.Палінчак. – Ужгород, 2018. – Випуск 21. Частина 2. – С. 116-120

5. Чучка І.М. Роль транскордонного співробітництва в реалізації Україною політики сусідства з Європейським Союзом // Cross border cooperation as vector of development of Ukraine mith the V-4 – Scintic works. Bratislava. 2017 – P. 345-357

6. Chuchka Ivan, Bilak Georg – Improving infrastructure and information support cross-border markets // Information aspekts socio-ekonomicssistem development – Since of monographs Faculty off Archetekture civit enginсe ring and Aplied Arts. Katowice Scholl of Technologi/ Monograph 5, 2016, P. 37-44

7. Лендєл О.Д. Напрямки розвитку інфраструктури ринку туристичних послуг регіону / О.Д. Лендєл // Науковий вісник Мукачівського державного університету : Серія Економіка. – 2018. – Вип. 1 (9). – С. 110-116.

8. Гегедош К. В. Напрями активізації транскордонного співробітництва: маркетингове забезпечення : дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 – «Економіка». Соціальні та поведінкові науки / К. В. Гегедош. – Мукачево, 2021. – 256 с.

Юрик Марина Іллічна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 073 «Менеджмент»,
Кручак Людмила Володимирівна,
к.е.н., асистент кафедри
обліку, оподаткування та маркетингу
Мукачівського державного університету

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ

Активний розвиток ринку транспортно – логістичних послуг в наш час , спричинений розширенням господарських зв'язків і міжнародних кооперації.

Логістика розглядається як процес планування, реалізації та контролю ефективного потоку продуктів, інформації і засобів, які необхідні, щоб відповідати вимогам клієнта [1].

Транспорт являється основним компонентом логістики та просування товарів між різними точками в ланцюгу поставок.

Сучасний стан дослідження принципів логістичної структури у розподілених системах транспортних перевезень є недостатньо вивченим.

Розглядаючи транспорт як одну з основних фундаментальних галузей економіки України, варто наголосити на рівень взаємодії різних галузей господарського комплексу країни під час економічного розвитку на рівні транспортної системи. Постає питання економічної ситуації, яка склалася на території України за останні кілька років, що вимагає від працівників транспортної галузі підвищення уваги до вирішення питань організації і управління перевезеннями, підвищення якості надаваних послуг, а також вибору каналів руху товару (на сьогодні головним пріоритетом є цінова політика послуги).

Основними рушійними силами на ринку логістики є:

- Глобалізація діяльності компаній-клієнтів, їх концентрація на ключових компетенціях і аутсорсинг непрофільних напрямків.
- Прагнення до скорочення розміру логістичного ланцюга й оптимізації витрат на його ділянках.
- скорочення життєвого циклу продукції й нових підходів до маркетингу й дистрибуції продукту.

Хоча за останні 20 років сфера транспортної логістики вийшла на новий рівень розвитку, залишається низка інфраструктурних недоліків, які ,на мою думку , повинні бути вирішені з метою підвищення ефективності транспортної логістики на території України і забезпечення високого стандарту логістичних послуг в майбутньому.

Враховуючи те, що в Україні спостерігається висока зацікавленість в розширенні транспортнологістичних послуг, як з боку споживачів так і з боку логістичних операторів, необхідно забезпечити ефективну транспортну логістику яка необхідна безпосередньо для підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг, які можуть зробити значний внесок у розвиток економіки і життя людей та національного процвітання [2].

Основними принципами транспортної логістики, що забезпечують її ефективність є: - мінімізація витрат на транспортування;

- принцип максимально повного використання вантажопідйомності транспортного засобу в логістиці;
- кратності партії вантажу, що транспортується, одиницям замовлення, відправки і складування;
- принцип стандартизації тари;
- економії від масштабу і дальності перевезень[3].

Пріоритетними напрямками розвитку транспортної логістики є наступні:

- прискорений розвиток транспортної інфраструктури;
- створення відповідно до міжнародних стандартів національної мережі міжнародних транспортних коридорів;
- інтегрування в транспортні системи Європи й Азії, Балтійського й Чорноморського регіонів.

Ефективна дія механізму транспортної логістики є важливим фактором зниження ціни продукції та підвищення оборотності капіталу. Україна володіє великим потенціалом щодо розвитку логістики, який відіграє значну роль у зростанні ефективності роботи підприємств країни та в отриманні значніших

прибутків. Перспективний розвиток логістичних систем необхідно забезпечувати регулюванням та підтримкою держави, впровадження заходів якої підвищить конкурентоспроможність виробничих підприємств країни на міжнародному ринку.

Розвиток транспортно-логістичного сервісу істотно збільшить можливість для розширення комерційної ініціативи, а відповідно зросте коло підприємств, що обслуговуються, обсяги їх діяльності ,а також підвищиться рентабельність оптових посередників. Транспортно- логістичні послуги не тільки значно збільшують загальний спектр послуг, що надаються, а також збагачують їх асортименти, підвищують зацікавленість замовників і сприяють поглибленню спеціалізації оптових посередників, розвитку прогресивних форм обслуговування. Це забезпечує розвиток економічних відносин та розбудову регіонального та національного господарства.

Таким чином, логістика як етап конкурентної боротьби, як підприємницький світогляд, як епоха розвитку економіки і наукова діяльність, спрямована на оптимізацію способів і методів взаємодії окремого підприємства з його постачальниками і одержувачами продукції в конкурентному ринковому середовищі. Для ефективного розвитку логістики необхідно зайнятися зміною концепції управління і відновленням рухомого складу в обсягах, що забезпечують задоволення потреб споживачів у будь-яку пору року. Головним чинником являється наявність необхідних технічних засобів ,які варто розглядати як об'єкт, без якого перевезення виконуватися не можуть, а отже, не може бути і доходів від перевезень.

Постійне розширення господарських зв'язків і міжнародних кооперації спричинило активний розвиток транспортно-логістичних послуг , що виводить потребу вирішення вищеперерахованих проблем на пріорітетний рівень .

Також, відбувається формування транспортних потоків, серед яких особливе місце займають міжнародні транспортні коридори, йде розбудова транспортно-логістичної інфраструктури, створюються нові транспортно-логістичні послуги. Крім того, сучасні тенденції розвитку транспортної логістики у світі відзначаються зростанням вимог споживачів до якості послуг та вимог закордонних партнерів у плані людських ресурсів та систем керування. Все це свідчить про зростання ролі транспортної логістики в світовій економіці, та потребі виводу рівня вітчизняної транспортної логістики, на новий ,кардинально вищий рівень .

Підвищення ефективності транспорту через розвиток логістики полягає в сутності підходу, який містить подачу матеріалу, інформаційний потік і фінансові потоки між точкою поставки і точкою споживання, з транспортними перевезеннями, які виступають як її ядро. На сьогоднішній день, для підняття економіки України, пріоритетною є необхідність розвитку транспортної логістики, яка буде ефективною, безпечною, стійкою і такою, що відповідає вимогам клієнтів.

Пріоритетним напрямом розвитку транспортної логістики є необхідність оновити існуючу інфраструктуру, досягти взаємозв’язаності транспортних мереж

з альтернативою щодо обміну об’єктів, створення мультимодальних транспортних вузлів і логістичних центрів; прискорити модернізацію транспорту, логістичних систем та обладнання.

Список використаної літератури:

1. Щербина Р. С. Пріоритетні напрямки розвитку транспортної логістики / Р. С. Щербина // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія : Транспортні системи і технології. - 2014. - Вип. 25. - С. 183-188. - Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpdetut_tsit_2014_25_25.
2. Николаева Л. Л., Токмакова И. В. Проблеми та перспективи розвитку транспортної логістики. – 2010. – 6 с.
3. Маселко Т. Є. Проблеми управління транспортно-логістичними системами України та перспективи розвитку в контексті європейської інтеграції / Т. Є. Маселко, С. Г. Шевченко. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/17_2/301_Maselko_17_2.pdf

Ясюк Аліна Сергіївна,
здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 073 «Менеджмент»,
Кручак Людмила Володимирівна,
к.е.н., асистент кафедри обліку, оподаткування та маркетингу
Мукачівського державного університету

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Орієнтація підприємства на задоволення споживчого попиту вимагає вдосконалення процесів управління маркетинговою та логістичною діяльністю з урахуванням сучасних тенденцій ринкового розвитку. Під впливом маркетингу відбувається модифікація завдань внутрішньо-фірмового управління та внутрішньо-корпоративного планування логістичної діяльності підприємства. Таким чином, актуальність даного дослідження обумовлена наявністю низки проблем, пов'язаних з удосконаленням процесів управління маркетингово-логістичної діяльності підприємства та розробкою ефективного механізму її функціонування.

Проблему ефективної організації маркетингово-логістичної діяльності в системі управління підприємства вивчали такі вчені як Бондаренко В. М., Семенов К. Л., Голіков Є.О. та інші.

На сучасному етапі ринкових відносини як для великих, так і для малих підприємств логістика є способом оптимізації процесу виробництва товарів і послуг.

Діяльність в області логістики багатогранна. Вона включає управління транспортом, складським господарством, запасами, кадрами, організацію інформаційних систем, комерційну діяльність та багато іншого [1].

Здійснення логістичної діяльності тісно переплітається з іншими видами діяльності на підприємстві. Найбільш істотна взаємозв'язок логістики з маркетингом. Традиційний підхід до маркетингу розглядає товарну політику як одну із найважливіших маркетингових функцій, оскільки саме товар є предметом обміну між виробником та споживачем, а в результаті успішної маркетингової товарної політики підприємство отримує прибуток [4].

Так, визначення асортиментної політики підприємства і планування послуг, що вирішуються службою маркетингу, здійснюються спільно з підрозділами логістики. При цьому завданням логістики є забезпечення виробництва сировиною, управління запасами в розрізі тих видів продукції, випуск яких обґрунтований маркетингом.

Маркетинг і логістика на етапі розподілу продукції не просто доповнюють один одного, а тісно взаємопов'язані і взаємозалежні. Таким чином, сутності логістики та маркетингу тісно переплітаються в процесі задоволення потреб споживачів при оптимальних витратах.

Маркетинг і логістика, два напрямки однієї ланки - економіки, дві гілки, які виростаючи з одного кореня тісно переплітаються на шляху досягнення кінцевої мети - задоволення потреби й одержання максимального прибутку [3].

Маркетинг може сприяти активізації попиту, сприяти інформуванню ринку про товар. Але власне попит - об'єктивний, він формується на ринку, його носіями є споживачі. Логістика реалізує попит.

Впровадження комплексу маркетинг-логістики у господарську діяльність підприємств дозволить приймати швидкі та раціональні рішення щодо забезпечення ефективної взаємодії комплексів маркетингу і логістики задля створення та надання цінності для споживачів та підвищення ефективності роботи підприємства [2].

Можна виділити наступні галузі взаємодії маркетингу і логістики.

По-перше, це ціна, за якою взаємодія відбувається на предмет розробки політики ціноутворення, з урахуванням логістичних витрат.

По-друге, створення системи розподілу потрапляє в області розглянутого взаємодії. Маркетинг визначає учасників процесу купівлі та продажу, а логістика – учасників просування товарів на ринку збуту.

По-третє – це формування термінально-складської системи. Для даного процесу необхідно визначити обсяги продажів і ринків збуту, а також стратегії складування запасів, числа складів в мережі, місцезнаходженням і системою їх постачання, чим займаються маркетинг і логістика, відповідно.

По-четверте, маркетинг, здійснюючи максимальне задоволення при обслуговуванні клієнтів, взаємодіє з логістикою також в області політики

обслуговування клієнтів, де логістика забезпечує гнучкий рівень обслуговування клієнтів, встановлення стандартів обслуговування з урахуванням логістичних витрат [3].

Стратегія підприємства на основі маркетингу без урахування логістики неефективна. Логістика сприяє досягненню максимальної пристосованості підприємства до мінливої ситуації на ринку з найменшими витратами, підвищенню ринкової частки і отриманню переваг перед конкурентами.

Вміле використання поєднання маркетингу і логістики дозволить приймати швидкі та раціональні рішення щодо забезпечення ефективної взаємодії між внутрішнім та зовнішнім середовищем підприємства.

Маркетинг і логістика функціонують як складні самостійні системи, однак стратегію фірми (цілі і завдання, ситуаційний аналіз, спостереження за результатами) виробляє маркетинг, а стратегію процесу руху товару (розробка раціональних і оптимальних матеріальних потоків) – логістика.

Впровадження маркетинг-логістичного управління підприємством допоможе оптимізувати збутову діяльність за рахунок аналізу оборотності та пришвидшення продажів; товарно-матеріальні запаси на підставі прогнозу реалізації; контроль ринкової кон'юнктури та поточних купівельних переваг; взаємовідносини із постачальниками та споживачами; виробничі та операційні витрати.

Список використаної літератури:

1. Бондаренко В. М. Формування взаємозв'язків маркетингу та логістики в підприємницькій діяльності / В. М. Бондаренко // Фахове видання «Економіка України». – 2015. - № 7. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_7_5

2. Семенов К. Л. Формування маркетинг-логістичного міксу в маркетинг-логістичному забезпеченні підприємств / К. Л. Семенов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2016. - № 5(2). - С. 159-162. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2016_5%282%29__33

3. Голіков Є.О. Маркетинг і логістика / Є.О. Голіков. – М.: Дашков і Ко, 2017. – 412 с.

4. Кручак Л. В. Маркетингова товарна політика в системі діяльності підприємств / Л. В. Кручак // Сучасний стан та пріоритети модернізації фінансово-економічної системи України: матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (21 листопада 2019 р.). – К.: Алерта, 2019. - С. 225-226

СЕКЦІЯ 5.
ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Воронова Ольга Юріївна,
к. психол. н., старший викладач кафедри психології,
Барчій Магдалина Степанівна,
старший викладач кафедри психології
Мукачівський державний університет

ОСВІТНЬО-РЕФЛЕКСИВНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЗВО ЯК УМОВА ПРОФЕСІЙНОГО САМОРОЗВИТКУ ЗДОБУВАЧІВ

У сучасних умовах практика управлінської діяльності висуває жорсткі вимоги до фахівця, його інтелекту, мислення, комунікативних навичок, творчого потенціалу в розв'язанні професійних завдань. У новітніх психологічних дослідженнях проблема професійного становлення знаходить своє розв'язання шляхом виявлення передумов розвитку особистості професіонала, виокремлення об'єктивних і суб'єктивних чинників досягнення вершин професіоналізму, актуалізації ролі спілкування та рефлексії у розв'язанні проблем оптимізації спільної взаємодії.

Проблема розвитку професійної рефлексії займає значне місце в наукових розробках учених. Зокрема, проблему формування професійної рефлексії вивчали

О. М. Леонтьєв, Г. С. Костюк, С. Д. Максименко, Л. Б. Шнейдер, С. Л. Рубінштейн, Т. М. Титаренко, Ж. П. Вірна, Є. І. Головаха, О. М. Лактіонова, Т. Д. Щербан.

Професійне становлення ми розглядаємо як одну із форм особистісного розвитку, як багатоплановий і складно детермінований процес зі своєю специфічною структурою та динамікою розвитку, у ході якого особистість стає суб'єктом професійної діяльності та життя в цілому. Провідним фактором цього процесу виступає рефлексія [3]. Більш того, саме активна рефлексія робить професійне становлення особистісно значущим процесом [2].

Умова «створення освітньо-рефлексивного середовища в ЗВО» тісно переплітається з умовою «застосування методів активізації навчально-професійної діяльності студентів економічних спеціальностей», реалізується на всіх етапах навчання та ґрунтується на ідеї впровадження сучасних технологій навчання В. Козакова та Д. Дзвінчук і визначених ними соціально-психологічних аспектах активізації навчання, застосуванні активних методів навчання (таких як, наприклад, малі групи, дискусії, мозкова атака, аналіз ситуацій, симуляції, презентації, інсценізації, управлінсько-рольові та ділові ігри тощо [1].

Базуючись на рефлексивній моделі В. Лефевра, В. Козаков та Д. Дзвінчук акцентують увагу на властивостях, що безпосередньо пов'язані з особливістю поведінки взагалі та рефлексивною зокрема, і наголошують на тому, що освітньо-рефлексивне середовище вимагає від тих хто вчиться і тих, хто вчить, таких рис особистості як самостійність, радикалізм, активність, ініціативність, спроможність до ризику тощо [1].

Проаналізувавши вищезгадану роботу науковців, ми робимо висновок, що середовище буде рефлексивним, якщо сприятиме мотивації успіху, підвищенню рівня самостійності, схваленню і стимулюванню активності, ініціативності, прояву і вияву творчості, наполегливості, радикалізму, ствердженню самодостатності; буде заохочувати прояви індивідуалізму, сприятиме зниженню рівня тривожності, стимулюватиме прагнення успіху, стверджуватиме адекватний високий рівень самооцінки та інтернальний суб'єктивний контроль. Розвиток здобувача вищої освіти в освітньому просторі – це система формування його готовності до неперервного особистісно-професійного самовдосконалення і саморозвитку. Загалом можна зазначити, що рефлексивний характер професійного середовища - це певна система умов розвитку професіонала, яка відкриває перед ним можливості самодослідження і самокорекції соціально-психологічних і професійних ресурсів.

Отже, створення в цьому просторі освітньо-рефлексивного середовища сприятиме неперервній самоосвіті та саморозвитку студентів через набуття ними відповідних знань, умінь, навичок та особистісно-професійного досвіду впродовж усього життя.

Список використаної літератури:

1. Козаков В. А. Психолого-педагогічна підготовка фахівців у непедагогічних університетах: методологія та практика : монографія / В. А. Козаков, Д. І. Дзвінчук – К. : ЗАТ "НІЧЛАВА", 2003. – 140 с.

2. Шапошникова Ю.Г. Проблема рефлексії у філософських та філософсько-психологічних дослідженнях // Стратегія соціально-психологічного та медико-біологічного забезпечення життєдіяльності людини: Матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конференції. – Миколаїв: МДУ, 2004. – С. 172-177.

3. Шнейдер Л. Б. Профессиональная идентичность: теория, эксперимент, тренинг : учеб. пособие. / Л. Б. Шнейдер . – Москва : МПСИ : МОДЭК, 2004. – 600 с.

Кучінка Тетяна Василівна,
к.е.н., завідувач аспірантури
Мукачівського державного університету

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ВЧИТЕЛЯ ДО ВИХОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вимоги сучасного суспільства змістили акценти у професійній підготовці майбутніх учителів. Специфіка виховної діяльності вчителя в умовах сучасності вимагає від нього творчого і критичного мислення, спостережливості, уміння планувати, здійснювати й аналізувати педагогічний процес, розв’язувати низку педагогічних задач, спрямованих на досягнення загальної мети – формування особистості учня, його світогляду, переконань, свідомості, поведінки [1].

Якість професійної підготовки майбутнього вчителя розглядається науковцями як відповідність рівня його професійної підготовки вимогам, які ставить до вчителя суспільство як до професіонала, котрий зможе професійно вирішувати завдання, пов’язані як із виконанням соціально значущих професійних функцій, так і з розширенням спектра власної педагогічної діяльності [2].

У зв'язку з цим учитель має володіти не лише фундаментальними знаннями предметних дисциплін, але й комплексом конкретних засобів професійної діяльності щодо застосування надбаних знань і умінь під час реалізації виховної діяльності. Вона реалізується через систему умінь, спрямованих на одержання конкретного результату професійної виховної діяльності. До основних умінь, які впливають на продуктивність такої діяльності, відносимо [3, с. 21]:

гностичні — вміння аналізувати літературу, різні соціально-педагогічні концепції, досліджувати об'єкт, процес і результат власної праці; аналізувати педагогічну ситуацію та її вплив на розвиток і формування особистості; вивчати індивідуальні й вікові особливості різних категорій молоді; правильно сприймати та аналізувати соціальні події життя вихованців, їхню поведінку, причини та мотиви вчинків;

проектувальні — вміння формувати цілі, систему завдань соціально-виховної роботи, прогнозувати програму індивідуального розвитку вихованця; моделювати зміст, форми та методи виховної діяльності й можливі педагогічні ситуації, моделі поведінки своїх вихованців способи виховного впливу на них; передбачати труднощі у виховній діяльності;

конструктивні — вміння реалізувати поставлені завдання; добирати продуктивні форми, методи та прийоми у виховній роботі з різними категоріями учнівської молоді; визначати мету та планувати засоби вдосконалення власної діяльності;

комунікативні — вміння встановлювати доцільні, доброзичливі стосунки з вихованцями: проявляти педагогічний такт, душевну чутливість, делікатність, терпимість, милосердя у виховній роботі з учнями, управляти своїми емоціями за будь-яких обставин;

організаторські — вміння сприяти індивідуальному розвитку особистості, її природних задатків; формувати високорозвинений учнівський колектив; спільно з учнями організовувати різноманітні виховні заходи; навчати їх засобам орієнтації у можливих соціальних ситуаціях; вчити приймати самостійні, оптимальні рішення; розвивати організаторські здібності;

оцінні — вміння оцінювати результати власної виховної роботи з учнями; контролювати свої дії, психічний стан, поведінку, професійні стосунки та діяльність вихованців;

прикладні — вміння грати на музичних інструментах, малювати, виразно читати, займатися спортом, мати технічні навички тощо. Технології формування професійної умілості майбутніх педагогів спираються на принцип саморозвитку і послідовне навчання їх методам, що розвивають визначені вміння.

Процес підготовки майбутнього вчителя до виховної діяльності можна умовно поділити на такі основні етапи:

– оволодіння певним рівнем теоретичних знань про сутність виховного процесу і його специфічні особливості, про компоненти виховної системи й сучасні технології виховання, про принципи й методи виховання, форми організації виховної роботи.
– формування первинних практичних умінь аналізу виховних ситуацій, планування й проведення різних виховних заходів для певної вікової категорії
– удосконалення практичних умінь і навичок організації виховних справ під час педагогічної практики в школі. Учитель як вихователь повинен не тільки професійно володіти знаннями, а й уміннями майстерно здійснювати виховну діяльність, орієнтуватися у різних виховних системах.
– поглиблення теоретичних знань, формування практичних умінь майбутніх вчителів у позааудиторній роботі [3].

Отже, у процесі підготовки майбутнього вчителя до виховної діяльності важливу роль відіграє професійна умілість та набуття умінь, спрямованих на одержання конкретного результату професійної діяльності. На сучасному етапі розвитку освіти доцільно зосередити увагу на таких етапах становлення майбутнього вчителя до виховної діяльності як оволодіння теоретичних знань, формування первинних практичних умінь, удосконалення навичок, поглиблення умінь у позааудиторній роботі, а також гуманістична спрямованість у стосунках з учнями, методична гнучкість і відповідна особистісна позиція.

Список використаної літератури:

1. Веред Л.Г. Підготовка вчителя початкової школи до професійної

діяльності / Вісник психології і педагогіки [Електронний ресурс] : Збірник наук. праць / Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка, Інститут психології і соціальної педагогіки Київського університету імені Бориса Грінченка. – Випуск 5. – К., 2011.

2. Дубасенюк О.А. Професійна підготовка педагогічних працівників: наук.-метод. зб. / О.А. Дубасенюк. Ін-т педагогіки і психології проф. освіти АПН України, Житомир. держ. пед. ун-т ім. І. Франка. – К. – Житомир, 2000.

3. Професійна підготовка майбутнього вчителя до педагогічної діяльності: Монографія / О.А. Дубасенюк, Т.В. Семенюк, О.Є. Антонова – Житомир: Житомир. держ. пед. ун-т, 2003.

Ліба Н.С.,
д.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Головачко В.М.,
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Максименко Д.В.,
к.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівського державного університету

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНИХ ГАЛУЗЕЙ

В умовах ринкової економіки особливого значення набуває вища економічна освіта. Оскільки модернізація економічних відносин, утвердження ринкових принципів господарювання є основою всіх суспільних і соціальних перетворень, підготовка фахівців нової формації для економічної галузі набуває особливої актуальності. В економічному розвитку держави фахівці економічної галузі відіграють важливу роль, оскільки від їхнього рівня професійної компетентності залежить успіх фінансово-господарської діяльності всієї країни й окремих підприємств.

Сучасні фахівці-економісти повинні ефективно працювати як у межах власної країни, так і в міжнародному глобальному просторі, володіючи знаннями, вміннями та навичками, характерними для професії, та максимально сприяти розвитку сучасного ринку праці.

Освітньо-професійна програма вищої школи трактує компетентність фахівців економічної галузі як “високий потенціал функціональної освіти і професійної підготовки для обліково-економічної, фінансової, банківської, організаційно-управлінської, аналітичної і дослідної діяльності в галузі економіки на виробництві, у сфері послуг, в управлінні й науково- дослідних закладах”.

З одного боку, виробнича практика до фахівців економічної галузі ставить такі вимоги, як високий інтелектуальний рівень, володіння певними професійними, практичними навичками та вміннями, а з іншого боку - це наявність належного обліково-економічного досвіду. Відповідно до того чи

іншого виду професійної діяльності вітчизняні й зарубіжні дослідники розрізняють за змістом трактувань поняття „компетентність” і „професійна компетентність”.

Введення поняття „професійна компетентність” обумовлено шириною його змісту, інтегративністю характеристик, які уможливлюють такі поняття, як „професіоналізм”, „кваліфікація”, „професійні здібності” тощо. У педагогічній науці поняття “професійна компетентність” розглядається як сукупність знань і вмінь, що визначають результативність праці, а саме: об’єм навиків розв’язання задач; комбінацію особистісних якостей і властивостей; комплекс знань і професійно значущих особистісних якостей; вектор професіоналізації; єдність теоретичної і практичної готовності до праці; здібність сприймати складні види діяльності.

У сучасній науковій літературі можливість здійсню вати деяку професійну діяльність визначають терміном професійна компетентність, під яким розуміють складну інтегровану якість особистості, причому, мова йде не про окремі знання або вміння і навіть не про сукупність окремих процедур діяльності, а про властивість, що дозволяє людині здійсню вати діяльність у цілому.

Можна виділити такі якості майбутніх фахівців економічної галузі, що характеризують їхню професійну компетентність:

- володіння на високому рівні професійною діяльністю в певній галузі; - здатність проектувати свій подальший професійний розвиток;

- здатність нести професійну відповідальність за результати своєї праці;

- здатність здійсню вати виробничі, професійні дії; - володіння та впровадження своїх знань за допомогою комп’ютера та автоматизованих систем;

- ерудованість і знання облікової, економічної, фінансової, банківської нормативно-правової бази;

- знання та вдосконалення Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку , Законів України, методичних рекомендацій, інструкцій;

- мотивованість до праці в професії, задоволення професією;

- досягнення бажаних перед суспільством результатів;

- засвоєння норм, еталонів професії, досягнення майстерності в ній;

- досягнення потрібного рівня професійних якостей, знань і вмінь;

- збагачення досвіду професії завдяки особистому творчому внеску;

- готовність до якісної і кількісної оцінки своєї праці, вміння самостійно це робити.

Отже, в основі як життєвої, так і професійної компетентності лежить здатність людини до прийняття та реалізації самостійних оптимальних рішень із певних питань та водночас брати на себе відповідальність за наслідки своїх дій щодо здійснення цих рішень. Згідно з позицією професійної компетентності можна визначити ступінь відповідності характеристик колективу (персоналу) переліку вимог, які пред’явлені певній професії. Тобто майбутній фахівець може бути професіоналом у цілому у своїй галузі, але не бути компетентним у вирішенні усіх професійних питань.

Список використаної літератури:

1. Савченко А. Г., Пухтпаєвич Г. О., Тітьонко О. М. Макроекономіка: Підручник. – К.: Либідь, 1999. – 288 с

2. Теловата М. Т. (2014) Концептуальна модель професійної компетентності майбутніх фахівців економічної галузі. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації, №1, 314–332.

Лібак Наталка Андріївна,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальність 011, Освітні педагогічні науки,
Мукачівського державного університету

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ВЧИТЕЛІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Питання підготовки майбутніх учителів до професійної діяльності завжди було в центрі уваги педагогічної науки. Значення цієї проблеми не піддають сумнівам, однак в сучасних умовах актуалізовано вивчення питання професійної підготовки учителя в закладах вищої освіти відповідно до викликів сучасного динамічного суспільства.

Питання покращення професійної підготовки в закладах вищої освіти висвітлені у працях В. Андрущенка, В. Бондаря, І. Зязюна, О. Пєхоти, Л. Хорунжої. Пошуком шляхів удосконалення освітнього процесу ЗВО займаються Т. Бондар, О. Дубасенюк, В. Лозовий, О. Матвієнко. Проблему вдосконалення професійної підготовки майбутніх вчителів досліджують відомі педагоги: Т. Атрощенко, Л. Хомич, О. Лук'янченко, В. Чепікова, Н. Демидчук, Д. Тхоржевський та ін.

Основним завданням виступає дослідження сутності терміну «професійна підготовка». Згідно словника української мови термін «підготовка» – це запас знань, навичок, досвід і т. ін., набутий у процесі навчання, практичної діяльності [1]. До професії відноситься рід занять, трудова діяльність яка вимагає певних вмінь та навичок [2]. Поняття «підготовка» вживається не як самостійна лексична одиниця, а поряд з іншими термінами або професійними визначеннями. Для більш ґрунтовної характеристики терміну «професійна підготовка» наводимо визначення у табл. 1. (авторське розроблення).

Таблиця 1

Визначення терміну «професійна підготовка»

№ п/п	Визначення	Автор
1.	«професійна підготовка» полягає у передачі відповідних знань та умінь; отриманні спеціальних навичок, компетентностей, практичних здібностей, які дають змогу успішно працювати за обраною професією	Енциклопедія професійної освіти Батишева С. Я., 1999

2.	поняття «професійна підготовка» трактується як процес професійного навчання, головною метою якої є отримання знань необхідних для виконання певної роботи	Новий тлумачний словник української мови, 2001
3.	професійна підготовка – це сукупність виховних та освітніх заходів, які сприяють формуванню в людини професійної спрямованості, сукупність умінь, знань, практичної підготовки, що визначає ступінь підготовленості особистості та здатність до виконання певної професійної діяльності та прагне до її виконати	Танько Т., 2002
4.	професійна підготовка в широкому значенні – це цілеспрямована організація навчання професійних кадрів, різні форми здобуття професійної освіти; у вузькому – пришвидшена форма опанування професійних навичок	Когут Л., 2006
5.	професійна підготовка – багатогранний феномен, який передбачає розвиток професійних знань, окреслення мінімальних меж компетентності на етапі завершення педагогічної підготовки, а також оволодіння професійними компетентностями	Мукан Н, 2006
6.	професійна підготовка, що це забезпечення професійних знань та умінь, насамперед професійно- важливих і соціально значущих якостей особистості, отримання практичної підготовки для вирішення типових професійних завдань, набуття професійної спрямованості особистості	Зеер Э., 2007
7.	«професійна підготовка» як професійні компетенції, що вкрай важливі для майбутньої професійної діяльності.	Чепка О., 2010
8.	професійна підготовка - процес формування та збагачення настанов, знань і вмінь, необхідних майбутньому фахівцеві для адекватного виконання специфічних завдань освітнього процесу	Ярошко М., 2011
9.	професійна підготовка необхідна вибудовуватись на співпраці суб'єктів освітнього процесу, налагодженні рівноправних взаємин, прийнятті й розумінні кожного, організації діалогу	Дегтарьова Г., 2013
10.	«професійна підготовка» визначається як здобуття кваліфікації за відповідним напрямом підготовки або спеціальністю	Закон України «Про вищу освіту», 2014

Розроблено на основі джерел [3-7]

Згідно таблиці 1, можемо зробити висновок, що термін «професійна підготовка» є багаторівневим термінопоняттям, що полягає у передачі відповідних знань та умінь, отриманні спеціальних навичок, компетентностей, здобутті кваліфікації за відповідним напрямом підготовки або спеціальністю, професійному навчанні, отриманні практичної підготовки для вирішення типових професійних завдань, набуття професійної спрямованості особистості. Підготовка майбутнього вчителя є основою освіти майбутнього покоління, що має суттєвий вплив на всі суспільні процеси і визначає пріоритети розвитку нашої країни.

Майбутній учитель повинен виступати певним моральним ідеалом для своїх підопічних, тому підготовка педагогів цієї ланки є надзвичайно важливим

аспектом у розвитку суспільства. Підготовка майбутніх вчителів мусить містити усі можливі впливи на формування універсальності спеціалістів, а саме: блоки необхідних дисциплін, формування вміння вибудовувати гуманні взаємини з усіма учасниками освітнього процесу, прагнення до постійного професійного та особистісного розвитку, а також сучасне бачення позитивного педагогічного іміджу.

Список використаної літератури:

1. Академічний тлумачний словник української мови – Режим доступу http://sum.in.ua/s/pidghotovka

2. Академічний тлумачний словник української мови – Режим доступу http://sum.in.ua/s/profesija

3. Энциклопедия профессионального образования / п од ред. С. Я. Батышева. – М.: АПО, 1999. – Т. 2. – 440 с.

4. Закон України «Про вищу освіту»[Електронний ресурс]–Режим доступу http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2984-14.

5. Новий тлумачний словник української мови: Т. 2. К - П. / [уклад. В. В. Яременко, О. М. Сліпушко, ред. Л. І. Андрієвський]. – [2 - е в ид., випр.]. – К. : «Аконіт», 2001 . – 928 с.

6. Зеер Э. Ф. Психология профессионального развития: учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений / Э. Ф. Зеер. – 2 - е изд. стер. – М. : Изд.центр «Академия», 2007 . – 240 с.

7. Сластенин В. А., Исаев И. Ф., Шиянов Е. Н. Общая педагогика: учеб. пособие. / Под ред.. В. А. Сластенина – М. : Издательский центр «Академия», 2002 . – 576 с.

Марценюк Марина Олексіївна,
к. психол. н., старший викладач кафедри психології,
Мукачівського державного університету

ШЛЯХИ ПРОФЕСІЙНОГО ТА ОСОБИСТОГО САМОВДОСКОНАЛЕННЯ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ

Сучасне суспільство висуває високі вимоги до професійної підготовки та компетентностей такого фахівця як психолог. Перед вищою освітою сьогодні постає завдання підготовки грамотного, ерудованого та конкурентно-спроможного психолога. Проте, рівень та якість його підготовки залежить не тільки від ЗВО, професорсько-викладацького складу, матеріально-технічного забезпечення. Часто він залежить від самого здобувача вищої освіти і його власних бажань, спрямувань, мотивів та «неформальних» шляхів професійного та особистісного розвитку [1].

У реальному студентському житті окрім стандартизованого формату навчального процесу підготовки психологів, існують ще так звані «неформальні шляхи» професійного і особистісного розвитку. І саме вони мають особливе значення в процесі професійної підготовки і вдосконалення. Вони дозволяють студенту відчути себе творчою особистістю, справжнім суб'єктом навчально-професійної діяльності. Умовно можна виділити наступні варіанти

«неформальних шляхів» професійного та особистісного самовдосконалення як для студентів-психологів, так і для молодих психологів-фахівців:

1. Вчитися у клієнтів, серед яких зустрічаються люди дуже проникливі і тонко відчуваючі ситуацію. У повноцінних консультаціях важливо так організувати роботу, щоб всі здібності і таланти психолога були ніби поєднані з талантами клієнта, коли у спільній роботі клієнт чомусь вчиться у психолога, а психолог - у клієнта.

2. «Тренуватися» у тих випадках, коли якісь заняття здаються студенту нецікавими. У навчальній аудиторії таке «тренування» на «нецікавих заняттях» може виражатися в тому, що студент просто вправляється у використанні невербальних засобів (поза уважного слухача, доброзичливий погляд, повне вприйняття) з метою створити для викладача атмосферу, коли йому самому захочеться розповісти щось важливе і зробити це цікаво та із задоволенням для себе. Окрім чисто невербальних засобів можуть бути використані й інші прийоми, наприклад, тактовно задане запитання, а може бути, запитання. Це не обов'язково повинно стосуватися конкретних проблем психології. Мабуть, когось з викладачів така «провокація» спонукає до активного діалогу з Вами і аудиторією в цілому. Але такі «провокації» треба виконувати тільки в тактовній і доброзичливій формі.

3. Вчитися у спільній діяльності з колегами-психологами. Мова йде і про так звані практики, «стажування» (це вже формальна, спеціально організована форма підвищення кваліфікації фахівця), і про формат взаємовідвідування занять. Психолог може просто постежити за роботою свого колеги, а то і послухати про те, як він розказує про свої успіхи і невдачі.

4. Самоосвіта студента-психолога. Для цього слід навчитися планувати свій вільний час, скласти певний план і програму своїх основних дій тощо. Іноді це краще робити спільно з однокурсником. Але реально досить складно жити і вчитися за «наперед складеним планом», хоч у житті дорослого фахівця так і є. Набагато важливіше мати загальну мету, ідею, виділити для себе головні проблеми, які «зачіпають» у різних ситуаціях. Оскільки психолог - професія творча, то таку творчість повністю неможливо алгоритмізувати з допомогою чітко виконуваних програм. Але якщо у творчої людини є ідея, що її хвилює, то у різних життєвих ситуаціях вона свідомо (або навіть неусвідомлено) шукатиме відповіді на хвилюючі її запитання.

5. Самостійна підготовка тез, статей може дуже сильно мобілізувати молоду людину у професійному розвитку. Саме підготовка наукового тексту - це вже виклад деякої ідеї. Важливо, щоб ці тексти відображали якісь власні ідеї.

6. Участь в наукових конференціях, психологічних школах. Це також сильно мобілізує молодого психолога, підвищує у ньому почуття відповідальності за свій професійний рівень, особливо, коли доводиться готувати доповіді та виступати у присутності своїх однокурсників і відомих психологів. Сама підготовка до таких формальних заходів звичайно здійснюється студентом (або молодим фахівцем) без якогось примусу і в цьому значенні її можна віднести до неформальних шляхів саморозвитку.

7. Нарешті, організація дискусій зі своїми однокурсниками, а може, і з тими викладачами, з якими склалися стосунки довіри і співпраці. Сама суперечка не тільки вселяє впевненість у своїх силах, але також виявляє і слабкість аргументів та інші недоліки студента, наприклад, зайву імпульсивність чи навіть агресивність, нездатність чслухати співбесідника. Якщо студент справді професійно зорієнтований, це не стане приводом для переживання через поразку в суперечці і свою невідповідність ситуації, а шансом стати кращим на основі усвідомлення своїх недоліків. Перемога над самим собою – найбільша перемога. Навіть невдала (програна) суперечка може сильно мобілізувати студента для того, щоб з потрійною енергією звернутися до книг і підручників, які студент буквально «ковтатиме» (хоча раніше довго мучився з цими книгами і нічого не розумів у них). Програна суперечка стає енергетичною основою для саморозвитку. Але скористатися такою можливістю може лише людина сильна, з розвинутою волею, що здатна сама собі признатися у своїй недосконалості [2].

Тож, процес навчання, здобуття професії, становлення фахівця та особистісного розвитку може відбуватися різними шляхами. Особливе місце в такому відповідальному процесі займає, так званий, «неформальний шлях», який дозволяє студенту відчути себе творчою особистістю, справжнім суб'єктом навчально-професійної діяльності та сформуватися професійно.

Список використаної літератури:

1. Основи практичної психології / За ред. В. Панка, Н. Чепелєвої та ін. — К.: Либідь, 2001. – 534с.

2. Шляхи професійного розвитку психолога. Режим доступу: https://thelib.info/psihologiya/3195380-shlyahi-profesijnogo-rozvitku-psihologa/

Матвійчук Світлана Салманівна,
к.т.н, ст. викладач кафедри ІТ та ПО
Мукачівського державного університету
Коваль Тетяна Володимирівна,
ст. викладач кафедри ІТ та ПО
Мукачівського державного університету

ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ ДУАЛЬНОЇ ОСВІТИ В МУКАЧІВСЬКОМУ ДЕРЖАВНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ПРИ ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Мукачівський державний університет - це єдиний вищий навчальний заклад на Закарпатті, в якому здійснюється підготовка інженерно-технічних та інженерно-педагогічних фахівців для потреб легкої промисловості. За десятки років підготовки високопрофесійних кадрів в регіоні, колектив викладачів університету розробив власну концепцію підготовки фахівців прикладних спеціальностей – дизайнерів, конструкторів, технологів та педагогів професійного навчання.

Невід'ємною складовою самореалізації людини є перш за все успіх. Саме успішна кар'єра є засобом і чинником, які сприяють її самоствердженню у цьому світі, процесом, в якому найповніше реалізуються особистісний і соціальний потенціал молодої людини. Розуміючи це, частина студентів поєднує навчання з роботою на підприємствах за індивідуальним графіком. Правда, не всі роботодавці підтримують паралельне навчання своїх працівників. Тому, впровадження дуальної освіти, на нашу думку, легалізує права таких студентів, спрямовуючи аудиторну підготовку, прагнення студентів та роботодавців в єдине правове русло, підкріплене угодами.

Концепція дуальної освіти передбачає поєднання навчання та роботу за фахом для набуття компетентностей певної кваліфікації, дозволяє готувати більш конкурентоспроможних випускників на ринку праці та є особливо актуальною для прикладних спеціальностей [1,2].

Дуальна освіта дозволить роботодавцям включатись в процес навчання, тобто, бути стейкхолдерами у дії. Тому, з метою формування думки та рекомендацій щодо подальшої плідної співпраці та спільної підготовки фахівців для швейної промисловості регіону, кафедрою інженерії, технологій та професійної освіти протягом року було організовано та проведено ряд заходів з групами впливу - стейкхолдерами:

- он-лайн круглий стіл «Перспективи впровадження дуальної форми освіти в Мукачівському державному університеті при підготовці фахівців для швейного регіону», що відбувся 30 березня 2021 року [3].
- он-лайн круглий стіл «Навчання в університеті як продовження кар'єри», організований Мукачівським державним університетом спільно з Навчально-методичним центром профтехосвіти Закарпаття, що відбувся 20 квітня 2021 року [4].

До круглих столів доєдналися роботодавці, викладачі, майстри та учні всіх професійно-технічних закладів області, в яких проводиться підготовка робітничих кадрів для швейної промисловості регіону. Під час зустрічей кожен з присутніх на заходах мав можливість висловитись відносно актуальності питання дуальної освіти у вищих навчальних закладах та висвітлив рекомендації і своє бачення втілення в практику цієї форми освіти на швейних підприємствах регіону та у освітніх закладах, що готують фахівців для легкої промисловості.

З метою ознайомлення з досвідом впровадження дуальної форми навчання в освітній процес, викладачі кафедри прийняли участь в ряді семінарів, конференцій, на яких організаторами та запрошеними спікерами розглядались механізми упровадження підготовки фахівців у закладах вищої та передвищої освіти України за дуальною формою здобуття освіти:

- конференція «Дуальна освіта: виклики та перспективи в Україні», організованої 14 червня 2021 року Київською школою економіки (дистанційна участь);
- вебінар з питань дуальної освіти для учасників пілотного проекту з впровадження дуальної освіти, що відбувся 26 листопада 2021 року (організатор – Державна установа «Науково-методичний центр вищої та передвищої освіти» МОН України).

За результатами аналізу пропозицій та рекомендацій стейкхолдерів ініціативною групою викладачів кафедри ІТ та ПО розроблено «Положення про дуальну форму здобуття вищої освіти в Мукачівському державному університеті». Наказом МОН України від 15.09.2021 року №991 Про внесення змін до наказу МОН України від 15 жовтня 2019 року №1296 Мукачівський державний університет за спеціальностями кафедри включений в пілотний проект з підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти, тож ми готові до впровадження нового досвіду.

Список використаної літератури:

1. Концепція підготовки фахівців за дуальною формою здобуття освіти, 2018р. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/660-2018-%D1%80#Text.
2. Дуальна освіта : «добре забуте старе», чи крок до передового досвіду європейських освітніх технологій https://msu.edu.ua/novini/dualna-osvita-dobre-zabute-stare-chi-krok-do-peredovogo-dosvidu-yevropejskix-osvitnix-texnologij/ .
3. Швейні підприємства регіону підтримують впровадження дуальної освіти в МДУ https://msu.edu.ua/novini/shvejni-pidpriyemstva-regionu-pidtrimuyut-vprovadzhennya-dualno%d1%97-osviti-v-mdu/ .
4. Навчання в університеті як продовження кар'єри https://msu.edu.ua/novini/navchannya-v-universiteti-yak-prodovzhennya-karyeri/.

Паласевич Микола Богданович,
к.е.н., доцент кафедри кафедри економіки та менеджменту
Дрогобицький державний педагогічний
університет імені Івана Франка

ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ОСВІТИ

Завдання оновлення функцій закладів освіти в нових соціально-економічних умовах зажадали переорієнтації цілей аналізу сформованої ними системи аналітичної інформації. Основною метою контрольно-аналітичної діяльності в освітніх закладах був процес пізнання об'єкта, збір і первинна обробка інформації про нього і супутня цьому робота: розробка навчально-методичних рекомендацій з ліквідації відхилень від норми; впровадження інноваційних соціологічних, психологічних і педагогічних технологій вивчення об'єкта дослідження; використання ефективних педагогічних засобів навчально-виховного процесу. Тому головним завданням управлінців прийнято було вважати: - вивчення стану педагогічного об'єкта (явища); - перевірка виконання управлінського рішення; - визначення відповідності результатів поставленим вимогам.

Соціально-педагогічна реальність зажадала переорієнтації цілей пізнавального (проміжного) процесу на перетворюючий з виходом на кінцевий результат діяльності закладу освіти. У зв'язку з цим зміст блоків традиційної аналітичної інформації вдосконалюється відповідно до нових цілей та виходом на ефективні параметри результатів діяльності освітнього закладу [1, с. 21].

На практиці ефективність часто вживається як синонім слова «результативний». Ефективними називають дії, які ведуть до результату, задуманого як мета. Ефективність діяльності будь-якої системи повинна багато в чому визначатися метою управлінням. Існують різні підходи до визначення поняття «ефективність управління». У нормативних і законодавчих документах також відсутня єдність навіть в підходах до цього питання. Пропонуючи ефективність як найважливіший критерій якості управління, вони не рекомендують шляхів оцінки ефективності управління навчальним закладом.

Аналіз досвіду управлінських інновацій дає можливість включити в поняття «ефективність управління» закладом освіти наступні складові характеристики: - реалізацію поставленої мети; - якість навчально-виховного процесу, мотивацію навчальної та творчої діяльності; - забезпечення соціальної комфортності навчально-виховного процесу для педагогічних колективів [3, с. 8].

Поняття «ефективність управління» освітнім закладом можна представити у вигляді чотирьох компонентів:

- цільову ефективність управління;
- ресурсну ефективність управління;
- соціально-психологічну ефективність управління;
- технологічну ефективність управління.

В теорії управління освітніми установами намітилася тенденція до розробки і застосування комплексних методик оцінки діяльності керівника. Це передбачає наявність одночасно декількох предметів в структурі використовуваної інформації, а отже, судження про якості керівника має різні підстави. При аналізі управлінської діяльності слід оцінювати і особистість керівника закладу освіти, і умови його педагогічної діяльності, і результати навчально-виховного процесу [2, с. 43].

Значення критерію ефективності функціонування керованої педагогічної системи залежить від стану самої системи і, може залежати, від керуючих впливів, тобто з чиєї точки зору аналізується ефективність. Якщо відома залежність стану керованої системи від управління, то отримуємо залежність ефективності функціонування керованої системи тільки від дій, що управляють.

Список використаної літератури:

1.Калашникова С.А. Освітня парадигма професіоналізації управління на засадах лідерства:монографія / С.А.Калашникова. – К.: Київськ. ун-т імені Бориса Грінченка, 2010. – 380с.

2. Лукіна Т.О. Визначення соціальної ефективності державного управління якістю загальної середньої освіти //Державне управління якістю загальної середньої освіти в Україні: Монографія. – К.: Вид-во НАДУ, 2004. – 292с.

3. Модернізація вищої освіти України і Болонський процес: Матеріали до першої лекції / Уклад. М.Ф. Степко, Я.Я. Болюбаш, К.М. Левківський, Ю.В.Сухарніков; відп. ред. М.Ф. Степко. – К. 2004. – 24 с.

Симонян Віталій Вікторович,
здобувач вищої освіти ОНС «Доктор філософії»,
спеціальність 015 «Професійна освіта (за спеціалізаціями)»
Мукачівського державного університету

ЕТНОКУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ФАХОВОГО ЦИКЛУ У ПРОЦЕСІ ВОКАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ

Актуальність теми – розкрити зміст професійної підготовки викладача вокалу у контексті етнокультурної компетентності Вокальне навчання є однією з основних виконавських та практичних дисциплін фахового циклу у процесі підготовки майбутніх фахівців музичного мистецтва. Вокальна підготовка спрямована на пристосування голосового апарату студентів до професійного співу. Цей процес ґрунтується на формуванні стійких вокальних умінь і навичок, які формуються на основі оволодіння механізмами «Постановки голосу».

На сучасному етапі пріоритетним для процесу вокальної підготовки майбутніх викладачів музичного мистецтва стає формування нового культурно-освітнього ідеалу на засадах етнокультурологічного підходу.

Вивчаючи на заняттях з «Постановки голосу» українські народні пісні майбутні вчителі навчаються відтворювати й усвідомлювати значення інтонацій голосу: благальні, вольові, лагідні, грізні тощо. Інтонаційний контур найдавніших «наспівів» був невіддільний від вольових, благальних, грізних та інших виявів, які вживалися й у звичайному мовленні І врешті, знання з етнокультурної спадщини знаходять своє втілення під час знайомства з авторськими методиками навчання співу, для прикладу – методика В. Ємельянова; а також знайомляться зі стилями (манерами) співу в народі: - співучий стиль – широкий, плавний, зв’язний, плинний стиль, кантилена. Це найбільш поширений у народному співі стиль; - декламаційний стиль, який наближається до будови й інтонацій мовлення (речитатив), існує в окремих різновидах співу кобзарів, лірників; - колоратурний стиль – певною мірою передбачає велику кількість прикрас, пасажів, які виконуються у швидкому темпі на окремі голосні або склади. Найменш поширений у народному співі.

Вивчаючи вокальний репертуар на індивідуальних заняттях уможливлюється реалізація основних функцій етнокультурної підготовки майбутнього викладача музичного мистецтва: світоглядна, ціннісну, комунікативна, діагностична, прогностична.

Світоглядна функція є стрижнем культури, що об’єднує у свідомості особистості знання про світ і саму себе, визначає пріоритет тих чи інших цінностей. Світогляд, як цілісне уявлення про природу, суспільство, виявляється у

системі цінностей, ідеалів особистості, що включає сукупність знань про світ, почуття, ставлення, оцінки, переконання тощо .

Ціннісна функція є важливим показником навчальної та виконавської діяльності викладачів вокалу. На думку Е. Абдулліна, ціннісна функція є найважливішим «зерном та показником виникнення і функціонування професійно-особистісних якостей майбутнього вчителя музичного мистецтва, його рефлексивного відношення до об'єктів музично-педагогічної діяльності: до учнів, до музики, до реалій музично-педагогічної теорії і практики, до самого себе».

Комунікативна функція пов'язана з великим впливом ефективного застосування у практичній діяльності викладача вокалу комунікативної функції надає можливість створювати у навчальному середовищі творчу взаємодію між учителем та учнями.

Діагностична функція пов'язана з розпізнаванням та вивченням істотних ознак етнокультурної освіченості, форм визначення як реалізованих цілей мистецької освіти. Ця функція дозволяє у процесі безпосереднього опитування студентів та викладачів вищих навчальних закладів виявити їх ставлення до формування етнокультурної підготовки у процесі фахового навчання.

Прогностична функція дозволяє здійснити прогнозування предметного змісту етнокультурної підготовки викладачів вокалу у процесі фахового навчання і конструювати форми майбутньої спільної діяльності викладача та студентів як учасників і суб'єктів творчої етнокультурної взаємодії і комунікації. У процесі такого виду діяльності відбувається інтерпретація важливих стимулів, що дозволяють виявити сучасні тенденції, установки, емоційні стани учасників педагогічної взаємодії в етнокультурному навчанні.

Таким чином, проведений аналіз наукових і методичних джерел дозволили окреслити сутність і специфіку організації вокальної підготовки викладача вокалу спрямованої на формування їх готовності для впровадження етнокультурної компетентності здобувачів вищої освіти.

Список використаної літератури:

1. Хоружа О.В. Етнокультурна освіта в системі фахової підготовки майбутнього вчителя музики / О.В.Хоружа // Наука і молодь: Збірник праць щорічної науково-практичної конференції студентів та молодих учених (18 квітня 2008 року) – К.: Міжгалузевий інститут управління, 2008. – Випуск 3. – С. 14-16.

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКОВО - АНАЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ»

28 жовтня 2021 року

МАТЕРІАЛИ ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ - КОНФЕРЕНЦІЇ

Мукачівський державний університет
вул. Ужгородська, 26,
м. Мукачево, Закарпатська обл., 89600,
тел./факс: (03131) 2-11-09.
E-mail оргкомітету конференції: http: www.msu.edu.ua