

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ  
«ЛЬВІВСЬКА ЕКОНОМІЧНА ФУНДАЦІЯ»

ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«ЛЬВОВСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ФУНДАЦИЯ»

## **Удосконалення механізмів регулювання фінансово-економічної системи**

Матеріали  
Всеукраїнської науково-практичної конференції  
(Львів, 31 липня 2021 року)

## **Совершенствование механизмов регулирования финансово-экономической системы**

Материалы  
Всеукраинской научно-практической конференции  
(Львов, 31 июля 2021 года)

Львів  
2021

УДК 338.242(063)  
У 31

**Удосконалення механізмів регулювання фінансово-економічної системи:** Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (Львів, 31 липня 2021 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – Львів: ЛЕФ, 2021. – 96 с.

**Совершенствование механизмов регулирования финансово-экономической системы:** Материалы всеукраинской научно-практической конференции (Львов, 31 июля 2021 года) / ОО «Львовская экономическая фундация». – Львов: ЛЭФ, 2021. – 96 с.

УДК 338.242(063)  
У 31

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

© Колектив авторів, 2021  
© Львівська економічна фундація, 2021

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

<b>Дерігін О. Д.</b> НАУКОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....	5
<b>Лункіна Т. І.</b> РОЛЬ ЛОКАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У РОЗВИТКОВІ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ.....	9
<b>Пушак Я. Я., Харабовський Ю. І.</b> ВПЛИВ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ .....	12
<b>Фісуненко Н. О.</b> ВПЛИВ МОНОПОЛІСТИЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	15

### СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<b>Баран Р. Я.</b> СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА .....	19
<b>Вербик В. С.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	22
<b>Канішева К. С.</b> ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	25
<b>Кошова Л. М., Вальковська А. П.</b> ЕКОЛОГО-ОРГАНІЧНИЙ МАРКЕТИНГ: ЛОГІСТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	29
<b>Лисюк Т. В., Берегова М. В.</b> PR-ТЕХНОЛОГІЇ ТА РЕКЛАМА У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ .....	33
<b>Скорнякова Ю. Б.</b> ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОПОДАТКУВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ В КАРАНТИННО-КРИЗОВИХ УМОВАХ.....	37

### СЕКЦІЯ 3. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

<b>Василюк С. В.</b> ПЕРСПЕКТИВИ СТАНОВЛЕННЯ БІОЕКОНОМІКИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ .....	43
<b>Міщенко В. А., Авершін С. В.</b> ОКРЕМІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ .....	45
<b>Мотайло О. В., Малігон Ю. М.</b> КЛАСИФІКАЦІЯ КАДРОВОГО РЕЗЕРВУ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	50

## **СЕКЦІЯ 4. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА**

<b>Близнюк В. В.</b> РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПУ ІНКЛЮЗИВНОСТІ В КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ .....	56
<b>Яценко Л. Д.</b> ПІДВИЩЕННЯ ТРУДОВОЇ МОБІЛЬНОСТІ ДЛЯ ПОМ'ЯКШЕННЯ СИТУАЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ.....	60

## **СЕКЦІЯ 5. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ**

<b>Бондаренко Н. М., Волобой А. Є.</b> ПОДАТКОВА СИСТЕМА КИТАЮ .....	66
<b>Гладчук О. М.</b> РОЛЬ ФОРМАЛЬНИХ ТА НЕФОРМАЛЬНИХ ІНСТИТУТІВ ТА ЇХ ВЗАЄМОДІЯ НА РИНКАХ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ .....	70
<b>Криховецька З. М., Ющук А. М.</b> РЕСУРСИ БАНКУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	74
<b>Фатюха Н. Г., Рябченко І. А.</b> МЕТОДОЛОГІЯ СТАТИСТИКИ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ .....	78

## **СЕКЦІЯ 6. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ**

<b>Гевчук А. В.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТИТУТУ АГРАРНИХ РОЗПИСОК ЯК ФОРМИ РЕГУЛЮВАННЯ ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН БІЗНЕС ОДИНИЦЬ .....	83
<b>Крайня А. Р.</b> ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРІВ.....	88
<b>Круглик В. О., Артюх О. В.</b> МІНІМІЗАЦІЯ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ ЯК ОДНА ІЗ ГОЛОВНИХ ПРОБЛЕМ ОПОДАТКУВАННЯ.....	91

# СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

*Дерігін О. Д.*

*аспірант кафедри економіки повітряного транспорту  
Національного авіаційного університету  
м. Київ, Україна*

## НАУКОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Малий та середній бізнес є основою будь-якої економіки. В економічно розвинених країнах підприємництво становить близько 50% ВВП країни. Багато розвинених країн підтримують розвиток малого та середнього бізнесу, так як це основа освіти середнього класу, наявність і розмір якого визначає рівень економічного розвитку держави [5].

На думку українського економіста та політика І. Петрашка, малий і середній бізнес відіграє ключову роль в економіці України. Він забезпечує 61% доданої вартості, 37% податкових надходжень, цей бізнес забезпечує 73% робочих місць в Україні [1].

Варто наголосити, що малий і середній бізнес є основним елементом сучасної ринкової системи господарювання, гарантією існування розвиненої ринкової економіки і основним постачальником робочих місць в усіх галузях економіки [5].

Так, рівень активності підприємців багато в чому визначає рівень демократизації країни і відкритості її економіки. За рахунок підтримки малого підприємництва, держава вирішує проблеми підвищення рівня добробуту населення і збільшення відсотка середнього класу в державі [4].

Основним засобом поповнення бюджету України є податкові надходження від малого та середнього бізнесу. Підприємництво дозволяє підвищити конкуренцію, економічну ініціативу та активність громадян країни, що стримує зростання цін на товари, послуги, і спонукає підприємців постійно підвищувати якість продукції та впроваджувати нові технології.

Перевага малих та середніх підприємств полягає в тому, що вони більш пристосовані, ніж великі підприємства, до розвитку в кризові періоди. Великі фірми не можуть гнучко реагувати на зміни в економіці. Отже, малий та середній бізнес є своєрідним індикатором загального стану справ в економіці.

До основних аспектів, що визначають економічну сутність малого та середнього бізнесу можна віднести [2; 3]:

- використання інвестиційних механізмів, що включають методи пошуку і відбору джерел вкладень, форми і напрямки роботи з інвесторами, канали, способи і терміни окупності вкладених фінансових і матеріальних засобів;

- програмування і планування підприємницької діяльності, що складаються з перспективних програм, середньо- і коротко-строкових проектів і бізнес-планів, по етапах і стадіях виробництва, переробки і реалізації продукції;

- фінансове, кредитне і матеріально-технічне забезпечення підприємницького процесу;

- загальна цінова політика і гнучке регулювання закупівельних, відпускних і роздрібних цін на продукцію, роботи і послуги підприємця в залежності від стану ринку;

- організація комерційного і господарського розрахунку в структурних підрозділах підприємства;

- стимулювання і мотивація праці найманих працівників суб'єкта підприємництва;

- нормалізація бази оподаткування організацій в рамках норм і правил Податкового кодексу та нормативно-правових актів;

- маркетинг, що охоплює не тільки сферу збутових, торгових і закупівельних операцій, але і сферу виробництва, орієнтовану на випуск конкурентоспроможної за якістю, ціною, асортиментом, термінами надходження на ринок і іншим параметрам продукції;

- організація обліку і розрахунків, заснованих на регулярності, достовірності та прозорості товарних, грошових та інших операцій.

В умовах глобалізації отримання прибутку не є єдиним аспектом існування підприємства, важливою складовою ефективного ведення бізнесу є якість пропонованих товарів і послуг. Отже, чим вище якість, чим більше уваги підприємець приділяє споживачеві, тим вище його економічні показники. Сьогодні

неможливо говорити про серйозні успіхи в створенні досконалої нормативної та правової бази малого підприємництва, відповідних умов для ведення ефективного бізнесу в Україні, але це процес вже набув значного розвитку [2; 4].

В цілому в Україні відсутні надійні стимулюючі фактори розвитку малого та середнього бізнесу, а необхідні для його розвитку економічні реформи проводяться неефективно, регуляторна політика недосконала [1].

Заходи, спрямовані на підвищення фінансово-економічної ефективності підприємництва, є однією з найбільш важливих проблем, які вимагають уваги. Стан справ в сфері підприємництва відображає той факт, що ця сфера економіки не може задовольнити суспільні потреби, а фінансово-економічний механізм для регулювання галузі є незадовільним [3].

Розглядаючи проблематику функціонування малого та середнього підприємництва України, в сучасних умовах фінансово-економічної кризи, необхідно звернути увагу на два основних аспекти. Першим є нормативно-правова база, яка, в свою чергу, є основою ефективного підприємництва. Другим важливим аспектом є розробка науково-методологічних основ підвищення фінансово-економічної ефективності малого та середнього бізнесу. Беручи до уваги те, що національна економіка знаходиться на шляху виходу з кризи, необхідно розробити методичні інструменти для вирішення конкретних економічних завдань і методи підвищення ефективності малого та середнього бізнесу використовуючи передовий зарубіжний досвід [4].

Слід зазначити, що підприємництво як самостійний і незамінний елемент ринкової економіки істотно впливає на структурну перебудову в економіці країни, вносить певний внесок у збільшення загальних обсягів виробництва, роздрібного товарообігу, сприяє економії та раціональному використанню всіх ресурсів, створює сприятливе середовище.

Таким чином, значною перешкодою на шляху діяльності малих та середніх підприємств є відсутність фінансових ресурсів для інвестиційного розвитку. У країнах з розвиненою економікою найбільш поширеною формою фінансової підтримки малого бізнесу (70%) є кредитні ресурси банків. Однак в Україні в умовах

обмежених кредитних ресурсів, значних темпах інфляції і великих ризиків, процентні ставки є надто високими і не можуть бути джерелом інвестицій для малого бізнесу. Підприємництво в Україні вимагає нової нормативної та теоретико-методологічної бази. Особливо це стосується малого бізнесу, діяльність якого є індикатором загального рівня економіки країни.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Малий та середній бізнес забезпечує 73% робочих місць в Україні. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3210845-malij-ta-serednij-biznes-zabezpecue-73-robocih-misc-v-ukraini-petrasko.html>.
2. Михасюк І., Гукалюк А., Косович Б. Проблеми конкурентоспроможності українського підприємництва і торгівлі в умовах глобалізації. *Вісник Львівського університету (серія економічна). ЛНУ ім. Івана Франка.* 2019. Випуск 56. С. 308–316.
3. Михасюк І., Косович Б. Державне регулювання сучасних тенденцій розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. *Вісник Львівського університету (серія економічна). ЛНУ ім. Івана Франка.,* 2019, Вип. 57. С. 49–59.
4. Doing business 2020. URL: <https://taxlink.ua/ua/news/ukrainapidnjasurejtingudoingbusiness2020na7pozicij.htm#hcq=AmGDANr>.
5. Hromadskiy prostir. Level of trust in public institutions and electoral orientation of Ukrainian citizens – research. URL: <https://www.prostir.ua/news=rivendovirydosuspilnyhinstytutivtaelektoralniorijentatsijihromadyanukrajinydoslidzhennyua>



*Лункіна Т. І.*  
*доктор економічних наук, доцент,*  
*доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування*  
*Миколаївського національного аграрного університету*  
*м. Миколаїв, Україна*

## **РОЛЬ ЛОКАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У РОЗВИТКОВІ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ**

Роль соціальної інфраструктури зростає і це пояснюється суспільним відтворенням, появою нових видів обслуговування, переорієнтацією людських цінностей у суспільстві. Від розвитку соціальної інфраструктури залежать умови життя та побуту населення, праці та відпочинку, культурно-освітнього та професійно-кваліфікаційного рівня працівників. Локальна соціальна відповідальність відіграє велику роль у розвитку соціальної інфраструктури, так як може виступати додатковим джерелом її фінансування.

Соціальну інфраструктуру та її розвиток досліджували як вітчизняні науковці, так і іноземні серед яких: Т.С. Велієв [1], Х.І. Ганієв [2], О.В. Перепелюкова [3] та інші. Проте, заслуговує на увагу роль та вплив локальної соціальної відповідальності на розвиток соціальної інфраструктури.

Повноцінна реалізація інструментів соціальної інфраструктури вимагає достатнього обсягу фінансових ресурсів для забезпечення її ефективного функціонування. Основними формами фінансового забезпечення соціальної інфраструктури виступають бюджетні та позабюджетні фонди фінансових ресурсів.

Підприємства для зменшення навантаження на Державний та місцеві бюджети, у розрізі локальної соціальної відповідальності (ЛСВ) повинні долучатися до розвитку соціальної інфраструктури, фінансуючи різноманітні заходи, надаючи безплатні послуги щодо транспортування осіб дошкільної освіти та загальносередньої освіти, матеріальної та натуральної допомоги соціально незахищеним верствам населення тощо.

Саме локальна соціальна відповідальність покликана вирішувати ряд проблем пов'язаних з розвитком соціальної інфраструктури, адже це є одним із напрямів її розгортання

(взаємодія з громадою, соціальні проєкти, соціальні інвестиції, екологічно-безпечна продукція тощо). Роль бізнесу у розвитку сільської соціальної інфраструктури є вирішальною. Так, розвиток громади та органів державної влади буде ефективнішим, якщо залучитися підтримкою бізнесу. Розвиток сільської соціальної інфраструктури залежить від соціально-економічної ефективності територіального розподілу, зокрема при належному розвитку аграрного сектора прискорюється розвиток продуктивних сил, покращується рівень життя населення на селі та відбувається зменшення міграційних процесів.

На місцевому рівні локальна соціальна відповідальність впливає на структурні компоненти соціальної інфраструктури, враховуючи позитивні зміни, що пов'язані з децентралізацією влади, які виступають додатковим джерелом отримання коштів.

Як результат є можливість створення на місцевому рівні фонду розвитку соціальної сільської інфраструктури, від запровадження якого буде отримано позитивні результати на всіх рівнях ієрархії, так на мегарівні – можливість меншого залучення кредитних ресурсів, на макрорівні – зменшується залежність від бюджетних коштів та асигнацій. Формування місцевого фонду розвитку сільської інфраструктури передбачено шляхом прямих форм участі підприємств у розвитку соціальної інфраструктури, а саме: державно-приватне партнерство (соціальне партнерство), соціальне підприємництво, соціальні проєкти, венчурне фінансування тощо. Джерелами формування зазначеного фонду можуть бути певні відсотки від податків, зборів, які сплачують підприємства, відсотки від сплати концесії, відсотки від сплати штрафів за забруднення навколишнього середовища, благодійні внески, соціальні інвестиції тощо [4].

Так, на рівні територіальних громад, є можливість створення зазначеного фонду, який буде відігравати ключову роль у поповненні доходів місцевих бюджетів та кошти від його залучення будуть цілеспрямовані на розвиток сільської інфраструктури, що з одного боку значно зменшить навантаження на місцеві бюджети, а з іншого боку покращить рівень соціальної інфраструктури та сільського населення країни.

Отже, до розв'язання питань розвитку соціальної інфраструктури повинен долучатися бізнес, включивши розбудову сільської соціальної інфраструктури до заходів локальної соціальної відповідальності на основі інструментів розвитку соціальної інфраструктури як форми прояву локальної соціальної відповідальності.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Велиев Т.С. Инфраструктура : сущность, классификация и значение. Баку. Элм, 2000. 168 с.
2. Ганиев Х.И. Особенности организации инфраструктуры в условиях диверсификации национальной экономики. *Економіка та держава*. № 1. 2020. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/1\\_2020/18.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/1_2020/18.pdf) (дата звернення: 02.07.2021).
3. Перепелюкова О.В. Роль соціальної інфраструктури регіону в розвитку транскордонного співробітництва України. *Ефективна економіка*. № 2. 2016. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5008> (дата звернення: 01.07.2021).
4. Лункіна Т.І. Соціальна відповідальність суб'єктів аграрного сектору економіки України : монографія. Дизайн і поліграфія. Миколаїв, 2018. 632 с.

**Пушак Я. Я.**

*доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри соціально-поведінкових,  
гуманітарних наук та економічної безпеки  
Львівського державного університету внутрішніх справ*

**Харабовський Ю. І.**

*аспірант кафедри соціально-поведінкових,  
гуманітарних наук та економічної безпеки  
Львівського державного університету внутрішніх справ  
м. Львів, Україна*

## **ВПЛИВ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ**

Трансформація економічних систем в науковій літературі в найбільшій мірі пов'язана із вибором можливих варіантів переходу від командно-адміністративної до ринкової економіки. В. Геєц в ряді своїх публікацій розглядає не лише сам процес трансформації в такому ракурсі, але і чітко вказує на його передумови, доводячи, що «... причиною була невідповідність діючої системи економічних інститутів вимогам сучасності та потребам економічного прогресу» [1, с. 25]. Така позиція спирається на факти відсутності стимулів до удосконалення засобів виробництва та збільшення продуктивності праці у товаровиробників при відсутності конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринках та незадоволеному попиті у товарах широкого вжитку у населення. Поруч із зменшенням темпів розвитку мало місце економічне й технологічне відставання від країн-лідерів, що стало зовнішнім фактором для трансформації економічних систем.

Чітко розрізняють два варіанти трансформації економічних систем, тобто еволюційний та радикальний із можливими видозмінами, які безпосередньо пов'язані із певними особливостями національної економіки. Прикладом застосування еволюційного варіанту може бути Китай та Угорщина. Трансформаційні процеси в цих країнах передбачала поетапне формування ринкових відносин, зокрема шляхом створення більш ніж 10 млн. підприємств приватної форми власності, застосування ринкових механізмів регулювання виробництва товарів народного поживання

із одночасним збереженням державного управління економікою, для зменшення соціальної напруженості та уникнення політичної кризи. Яскравим прикладом застосування радикального варіанту є Польща, в якій було реалізовано так звану «шокову терапію» у вигляді «плану Бальцеровича». Виконання цього плану передбачало: посилення податкової та кредитної політики; проведення реформи банківського сектору; розвиток зовнішньоекономічної діяльності; сприяння розвитку приватного бізнесу; приватизацію; послаблення та відмова від державного контролю за виробництвом товарів народного споживання й цінами на них і т.д. Окрім Польщі, такий варіант був задіяний і в інших країнах Центрально-Східної Європи, позитивним результатом можна вважати зміни, які мають місце в Чехії та Словенії. Про відносно позитивний результат можна говорити щодо трансформації економіки України.

Перехід від командно-адміністративної системи до ринкової суттєво вплинув на процес забезпечення продовольчої безпеки в нашій країні в наслідок:

- зміни структури форм власності товаровиробників продуктів харчування. Йдеться про скорочення частки державної форми власності із створенням приватно-орендних форм господарювання;
- зменшення державного контролю за обсягами та структурою виробництва сільськогосподарської продукції;
- збільшення впливу кон'юнктури світового ринку на виробництво й споживання продовольства в межах національної економіки.

Цей перелік не можна вважати вичерпним, він лише в найбільш загальному вигляді визначає характер змін. На нашу точку зору, якщо на даний момент не розглядати питання сільськогосподарського виробництва, а сконцентруватися на можливості задоволення потреб кожного громадянина в продуктах харчування, то і відкритість внутрішнього продовольчого ринку мало неоднозначний вплив на рівень продовольчої безпеки. Так, в Україні при низькій купівельній спроможності населення відбулося насичення внутрішнього ринку дешевими імпортними продуктами, що з однієї сторони погіршило ситуацію для українських товаровиробників, а з іншої спричинило виникнення суттєвих загроз для безпеки харчування у вигляді масових отруєнь, спалахів

інфекційних захворювань, алергії тощо. Інший аспект полягає в тому, що послаблення державного контролю за виробництвом окремих видів сільськогосподарських культур спричинив, в наслідок нижчої рентабельності їх вирощування, виникнення дефіциту на внутрішньому ринку із ускладненням отримання необхідних мікроелементів в раціон кожного громадянина. Орієнтація на високі світові ціни на сільськогосподарську продукцію із активізацією зовнішньоекономічної діяльності сприяли збільшенню експортного потенціалу нашої країни, але побічним ефектом, який суттєво вплинув на рівень продовольчої безпеки, стало неконтрольоване зростання цін на внутрішньому ринку, що ускладнило економічну доступність значної частини несення до якісних продуктів харчування. Окремо підкреслимо, що іншого плану трансформація економічної системи вплинула на продовольчу безпеку колишніх країн соціалістичного табору, а сьогодні членів ЄС, де визначальною стала Спільна аграрна політика, яка з 60-х років минулого століття була орієнтована на збільшення сільськогосподарського виробництва через застосування широкого спектру механізмів стимулюванням фермерів, але в останнє десятиліття змінена на обмеження обсягів виробництва продуктів харчування та сприяння розвитку сільських територій.

Узагальнюючи можна стверджувати, що трансформація економічної системи, яка пов'язана із переходом від командно-адміністративної до ринкової економіки, суттєво вплинула на забезпечення продовольчої безпеки, зокрема через появу нових викликів, ризиків та загроз, протидія та адаптація до дії яких вимагає внесення суттєвих змін для стабілізації ситуації.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Геец В. Трансформационные преобразования в Украине: переосмысливая пройденное и думая о будущем. *Общество и экономика*. 2006. № 3. С. 23–53.

**Фісуненко Н. О.**  
*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри аналітичної економіки  
та менеджменту ФСПОУ  
Дніпропетровського державного університету  
внутрішніх справ  
м. Дніпро, Україна*

## **ВПЛИВ МОНОПОЛІСТИЧНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Монополістична конкуренція – це тип ринкової структури, де багато підприємств присутні в галузі, і вони виробляють подібну, але диференційовану продукцію. Жодна з компаній не користується монополією, і кожна компанія працює самостійно, не зважаючи на дії інших компаній. Структура ринку – це форма недосконалої конкуренції [1].

Характеристики монополістичної конкуренції включають наступне:

- наявність багатьох компаній;
- кожна компанія виробляє подібну, але диференційовану продукцію;
- компанії не приймають ціни;
- безплатний вхід і вихід з галузі;
- компанії конкурують на основі якості товару, ціни та способу збуту товару.

Компанії в умовах монополістичної конкуренції отримують економічний прибуток у короткостроковій перспективі, але в довгостроковій перспективі вони приносять нульовий економічний прибуток. Останнє також є результатом свободи в'їзду та виїзду в галузь. Економічні прибутки, що існують у короткостроковій перспективі, залучають нові статті, що в підсумку призводить до посилення конкуренції, зниження цін та високого випуску продукції.

Такий сценарій неминуче виключає економічний прибуток і поступово призводить до економічних втрат у короткостроковій перспективі. Свобода виходу через постійні економічні втрати

призводить до зростання цін та прибутку, що виключає економічні втрати.

Крім того, компанії з монополістичною ринковою структурою є продуктивно та розподілено неефективними, оскільки працюють із наявними надлишковими потужностями. Через велику кількість компаній кожен гравець зберігає невелику частку ринку і не може впливати на ціну товару. Тому змова між компаніями неможлива.

Монополістична конкуренція процвітає завдяки інноваціям та різноманітності. Компанії повинні постійно інвестувати у розробку та рекламу продукції та збільшувати різноманітність своєї продукції, щоб апелювати до своїх цільових ринків. Таким чином, конкуренція з іншими компаніями базується на якості, ціні та маркетингу.

Якість тягне за собою дизайн продукту та обслуговування. Отже, компанії, здатні підвищити якість своєї продукції, можуть стягувати вищу ціну і навпаки. Маркетинг належати до різних видів реклами та пакування, які можна використовувати на товарі для підвищення обізнаності та привабливості.

Приклади галузей монопольної конкуренції включають наступне: одяг та одяг; вироби спортивного одягу; ресторани; перукарні; виробники ПК; телевізійні послуги.

Компанії в умовах монополістичної конкуренції виробляють диференційовану продукцію і конкурують переважно за неціновою конкуренцією. Криві попиту в окремих компаніях для монополістичної конкуренції падають вниз, тоді як досконала конкуренція демонструє абсолютно еластичний графік попиту.

Однак варто відзначити ще дві основні відмінності – надмірна потужність та націнка. Компанії, що перебувають у монополістичній конкуренції, працюють із надлишковими потужностями, оскільки вони не виробляють в ефективних масштабах, тобто з найнижчим АТС. Виробництво за мінімально можливих витрат здійснюється лише компаніями, які досконало конкурують.

Надбавка – це різниця між ціною та граничними витратами. У ідеальній структурі конкуренції немає націнки, оскільки ціна дорівнює граничним витратам. Однак монополістична конкуренція поставляється із націнкою на товар, оскільки ціна завжди перевищує граничні витрати.



Монополістична конкуренція входить до ринку, де багато фірм продають диференційовану продукцію. Диференційовані товари можуть виникати внаслідок характеристик товару чи послуги, місця, з якого товар продається, нематеріальних аспектів товару та сприйняття товару [2, с. 24].

Крива сприйнятого попиту на монополістично конкурентну фірму спрямована донизу, що свідчить про те, що вона визначає ціну та обирає комбінацію ціни та кількості. Однак крива сприйнятого попиту для монополістичного конкурента є більш еластичною, ніж крива сприйнятого попиту для монополіста, оскільки монополістичний конкурент має пряму конкуренцію, на відміну від чистого монополіста. Монополістичний конкурент, що максимізує прибуток, буде шукати величину, де граничний дохід дорівнює граничним витратам. Монополістичний конкурент вироблятиме такий рівень випуску та стягуватиме ціну, яка вказана кривою попиту фірми.

Якщо фірми в монополістично конкурентоспроможній галузі отримують економічний прибуток, галузь буде залучати до входу, поки прибуток не буде зведений до нуля в довгостроковій перспективі. Якщо фірми в монополістично конкурентоспроможній галузі зазнають економічних збитків, тоді галузь буде відчувати вихід фірм, поки економічні прибутки не будуть доведені до нуля в довгостроковій перспективі.

Монополістично конкурентоспроможна фірма не є ефективною з точки зору виробництва, оскільки вона не виробляє мінімум своєї кривої середніх витрат. Монополістично конкурентоспроможна фірма не є ефективною за розподілом, оскільки вона не виробляє там, де  $P = MC$ , а натомість виробляє там, де  $P > MC$ . Таким чином, монополістично конкурентоспроможна фірма буде прагнути виробляти меншу кількість за більших витрат і стягувати вищу ціну, ніж абсолютно конкурентоспроможна фірма.

Монополістично конкурентоспроможні галузі пропонують переваги для споживачів у вигляді більшої різноманітності та стимулів для вдосконалення товарів та послуг. Існує певна суперечка щодо того, чи ринкова економіка створює занадто багато різноманітності [2, с. 26].

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Аналітична економіка: макроекономіка і мікроекономіка: підручник: У 2 кн. / за ред. С.М. Панчишина, П.І. Островерха. 4-те видання, виправлене та доповнене Львів: Априорі, 2020. Кн. 1: Вступ до макроекономіки. Макроекономіка. 648 с.
2. Молнар О.С., Лях Ю.В., Коцур А.І. Основні чинники формування конкурентної позиції національної економіки. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2018. № 10. С. 23–27. URL:[http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu\\_2018\\_10\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2018_10_5).

## **СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

***Баран Р. Я.***

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри міжнародної економіки,  
маркетингу та менеджменту  
Івано-Франківського навчально-наукового  
інституту менеджменту  
Західноукраїнського національного університету  
м. Івано-Франківськ, Україна*

### **СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА**

Інтернет-маркетинг як новий напрям сучасної концепції маркетингу значно посилює взаємозв'язок турфірми та клієнта. Інтернет-маркетинг трактується як теорія та методика організації маркетингу в гіпермедійному Інтернет-середовищі, що своїми унікальними характеристиками суттєво відрізняється від класичних інструментів маркетингу [1].

Перелік інструментів, які застосовуються в Інтернет-маркетингу, відрізняється в залежності від цілей та потреб діяльності [2; 3].

Перевіряючи ефективність кожного з інструментів, фірма підбирає собі той набір інструментів, який дає їй найвищий результат.

Розглядаючи інструменти інтернет-маркетингу, зупинимось на характеристиках кожного з них [4]:

1. Створення контенту є основою вхідного маркетингу і якість цього інструменту відіграє ключову роль, він є заміною нав'язливої реклами. При створенні корисного та цікавого контенту, туристичні компанії формують свою аудиторію, займаючи свою нішу на ринку туристичних послуг, а не купуючи її. Найчастіше таким видом маркетингу виступають блогу – як окремих турагентів, так і турфірми.

2. SMM, або маркетинг в соціальних мережах, використовується як для збільшення аудиторії, формування і підтримання

бренду, так і для активної діяльності з продажу своїх продуктів. Великою перевагою такого виду маркетингу є лояльність аудиторії, яку охоплюють соціальні мережі, бо загалом вона формується за вподобаннями та особистими запитами самих користувачів. Тут є великі можливості для спілкування та отримання зворотного зв'язку від своїх зацікавлених споживачів. Своєрідною «візитівкою» турфірми в соцмережах і візуальне вирішення та наповнення сторінки.

3. Веб-сайт, чи запускова сторінка в Інтернеті, дає повні характеристики вашої діяльності, вашого продукту – товару чи послуги, описуючи всі його переваги та позитивні сторони, ознайомившись з якими споживачу легше приймати рішення про співпрацю з турфірмою чи користування її послугами. Веб-сайт компанії часто розглядають як її обличчя, що має на меті завойовувати потенційних споживачів продукції.

4. Отримання трафіку від «редакційних» результатів пошуку інформації в пошукових системах і досить повільним, проте, довгостроковим інструментом, результати якого мають тривалий ефект. Основним його завданням є робота з технічною частиною функціонування сайту, що забезпечує високий рейтинг в пошуковій ієрархії Інтернет-систем та довіру до продукту.

5. Медійна реклама, що найчастіше працює у вигляді рекламних банерів компанії, є одним з найстаріших інструментів і має на меті посилити запам'ятовуваність бренду, продукту турфірми, охоплює досить значну кількість потенційних споживачів і має можливість «захопити» нових, часом випадкових, клієнтів.

6. Тизер, або тизерна реклама, має на меті швидко захопити увагу споживача, що найчастіше досягається яскравими образами чи гучними заголовками. Через таку зовнішню привабливість інформації цей інструмент «затягує» клієнта перейти на сайт і там вже знайомитися з наповненням та ключовою інформацією щодо діяльності турфірми та її продукту. Цей вид маркетингу часто має високі результати охоплення аудиторії, проте, через його підвищену агресивність та нав'язливість – значно меншу конверсію.

7. Постійна підтримки користувачів, чи супровід турфірми, найчастіше працює з користувачами на пониження рівня

негативного зворотного зв'язку, оскільки споживачі схильні частіше давати відгуки, коли вони невдоволені, ніж коли мали позитивний досвід. Тому така швидка реакція та комунікація з клієнтами дає змогу «згладити кути» та розвинути лояльну до компанії аудиторію. Маючи підтримку та вдалу комунікацію з боку турфірми, споживачі часто готові перенести тимчасові незручності.

8. Стратегічне партнерство має на меті більш довгострокові перспективи співпраці та триваліші результати. Залучає до співпраці подібні за діяльністю компанії та суміжні за видами роботи економічні агенти, щоб з одного боку – нейтралізувати потенційну конкуренцію, а з іншого – розширити горизонти впливу та охоплення аудиторії – прямої та опосередкованої. Це – частина програми лояльності турфірми, що також дає взаємовигідну взаємодію на ринку туристичних послуг.

9. Вірусний маркетинг працює з аудиторією опосередковано, коли користувачі Інтернету мимоволі стають поширювачами інформації фірми через власні соцмережі. Ефективність цього інструменту забезпечується через легкість, цікавість та креативність подання.

10. Розсилання повідомлень електронною поштою належить до типу «холодних продажів», скеровується конкретному адресату або групі, що часто сприймається як спам і не має позитивного ефекту. Проте грамотне ведення такої розсилки та комунікації з клієнтами чи потенційними споживачами дає досить високу ефективність.

11. СПА-маркетинг, де ви оплачуєте виконання певної дії, загалом працює як інструмент «теплих продажів», коли після особистої комунікації з менеджером (чи представником турфірми) клієнт робить заявку на придбання обраної послуги чи товару. У цьому випадку оплачується залучення клієнта до купівлі продукту компанії.

12. Через маркетинговий канал ви залучаєте інші економічні агенти на ринку до продажу вашого продукту (товару чи послуги), коли за певний вид діяльності може бути зафіксована чітка сума винагороди або відсоток від здійснення транзакції. Найчастіше такий маркетинговий інструмент використовується новими компаніями на ринку, коли вони ще не мають сформованої бази власних клієнтів та недостатній бюджет для реклами.

Перелік описаних маркетингових інструментів не є вирішенням кожної потреби туристичної фірми, тому найефективнішим є поєднання різних видів маркетингу.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Завгородня О.В., Писаренко Н.Л. Використання інструментів інтернет маркетингу в туризмі на прикладі туристичної компанії «ТУІ» в Україні. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2008. № 12.
2. Мульська О.П., Левицька О.О., Куцик В.І. Державна політика забезпечення інноваційних форм зайнятості в умовах цифровізації економіки. *Регіональна економіка*. 2020. № 3(97). С. 81–90.
3. Васильців Т.Г., Волошин В.І., Васильців В.Г. Оцінювання стану та структурних характеристик економічної безпеки сектора інформаційних технологій. *Бізнес-інформ*. 2018. № 3. С. 329–335.
4. Інструменти інтернет-маркетингу. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/instrumenti-internet-marketingu>.

***Вербик В. С.***

*студент*

*Харківського національного університету  
міського господарства імені О. М. Бекетова  
м. Харків, Україна*

### **ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Історично склалося, що будь-яка діяльність людини пов'язана з певними ризиками. Діяльність вітчизняних підприємств в сучасних умовах господарювання також пов'язана з ризиками. Для свого розвитку підприємствам необхідно постійно вносити зміни та коригувати свою діяльність під впливом різноманітних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. В процесі своєї діяльності підприємства нерідко зустрічаються з обставинами, які мають на увазі відразу кілька варіантів рішень. Існує можливість отримати дохід, або отримати збитки. Тому дуже важливо передбачати не тільки ймовірність і обсяги втрат, але також гостроту ризику.

В більшості випадках під ризиком мають на увазі можливість настання певної несприятливої події, що приваблює різного роду втрати. Підприємницька діяльність має певну частку ризику, яку бере на себе підприємець, визначивши характер та масштаб цього ризику [1, с. 32].

Ризики визначаються тим, що в кожній проблемній ситуації та при різних обставинах, які ведуть до ризику, особа, що приймає рішення може отримати аби прибуток або збитки для свого підприємства. Тому тема управління ризиками вважається актуальною в наші дні – незалежно від змін внутрішнього або зовнішнього середовища, всіляких факторів, які провокують виникнення ризиків, ними треба вміти управляти для ефективного досягнення цілей [2].

Отже, можна сказати, що процес управління ризиками перш за все пов'язаний з ідентифікацією ризиків та їх дослідженням, аналізом, прийняття різних рішень зі збільшенням позитивних наслідків і зменшенням негативних.

Одними з найбільш поширених видів ризику в діяльності підприємств – є фінансові ризики. Слід зазначити, що наслідки проявів фінансових ризиків можна охарактеризувати за допомогою позитивних або негативних показників продуктивності фінансової діяльності підприємства. Таки ризики можна на практиці визначити і виміряти рівнем можливих несприятливих наслідків для діяльності підприємства. У зв'язку з тим, що порядок ймовірних несприятливих наслідків фінансового ризику встановлює рівень прибутку, і капіталу підприємства, що веде його до банкрутства (до негативних незворотних наслідків).

Розглянемо найбільш поширені причини появи ризиків в діяльності підприємства:

- суб'єктивність оцінки інформації, що пояснюється тим, що незалежно від того, що сутність фінансового ризику, як економічного явища, безперечно, об'єктивна, нерівнозначності характеристики такого об'єктивного явища, встановлюється різним рівнем повноти інформації та її достовірності;

- варіативність рівнів, на яких приймається рішення. Рівень, який притаманний певному виду фінансової діяльності підприємства безпосередньо залежить від термінів здійснення фінансової

операції. Таким чином, певний час робить істотний вплив на рівень фінансових ризиків і їх гостроту прояви. Також, показник рівня фінансового ризику, під впливом різних факторів (суб'єктивних і об'єктивних), які знаходяться в постійній динаміці, варіюється;

– невизначеність наслідків прийняття рішень. Характеристика фінансового ризику, що виражається в неточності, невизначеності фінансових результатів. прогнозований рівень результату фінансових операцій може змінюватися в залежності від рівня самого ризику, його характеру або виду;

– імовірність реалізації. Рівень даної ймовірності характеризується дією об'єктивних чи суб'єктивних чинників. Хоча сутність випадковостей і ймовірностей ніхто ще не відміняв, не можна нехтувати її важливістю, вона завжди має місце бути;

– економічна природа ризиків. Фінансові ризики проявляються в області економічної діяльності, побічно або безпосередньо такий ризик пов'язаний з формуванням доходу, як характеристика виступають ймовірні економічні збитки і втрати вході здійснення фінансової діяльності.

Управління ризиками є випереджувальним, інформативним, структурованим і безперервним. Слід пам'ятати, що управління ризиками буде ефективним, якщо на початковому етапі було сформовано грамотне планування і даний план виконується невідступно. Це надасть можливість передбачити заходи для скорочення критичних, тимчасових, технічних і фінансових ризиків. Потрібно враховувати всі ці аспекти на етапі планування та розробки бюджету.

Таким чином, можна зробити висновок, що організація управління ризиками на підприємстві повинна перш за все враховувати причини появи ризиків в діяльності підприємства. Саме це дозволить уникнути певних ризиків та підвищити результативність діяльності підприємства за рахунок зменшення фінансових втрат.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Вітлінський В.В., Великоіваненко П.І. Ризикологія в економіці та підприємстві : монографія. Київ : КНЕУ, 2004. 480 с.



2. Гончаров В.М. Рахметулїна Ж.Б. Розробка ефективних механїзмів управління ризиками в підприємницькій діяльності. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 5. С. 76–81.

**Канїшева К. С.**

*студентка*

*Харківського національного економічного університету*

*їмені Семена Кузнеця*

*м. Харків, Україна*

## **ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах ринкової економіки основним показником ефективності діяльності підприємства є прибуток. Ефективна робота підприємства можлива за умови його прибутковості, оскільки прибуток є головним джерелом подальшого розвитку, а отже, забезпечує можливість успішної адаптації до несприятливих умов зовнішнього середовища, особливо за умов пандемії та карантинних обмежень.

Необхідно зазначити, що функціонування будь-якого підприємства здійснюється в умовах складної взаємодії факторів внутрішнього та зовнішнього впливу. Так як, фактор – це рушійна сила процесу господарської діяльності, то його оцінка і прогноз впливу на зміну фінансових результатів є суттю багатьох економічних досліджень.

Досліджували теоретичні та практичні засади прибутковості підприємства в економіці такі видатні зарубіжні економісти як У. Петті, Ф. Кене, А. Тюрго, А. Сміт, Д. Рїкардо, К. Маркс, А. Пігу, А. Маршалл, Е. Бем-Баверк, Ф. Найт, П. Самуельсоа, І. Шумпетер. Серед українських науковців проблемами прибутковості, в тому числі аналізом факторів впливу та пошуком резервів підвищення прибутку на підприємствах різних видів діяльності, займалися: С. Гавалешко, І. Кайтанський, В. Самофатова, В. Олійник, А. Макеєнко, С. Стецюк, Л. Шендерівська, В. Щука, Я. Щипанова та багато інших.

Щодо прибутковості, то це багатогранна економічна категорія, що одночасно характеризує як одержані результати діяльності

підприємства, так і його можливості отримувати прибуток як головне джерело розширеного відтворення в майбутньому [1, с. 189].

Формування прибутку – це процес, який підпадає під вплив різних чинників. Оскільки сучасній економіці притаманні динамізм, невизначеність, ризик і багатофакторність, то вимоги до системи управління підприємством і прибутком значно посилюються, вимагаючи нових підходів до її організації, методів та інструментів.

Факторний аналіз прибутковості повинен носити не одиничний, тільки за умов зниження прибутковості підприємства, а системний характер – тобто постійний моніторинг факторів впливу на прибутковість з метою своєчасного реагування та вжиття заходів щодо недопущення зниження прибутку наслідком якого може стати навіть банкрутство підприємства.

Серед передумов зниження прибутку можна виділити наступні причини:

- 1) зростання собівартості реалізованої продукції;
- 2) застарілі основні засоби;
- 3) збільшення витрат на виробництво;
- 4) зниження продуктивності праці;
- 5) нераціональна цінова політика (договірні ціни).

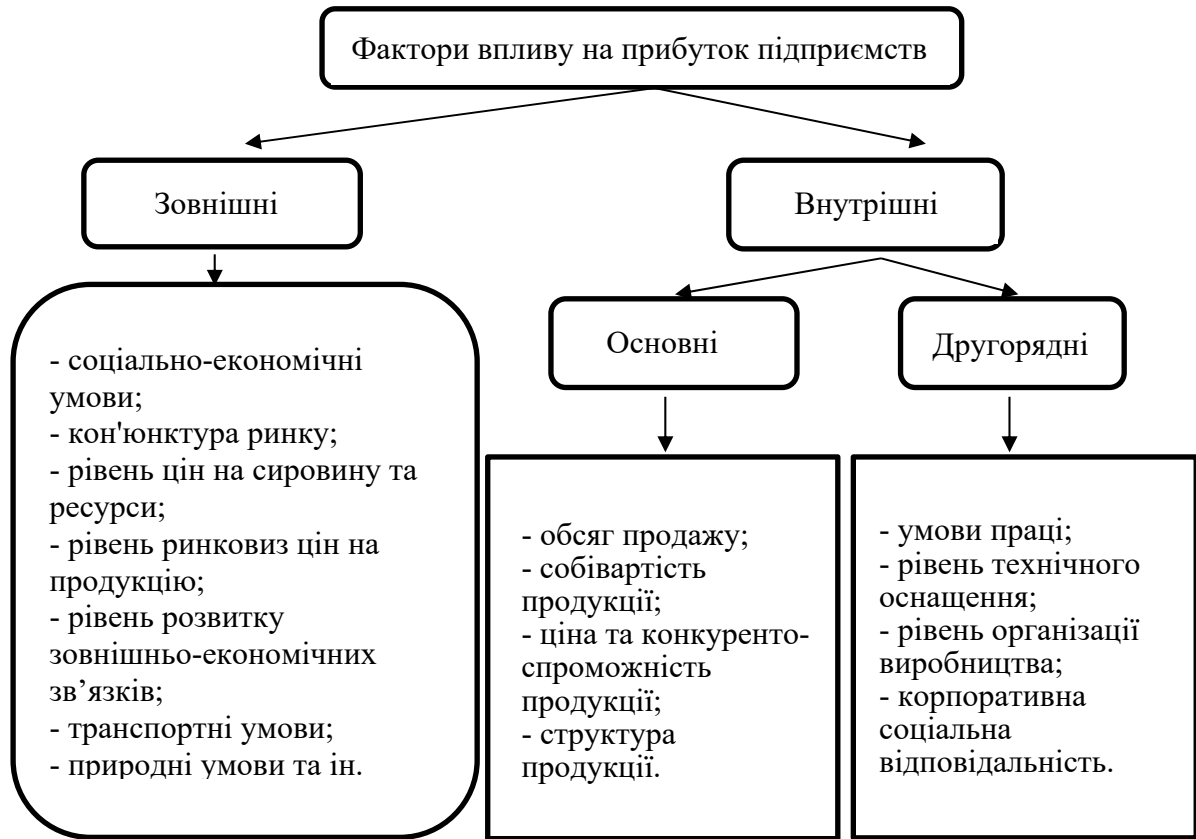
Отже, визначення причин зменшення прибутковості є важливим кроком для подальшого аналізу факторів, що мають безпосередній вплив на фінансові результати підприємства. Проте проведення факторного аналізу має сенс лише у тому випадку, коли на ці фактори можна здійснювати вплив, тобто зменшувати негативні наслідки від їх дії.

В результаті опрацювання автором різних наукових досліджень було систематизовано основні фактори, які впливають на прибутковість сучасних підприємства. Традиційний підхід до класифікації передбачає розподіл факторів на зовнішні і внутрішні, що відображено на рис. 1 [2, с. 161].

Внутрішні фактори відображають результати діяльності підприємства і моделюють господарські процеси, для того щоб підвищити прибутковості.

Зростання обсягів виробництва та реалізації продукції підприємства – при високій питомій вазі постійних витрат у собівартості продукції зростання об'ємів реалізації приведе до

більшого зростання прибутку за рахунок зниження частки постійних витрат, що припадають на одиницю продукції.



**Рис. 1. Фактори, що впливають на прибуток підприємств**

Проаналізуємо найбільш важливі з точки зору сучасних умов господарювання фактори та можливий вплив на них.

Зростання цін – в період високих темпів інфляції зростання прибутку можливо забезпечити за рахунок цінового чинника, тобто підвищення ціни може призвести до отримання більшого прибутку від реалізації продукції. Але треба при цьому враховувати, що необгрунтоване підвищення ціни може і негативно вплинути на обсяги реалізації.

Зниження собівартості – зниження витрат без негативного впливу на якість продукції, досягається за рахунок більшої керованості й контролю в області витрат.

Оновлення асортименту й номенклатури продукції – випуск тих видів продукції, які користуються більшим попитом у споживачів, особливо в період кризи, коли платоспроможний попит зазвичай знижується [3, с. 64].

Внутрішні фактори, які були проаналізовані вище знаходяться в зоні керованості, оскільки підприємство має безпосередній вплив на ці чинники та може управляти їх станом і за рахунок основних та другорядних факторів підвищувати свою прибутковість. Тоді як зовнішні фактори знаходяться поза зоною керованості, але здійснювати контроль над ними необхідно.

Існує безліч методів аналізу впливу макросередовища на підприємство. Широко застосовуваним та визнаним класичним є метод PEST-аналізу. PEST-аналіз – інструмент, що призначений для ідентифікації політичних (P – political), економічних (E – economic), соціальних (S – social) і технологічних (T – technological) аспектів зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємства.

Аналіз діяльності вітчизняних підприємств дозволяє зробити висновок, що найбільший негативний вплив на роботу підприємств здійснюють економічні та політичні фактори. Наслідком дії політичних факторів стає постійна зміна правового поля, тобто підсилюється негативний вплив і правових факторів. Низька підтримка держави в області впровадження досягнень науково-технічного прогресу також обумовлює негативний вплив техніко-технологічних факторів макросередовища на прибутковість підприємства.

Аналіз сучасних підходів до управління прибутковістю показав, що найбільш комплексним є підхід, заснований на забезпеченні безперервності визначення факторів та усунення їх негативного впливу [4, с. 340].

Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що для повноцінного аналізу фінансового стану підприємства доцільно здійснювати постійний факторний аналіз прибутковості, аби встановити фактори, які мають позитивний та негативний вплив на формування прибутку та за допомогою своєчасного впливу на ці фактори максимально мінімізувати їх негативний вплив на рівень прибутковості підприємства.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Єпіфанова І.Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності / Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. // Економіка та суспільство. – 2016. – № 3. – С. 189–192.

2. Гавалешко С.В. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення / С.В. Гавалешко // Економікс, 2012. – № 10. – С. 161–172.
3. Власенко Т.Ю. Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління / Т.Ю. Власенко // Молодий вчений. – 2018. – № 12(64). – С. 256–259.
4. Нижник В.М. Методи оцінки впливу факторів зовнішнього середовища на бізнеспроцеси промислових підприємств / Нижник В.М., Полінкевич О.М. // Економічні науки. Сер.: Економіка та менеджмент. – 2012. – № 9 (2). – С. 334–345.

**Кошова Л. М.**

*асистент кафедри маркетингу*

*Полтавської державної аграрної академії*

**Вальковська А. П.**

*студентка*

*Полтавської державної аграрної академії*

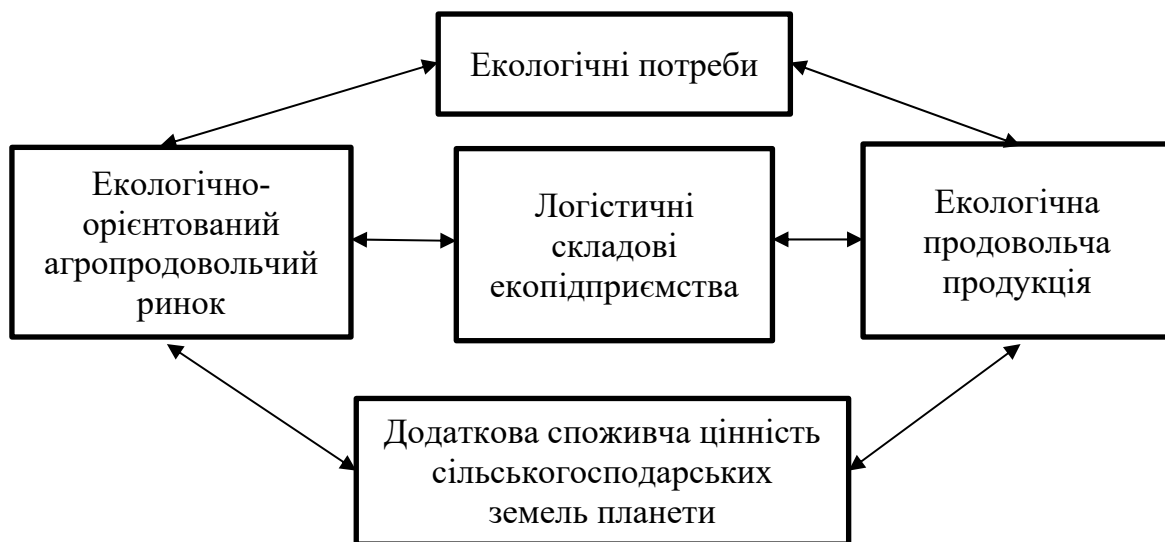
*м. Полтава, Україна*

## **ЕКОЛОГО-ОРГАНІЧНИЙ МАРКЕТИНГ: ЛОГІСТИЧНИЙ АСПЕКТ**

У ХХІ столітті світова спільнота отримала низку глобалізаційних викликів, одним з яких стало істотне погіршення екологічної ситуації, спричинене нераціональним і бездумним використанням природних ресурсів. Через постійне використання пестицидів і мінеральних добрив знищується біологічне різноманіття в ґрунті та зменшується вміст гумусу, що призводить до щорічних втрат 10–15 мільйонів гектарів сільськогосподарських земель планети. Інтенсифікація аграрного виробництва спричинила негативні зміни в ланцюгах екосистем і біологічного кругообігу, погіршила стан довкілля та здоров'я людей [1].

У сучасних умовах однією з актуальних проблем є питання збереження навколишнього середовища, оскільки темпи споживання зростають, а це завдає непоправної шкоди біосфері. Тому багато компаній, в тому числі аграрних, почали замислюватися про екологічну безпеку своєї продукції, що і привело до виникнення таких понять, як «екологічний маркетинг», «екологічний менеджмент» тощо. Сільськогосподарські товаровиробники у своєму

прагненні постійно нарощувати обсяги виробництва використовують інтенсивні технології землеробства на базі хімізації, що призводить до значної деградації ґрунтового покриву, порушення екологічної рівноваги агроєкосистем, забруднення агропродовольчої продукції радіонуклідами, важкими металами, пестицидами тощо. Тому в Україні постає стратегічне завдання нарощування обсягів виробництва органічної продукції для задоволення власних потреб за одночасного виходу на міжнародні продовольчі ринки. Модель екологічного маркетингу можна навести у вигляді рисунку 1. Всі елементи цієї моделі пов'язані між собою так як зміна одного з елементів призведе до зміни наступного.



**Рис. 1. Модель екологічного маркетингу агросектору**

*Джерело: удосконалено автором на основі [4]*

Потреби споживачів, клієнтів, а також нові бізнес-моделі як в торгівлі так і в виробництві агрологістика відкриває різні можливості для освоєння нових ринків збуту. Технологічне вдосконалення дозволяють більш ефективно конструювати логістичні процеси на органічному підприємстві, що підвищить продуктивність еко виробництва.

Ринок органічної продукції в Україні є не досить розвиненим, з обмеженою пропозицією та нерозвиненим попитом. Однією з вагомих причин цього, поряд із недосконалим правовим полем, відсутністю протекціонізму з боку держави, а також недостатньою розбудовою необхідної інфраструктури, є низький рівень засто-

сування маркетингу, а особливо екологічного, товаровиробниками. Особливо важливим на етапі становлення та розвитку ринку органічної продукції є питання використання суб'єктами підприємницької діяльності маркетингових інструментів для виявлення цільового споживача органічної продукції, дослідження його попиту, потреб та особливостей поведінки, аналізу маркетингового середовища й кон'юнктури ринку, а також розроблення ефективної стратегії маркетингу. Таким чином, проблема впровадження маркетингових підходів у діяльність сільськогосподарських підприємств на ринку органічної продукції України з метою підвищення ефективності їхнього функціонування є надзвичайно актуальною [1, с. 52].

Екологічний маркетинг потрібний у практичній діяльності виробника насамперед як засіб екологізації виробництва, задоволення потреб населення. Він потребує наукового обґрунтування та методичного забезпечення розвитку. Особливо актуальною ця проблема є в галузі АПК з огляду на забезпечення еколого-економічної безпеки агропродовольчого ринку та аграрного сектору економіки загалом [2, с. 4–5].

Точкою відліку формування екологічного маркетингу в аграрному секторі економіки є зародження екологічних потреб. Виявлення їх стає активним сигналом до початку формування наступних елементів маркетингу. На ступінь актуальності екологічних потреб впливають рівень розвитку суспільства та ринку, стан екології, рівень життя в конкретній країні. Прояв екологічних потреб залежить від екологічної свідомості суспільства, формування якого відбувається з урахуванням вищевказаних змінних [5, с. 188].

Це поняття включає в себе не тільки достаток і доступність необхідних товарів та послуг, а й одночасне прагнення до збереження й поліпшення середовища проживання. Щоб задовольнити бажання споживачів, підприємці-новатори почали розробляти й реалізовувати програми екологічного спрямування: зниження антропогенного навантаження на природне середовище; виробництва екологічно чистої продукції; переробки вторинної сировини та інших відходів виробництва; впровадження маловідходних,

безвідходних та енергоощадних технологій, інших екологічно орієнтованих інновацій [3, с. 282].

Екологічний маркетинг бере на себе завдання вивчити і врахувати в процесі виробництва потребу людини в екологічній безпеці (тобто в захищеності життєво важливих екологічних інтересів людини, її прав на сприятливе для життя навколишнє природне середовище). Всі елементи моделі пов'язані між собою, зміна будь-якого з елементів цієї решітки приведе до зміни наступного.

Отже, з метою визначення найбільш ефективних напрямів розвитку можливостей і розроблення адекватних умов еколого-органічного маркетингу та дотримання алгоритму процесу формування екологічного маркетингу і врахування його інструментів вітчизняними сільськогосподарськими підприємствами є стратегічно важливою умовою досягнення конкурентних переваг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, особливо в умовах глобалізації світової економіки.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Зіновчук Н.В., Ращенко А.В. Екологічний маркетинг : навч. посібник. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.
2. Бочко О.Ю. Сприйняття і реалізація концепцій маркетингу в аграрній сфері економіки. *Вісник Львівського державного аграрного університету: економіка АПК*. 2007. № 14. С. 279–287.
3. Воронецька І. Особливості формування екологічного маркетингу в аграрному секторі економіки. *Економіст*. 2011. № 10. С. 26–28.
4. Нагорнова С.С. Формування системи аграрного маркетингу в сучасних умовах. *Вісник ХНТУСГ*. 2007. № 56. С. 187–192.



*Лисюк Т. В.*  
*кандидат педагогічних наук,*  
*доцент кафедри туризму та готельного господарства*  
*Волинського національного університету*  
*імені Лесі Українки*  
**Берегова М. В.**  
*студентка*  
*Волинського національного університету*  
*імені Лесі Українки*  
*м. Луцьк, Україна*

## **PR-ТЕХНОЛОГІЇ ТА РЕКЛАМА У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Готельна індустрія є однією з найбільш конкурентоспроможних на сьогодні, проте Covid-пандемія стала причиною консервації багатьох об'єктів розміщення. Щоб зберегти частку ринку, не кажучи вже про зростання, готелям потрібні стратегічні зв'язки з громадськістю.

Сучасний мінливий світ поставив готельний бізнес у скрутне становище. Зараз, як ніколи, готельній індустрії потрібні ефективні стратегічні комунікації, щоб мати можливість відійти від пандемії та економічного спаду.

Готелі та ресторани повинні мати продуману комунікаційну стратегію і постійно підтримувати зв'язки з контактними аудиторіями і громадськістю. Комунікаційні процеси повинні бути безперервними і ефективними.

Найчастіше характер здійснення PR діяльності в готельно-ресторанному бізнесі залежить від специфіки, рівня і характеру надання послуг. Завдання PR полягає в тому, щоб налагодити взаєморозуміння, позитивне відношення і довіру клієнта до пропозицій підприємств готельно-ресторанного бізнесу на перспективу. Йдеться про формування в очах громадськості позитивного іміджу, хорошої репутації і поваги до підприємств [2].

Однак, дуже важливо вміти розрізняти PR і рекламу. Коли мова йде про друкування проспектів, плакатів і розміщення заміток у пресі, у всіх цих випадках йдеться про рекламні заходи. Заходи PR сприяють, з одного боку, підвищенню інтересу клієнтів до

пропозиції підприємств, а з іншого – за рахунок зворотного зв'язку з клієнтом привести пропозицію послуг у відповідність з наявним попитом.

Основні завдання рекламної діяльності полягають в наступних аспектах: формування інформаційної складової, робота з пресою, PR-акції, діалоги, оцінки, планування [3].

До засобів PR відносять: поширення інформації в готельно-ресторанних підприємствах, робота з пресою та ЗМІ, акції PR, переконання клієнта, діалог, оцінка, планування.

Як правило, серйозні PR акції проводяться готельно-ресторанними підприємствами, які входять у готельний ланцюг фінансованими іноземними інвесторами. Сподіваємося, що з часом ситуація зміниться і наші готельно-ресторанні комплекси будуть становити серйозну конкуренцію таким гігантам, як Marriott, Baltchug Kempinski і Sheraton і ін. [1].

Сучасні готельно-ресторанні підприємства володіють складною системою комунікаційних зв'язків, тому програма маркетингових комунікацій фактично є системою просування і стимулювання продажів, а також важливим елементом комплексу маркетингу. Основними складовими елементами комплексу маркетингу «просування» є:

- реклама – поширення інформації про товари і послуги з використанням платних каналів;
- пропаганда – використання безкоштовних каналів поширення інформації про товари і послуги у формі зв'язків з громадськістю для отримання популярності і формування привабливого іміджу;
- стимулювання збуту – формування системи спонукальних заходів і прийомів з метою заохочення продажів товарів і послуг [4].

До системи маркетингових комунікацій відносять:

- ярмарки і виставки;
- комерційні презентації та рекламні видання;
- демонстрації, проведення конкурсів;
- спеціальні рекламні засоби та ін. [3].

У процесі маркетингових комунікацій беруть участь: комунікатори (відправники інформації), адресати (одержувачі інформації), власне інформація, комунікаційна система.

Особливу роль у системі маркетингових комунікацій виконує реклама. Рекламу можна розглядати як один з видів передачі інформації та один з елементів комплексу маркетингу.

Термін «реклама» має латинське коріння і означає «кричати», «викрикувати», як це робили торговці на ринках і площах Стародавнього Риму і Греції більше 2000 років тому. Реклама включає в себе цілий комплекс засобів, прийомів і методів, спрямованих на досягнення кінцевої мети – продажу товарів і послуг [5].

Арсенал рекламних засобів надзвичайно широкий і різноманітний – це рекламні видання, матеріали періодичної преси, зовнішня реклама, теле-, кіно-, радіореклама, виставки, конференції, ярмарки, дегустації, пряма поштова реклама і багато іншого.

Рекламне повідомлення має бути стислим, містити небагато слів, проте влучним, оскільки підприємства індустрії гостинності пропонують нам не тільки засоби розміщення, їжу і напої, але і комфорт, різноманітні враження, нові цікаві події. Однак, цілком очевидно, що головною метою реклами є комерція, тобто ефективний продаж.

Реклама в цілому просуває товари і послуги завдяки їх брендам, але у більшості випадків на перше місце ставляться не конкретні товари і послуги, а підприємства та організації, які їх надають, особливо важливо це для готельного і ресторанного бізнесу. Грамотна й ефективна реклама готельно-ресторанних підприємств здатна підтримати їх позитивну репутацію, сприяти реалізації послуг, зробити їх відомими для широкого кола громадськості [3].

Об'єктом рекламного впливу може бути як широка публіка, так і спеціальні групи споживачів, наприклад представники фінансових і промислових ділових структур, спортсмени, представники творчих професій і інші групи споживачів, для яких необхідна спеціальна пропозиція готельно-ресторанних підприємств. Реклама для широкої публіки звичайно здійснюється через засоби масової інформації, за допомогою радіо, телебачення, друкованої реклами, популярної преси.

Реклама готельно-ресторанних послуг, розрахованих на більш вузьке коло споживачів, здійснюється через спеціальні видання,

поштою і за допомогою спеціально спрямованих публікацій. Розглядаючи способи впливу, виділяють раціональну та емоційну рекламу.

Раціональна реклама має предметний характер, передаючи інформацію, вона звертається до потенційних споживачів, аргументується і супроводжується ілюстраціями для посилення враження.

Емоційна реклама має асоціативний характер, вона викликає спогади, звертається до почуттів та емоцій (звертається до підсвідомого). Таким чином, вона впливає через асоціацію ідей, шляхом відтворення подій, використовуючи рисунки, звуки, образи і інші засоби [2].

За способом вираження рекламу поділяють на «жорстку» і «м'яку» (в американській термінології – «hard selling» і «soft selling»).

«Жорстка» реклама дуже близька до стимулювання збуту і часто супроводжується стимулюючими заходами. Зазвичай така реклама має короткострокові цілі, тобто впливає на свій об'єкт таким чином, щоб привести його до швидкої окупності. «М'яка» реклама має на меті не тільки повідомити про товари або їх бренд, але і створити сприятливу атмосферу. Така реклама розрахована на більш тривалі терміни дії на споживачів, вона поступово змінює настрої потенційних клієнтів, викликаючи асоціації, які сприяють до внутрішньої готовності покупки товарів чи послуг [5].

Проте, засоби комунікації зі зв'язками з громадськістю, які були ефективними минулого року або навіть на початку цього року, дуже ймовірно, сьогодні не будуть практичними. Визнання ситуації є надзвичайно важливим, але наступним кроком є переоцінка цих зусиль щодо PR та з'ясування того, як саме їх можна максимізувати, навіть серед поточних подій, що склалися. Сучасний медіа-пейзаж та мінливий світ поставили готельно-ресторанний бізнес у скрутне становище, але впровадження сучасних методів PR може сприяти підвищенню довіри до бренду та поінформованості, навіть в умовах усього хаосу. Зараз, як ніколи, готельно-ресторанній індустрії потрібні ефективні стратегічні комунікації, щоб мати можливість відійти від пандемії та економічного спаду.

Отож, на сучасному етапі важливо визнати, що застарілі методи у сфері зв'язків з громадськістю зараз не будуть результативними, а інноваційні методи та стратегії спілкування мають силу залучити більше гостей і, в свою чергу, принести значний прибуток готельно-ресторанним підприємствам.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Губерський Л.В., Іванов В.Ф., Москаленко А.З. Основи масової інформаційної діяльності. – Київ: ЦВЛ, 2014. – 436 с.
2. Королько В.Г. Основи паблік рилейшнз : Посібник. – Київ: НАН України, Ін-т соціології, 2015. – 334 с.
3. Почепцов Г.Г. Теорія комунікацій. – Київ: ВЦ «Київський університет», 2015. – 308 с.
4. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. – Київ: МАУП, 2017. – 104 с.
5. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: Навч. посіб. – Київ: НМЦВО, 2011. – 560 с.

**Скорнякова Ю. Б.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри обліку та оподаткування  
Запорізького національного університету  
м. Запоріжжя, Україна*

### **ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОПОДАТКУВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ В КАРАНТИННО-КРИЗОВИХ УМОВАХ**

Вже більше як рік вітчизняні підприємства та підприємці здійснюють свою господарську діяльність та забезпечують життєдіяльність країни у надзвичайно складних умовах, викликаних різноманітними карантинними обмеженнями. В таких умовах питання якісної організації трудових відносин набуває особливої актуальності, адже кожний роботодавець зацікавлений з одного боку зберегти трудовий колектив та можливість відновлення активної роботи, а з іншого боку не допустити банкрутства бізнесу в наслідок тривалої збиткової діяльності.

Важливою складовою трудових відносин в сучасних умовах є процес оподаткування оплати праці, адже роботодавці зобов'язані

забезпечувати своєчасну сплату єдиного соціального внеску, нарахованого на заробітну плату найманих працівників, а також податку на доходи фізичних осіб та військового збору, утриманих із доходів фізичних осіб. В сучасних карантинно-кризових умовах надзвичайно важливо організувати роботу щодо оподаткування оплати праці таким чином, щоб з одного боку в повному обсязі дотримуватися норм вітчизняного законодавства та унеможливити застосування штрафних санкцій за його порушення, а з іншого боку використати увесь передбачений законодавством механізм пільг, щоб мінімізувати у законній площині податкове навантаження на оплату праці. Реалізація поставленого завдання потребує, на нашу думку, обов'язкового врахування кількох важливих аспектів, пов'язаних із процесом оподаткування оплати праці у відповідності до норм чинного законодавства.

Так, в умовах запровадження карантинних обмежень більшого ніж у звичайних умовах поширення набула практика роботи в умовах неповної зайнятості, а також практика перебування працівників у відпустках без збереження заробітної плати, що в свою чергу призводить до нарахування пропорційно відпрацьованому часу заробітної плати, меншої за мінімальний встановлений законодавчо рівень оплати праці. У таких випадках варто врахувати, що відповідно до п. 5 ст. 8 Закону України від 08.07.2010. № 2464-VI «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» «у разі якщо база нарахування єдиного внеску не перевищує розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на місяць, за який отримано дохід, сума єдиного внеску розраховується як добуток розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на місяць, за який отримано дохід (прибуток), та ставки єдиного внеску» [1]. У період з січня по листопад 2021 року включно такий мінімальний єдиний соціальний внесок за ставкою 22,0% становить 1320,00 грн. на місяць. Це зрозуміло дещо підвищує податкове навантаження на роботодавця, але завдяки цьому здійснюється врахування страхового (трудового) стажу відповідного найманого працівника. В той же час варто звернути увагу на те, що зазначена вимога щодо сплати єдиного соціального внеску в розмірі як мінімум виходячи з мінімальної заробітної плати не поширюється на працівників-

сумісників, осіб, що виконують роботи за цивільно-правовими договорами, працівників, що є особами із інвалідністю (тобто випадків застосування пільгової ставки 8,41%), а також випадків, коли працівник прийнятий на роботу або звільнений з роботи в середині місяця. Також роботодавець не зобов'язаний сплачувати єдиний соціальний внесок за найманого працівника, якщо останньому за місяць не було нараховано жодних сум в наслідок перебування протягом усього місяця у відпустці без збереження заробітної плати.

Іншим аспектом оподаткування оплати праці, що набуває «нової» актуальності за умов карантинної роботи та неповної зайнятості, варто визнати механізм застосування під час оподаткування доходів у вигляді заробітної плати податкових соціальних пільг, передбачених ст. 169 ПКУ. Останні роки актуальність системи надання податкових соціальних пільг щодо податку на доходи фізичних осіб була практично втрачена, адже відповідно до пп. 169.4.1 п. 169.4 ст. 169 ПКУ «податкова соціальна пільга застосовується до доходу, нарахованого на користь платника податку протягом звітного податкового місяця як заробітна плата, якщо його розмір не перевищує суми, що дорівнює розміру місячного прожиткового мінімуму, діючого для працездатної особи на 1 січня звітного податкового року, помноженого на 1,4 та округленого до найближчих 10 гривень» [2]. Зазначений розрахунок встановлює на 2021 рік граничну межу доходу, за якої застосовується податкова соціальна пільга, на рівні 3180,00 грн., що практично в два рази є сумою, меншою за мінімальну заробітну плату. В той же час в умовах неповної зайнятості збільшується кількість працівників, яким роботодавці за місяць нараховують заробітну плату, що не перевищує зазначеної суми 3180,00 грн. За такого низького рівня оплати праці надзвичайно важливо за можливості збільшити реальні суми до виплати, що й дозволяє застосування податкових соціальних пільг. Так, застосування 100% податкової соціальної пільги у 2021 році збільшує суму до виплати на місяць на 204,30 грн., застосування 150% податкової соціальної пільги – відповідно на 306,45 грн., а 200% податкової соціальної пільги – на 408,60 грн. Окремої уваги заслуговують випадки надання податкових соціальних пільг батькам, що утримують двох

чи більше дітей віком до 18 років. Відповідно до абзацу другого пп. 169.4.1 п. 169.4 ст. 169 ПКУ одному з таких батьків межа доходу, за якого застосовується соціальна пільга на дітей, збільшується кратно кількості дітей. Так, мати (або батько) трьох дітей віком до 18 років має право на застосування податкової соціальної пільги на дітей за умови, що нарахований за місяць дохід у вигляді заробітної плати не перевищує 3180,00 грн.\* 3 дітей = 9540,00 грн., а економія у разі надання 100% податкової пільги на трьох дітей становить 612,90 грн. на місяць. З метою дотримання зазначених пільгових гарантій, передбачених чинним податковим законодавством, роботодавцям варто провести інформаційну роботу із найманими працівниками, забезпечити надання працівниками заяв щодо застосування податкових соціальних пільг і подальше застосування механізму відповідних пільг у випадках, коли для цього є законні підстави. Застосування зазначеного механізму, як вже було вказано вище, дозволить збільшити виплати найманим працівникам за рахунок податкової соціальної пільги не збільшуючи витрати роботодавця на оплату праці, що є надзвичайно важливо у карантинно-кризових умовах.

Іншим механізмом надання пільг в частині оподаткування доходів фізичних осіб є передбачена Податковим кодексом України можливість здійснення найманим працівникам певних виплат, що не є об'єктом оподаткування податком на доходи фізичних осіб та військовим збором.

Так, відповідно до пп. 170.7.3 п. 170.7 ст. 170 ПКУ «не включається до оподаткованого доходу сума нецільової благодійної допомоги, у тому числі матеріальної, що надається резидентами – юридичними або фізичними особами на користь платника податку протягом звітного податкового року сукупно у розмірі, що не перевищує суми граничного доходу, визначеного згідно з абзацом першим пп. 169.4.1 п. 169.4 ст. 169 цього Кодексу, встановленого на 1 січня такого року» [2]. Таким чином у 2021 році максимальна сума нецільової благодійної допомоги, що не оподатковується податком на доходи фізичних осіб та військовим збором, становить 3180,00 грн. Виплата такої допомоги дозволить роботодавцю фінансово підтримати найманих працівників, не збільшуючи податкове навантаження на бізнес.



Аналогічно відповідно до пп. 165.1.19 п. 165.1 ст. 165 ПКУ до загального місячного (річного) оподатковуваного доходу платника податку не включаються «кошти або вартість майна (послуг), що надаються як допомога на лікування та медичне обслуговування платника податку або члена сім'ї фізичної особи першого ступеня спорідненості» [2]. Згідно із пп. 14.1.263 п. 14.1 ст. 14 ПКУ «членами сім'ї фізичної особи першого ступеня спорідненості вважаються її батьки, її чоловік або дружина, діти такої фізичної особи, у тому числі усиновлені» [2]. Варто зазначити, що допомога на лікування та медичне обслуговування може бути використана не лише на оплату медичних послуг, а й на придбання ліків, донорських компонентів, протезно-ортопедичних виробів. Розмір такої матеріальної допомоги на лікування не обмежується за умови, звичайно, документального підтвердження витрат, профінансованих за рахунок такої допомоги. Даний механізм також може бути використаний для фінансової підтримки окремих найманих працівників, а його застосування не збільшує фіскальне навантаження на бізнес.

Підсумовуючи, зазначимо, щодо функціонування у складних карантинно-кризових умовах лише актуалізує питання дотримання роботодавцями усіх аспектів чинного законодавства щодо оподаткування оплати праці. Кожен роботодавець має організувати процес розрахунків із найманими працівниками, у тому числі й у площині оподаткування доходів, таким чином, щоб з одного боку уникнути застосування штрафних санкцій за порушення законодавства, а з іншого боку таким чином, щоб уникнути зайвого податкового навантаження шляхом використання тих пільгових механізмів, що передбачені чинним законодавством, у тому числі щодо податкових соціальних пільг і виплат неоподаткованої матеріальної допомоги.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Закон України від 08.07.2010 р. № 2464-VI. Дата оновлення: 23.04.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17#Text> (дата звернення: 21.05.2021).

2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. Дата оновлення: 15.05.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 21.05.2021).

## **СЕКЦІЯ 3. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА**

**Василюк С. В.**

*кандидат хімічних наук, старший науковий співробітник,  
доцент кафедри технології біологічно активних сполук,  
фармації та біотехнології  
Національного університету «Львівська політехніка»  
м. Львів, Україна*

### **ПЕРСПЕКТИВИ СТАНОВЛЕННЯ БІОЕКОНОМІКИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ**

Ефективним підходом територіального розвитку може виявитись всебічне сприяння становленню біоекономіки, яка спираючись на місцеві ресурси та потреби, дозволить уникнути відтоку капіталу з району та додаватиме вартості місцевій економіці.

Біоекономіка продукуючи найважливіші товари життєдіяльності (їжу, питну воду, енергію) ґрунтується на відновлюваних наземних та морських природних ресурсах, в тому числі й на не надто «привабливих» біовідходах (наприклад, гній, рибні чи деревні відходи). При цьому варто зауважити, що біоресурси, як на суші, так і на морі, найбільшою мірою сконцентровані в сільських та віддалених районах, де зазвичай мало альтернативних джерел існування, і можуть слугувати вагомим потенціалом для регіонального розвитку як територіальних громад так і регіону в цілому.

Таким чином, використання капіталу на різних типах біологічних ресурсів можна розглядати як новий етап розвитку сільської економіки, оскільки продукування нових товарів та послуги з біоресурсів спонукають до отримання нових навичок, роботи та економічних можливостей.

Значний регіональний та місцевий вплив на зайнятість, місцеву додану вартість і навколишнє середовище проявляє також тісний взаємозв'язок біоекономіки з круговою економікою, представлений мінімізацією відходів деяких процесів шляхом перетворення їх у вхідні матеріали для інших.

Описана відмінність біоекономіки від лінійної економіки на основі викопних ресурсів, яка найчастіше передбачала переміщення первинних ресурсів для переробки у промислові центри з централізованою енергією, демонструє переосмислення ланцюгів створення вартості та бізнес-моделей, що позитивно впливає на розвиток робочих місць у місцевих громадах.

Враховуючи регіональну економічну та соціальну значущість нової біоекономіки та її важливий внесок у більш екологічне та соціально стійке економічне зростання, особливо у сільських районах доцільно підтримувати розвиток цього напрямку створюючи нові інституційні структури для співпраці між фірмами та державними органами влади, які б відкрили шлях до успішних синергетичних кластерів орієнтованих на зменшення відходів, заміну викопних ресурсів біоресурсами, створення робочих місць та значної доданої вартості на місцевому рівні і зменшення кліматичних викидів.

Західний регіон України характеризується індустріально-аграрним типом господарського комплексу і продукує понад 15% сільськогосподарської та промислової продукції, займає вагомe місце в економіці України.

Йому також притаманний значний науково-технічний потенціал, що є запорукою ефективного впровадження інновацій. Регіон налічує більше 100 вищих і близько 300 середніх навчальних закладів, наявна розгалужена система науково-дослідних інститутів. Основний науковий та інтелектуальний потенціал здебільшого зосереджено в обласних центрах [1].

Забезпечення подальшого сталого розвитку регіону шляхом формування перспективної на сьогодні біоекономіки має відбуватися із врахуванням ресурсної бази, поточного рівня розвитку технологій і виробництва, рівня інфраструктури, особливостей поведінки та ментальності суб'єктів господарювання, державної політики і навіть специфіки історичного розвитку.

Розвитку біоекономіки може сприяти посилення взаємодії між уже наявними у регіоні галузями економіки та розвиток потенціалу їх екологічно-безпеки. З цього огляду у стратегіях розвитку біоекономіки багатьох країн передбачена державна цільова підтримка цілої низки галузей: АПК, хімічна (включаючи виробництво

біопластику), побутова хімія, біоенергетика (біопаливо), інноваційні біотехнології, біоінженерія, харчова, рибна, лісова та деревопереробна, фармацевтична, машинобудування, легка промисловість, охорона здоров'я [2; 3].

Західний регіон має усі передумови щоб стати ключовим у розвитку біоекономіки України. Так регіон має хороші перспективи для розвитку вітрової, сонячної і геотермальної енергетики, майже половина ще не використаних гідроенергоресурсів України розташовані саме тут, десятки мільйонів тон органічних відходів регіону можуть слугувати сировиною для виробництва біогазу, впровадження найновіших технологій та екологізації агропродовольчого виробництва може сприяти використанню земельних ресурсів регіону для органічного землеробства.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Прогноз розвитку і розміщення продуктивних сил України до 2015 року. Київ : РВПС України НАН України, 2004. 370 с.
2. Meyer Rolf. Bioeconomy Strategies: Contexts, Visions, Guiding Implementation Principles and Resulting Debates. 2017.
3. Thomas Dietz, Jan Börner, Jan Janosch Förster, Joachim von Braun. Governance of the Bioeconomy: A Global Comparative Study of National Bioeconomy Strategies. 2018.

*Міщенко В. А.*  
*професор кафедри міжнародного бізнесу та фінансів*  
*Національного технічного університету*  
*«Харківський політехнічний інститут»*  
*Авершін С. В.*  
*заступник голови правління АК ФЕД*  
*м. Харків, Україна*

#### **ОКРЕМІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ**

Портер М. розглядав кластер як «сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також

пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств по стандартизації, торговельних об'єднань) в певних областях, що конкурують, але разом з тим і проводять спільну роботу» [1, с. 127].

Кластерне угруповання відрізняється від інших форм організації підприємств наявністю: 1) внутрішнього конкурентного середовища; 2) сильних конкурентних позицій на глобальному ринку. Це означає, що кластер поєднує кооперацію й конкуренцію, які доповнюючи один одного, створюють передумови для розвитку інноваційних процесів. Взаємозв'язок з внутрішніми потребами споживачами кластера базується на конкуренції, з зовнішніми – на кооперації. Слід відмітити також, що в рамках внутрішньої взаємодії між учасниками кластеру відбуваються комунікаційні процеси, які сприяють формуванню формальних і неформальних, особистих взаємозв'язків між його економічними агентами, що в процесі ведення бізнесу сприяє ефективній координації зусиль з метою пристосування до умов зовнішнього середовища. Розвиток маркетингових та інформаційних зв'язків між учасниками кластера на базі сучасних технологій, створення в рамках міжрегіональної економічної інтеграції окремих ланок ланцюжка створення вартості, формування загальних стандартів виробництва, поставок і управління, активність розвитку кластерних брендів взагалі сприяють зміцненню компетентності регіону, збільшенню ланцюгового й комунікативного синергізму й підвищують тим самим конкурентоздатність кластерної продукції і самої території.

Іванченко Г.В. представляє кластер у вигляді сукупності 7К: концентрація, кооперація, конкуренція, комунікація, координація, конкурентоздатність, компетенція. Створення кластера в регіональній економіці, на думку автора, має на меті забезпечення концентрації виробництва та реалізації продукції, кооперації зусиль над поширенням інноваційних процесів, забезпеченню конкуренції, комунікаційних процесів в рамках кластерного утворення та спільної координації діяльності. Автор також акцентує на тому, що компетенція об'єднаних у кластер підприємств, організацій та установ дає можливість правильно вирішити поставлене завдання, успішно діяти на основі практичного досвіду, умінь та знань при необхідності вирішення поставлених професійних завдань.

В сукупності всі ці чинники підвищують конкурентоздатність регіону, створюючи перманентно нові умови та вимоги до ведення бізнесу [2].

Нам представляється доцільним ввести ще одне К до авторських 7К, а саме «Кризобезпека». Річ в тому, що сьогодні підприємства різних організаційних форм працюють в умовах невизначеності й ризиків. Малоімовірно, що ситуація зміниться в майбутньому. В таких умовах класичному управлінню уже немає місця. Його повинно замінити антикризове перманентне управління без виділення будь-яких аспектів класичної управлінської діяльності за окремими напрямками менеджменту компанії.

Безумовно, підприємства кластера будуть набагато більш стійкими перед загрозами банкрутства, але не повністю. Управлінню кластером необхідно вирішувати питання стосовно його відношення до появи кризових симптомів у окремих його підприємств. Кращим варіантом може бути «солідарний підхід», коли всі учасники кластеру приймають участь в подоланні появи окремих кризових ситуацій у будь-якого економічного агента кластерного об'єднання. В реальності ж необхідно більш детально занурюватися в цей процес, аналізувати ситуацію на самому підприємстві й виносити проект рішення на засідання правління цим об'єднанням.

Не слід також забувати про те, що у регіоні є й другі об'єднання (технопарки, асоціації...), співпраця з якими зможе привести до одержання синергетичного безвитратного збільшення загального результату. В цьому сенсі доцільним може бути проведення інвентаризації усіх цих сформованих уже організаційних форм, здійснення аналізу можливих видів довгострокової й короткострокової кооперації і відповідним чином урахувати ці аспекти при формуванні регіональної концепції організації й територіального розвитку з участю державних та галузевих органів та їх різнопланової підтримки такого підприємництва.

Безумовно, інноваційні кластери будуть домінуючими з точки зору подальшого розвитку промислових підприємств в регіоні, розширення сфери діяльності малих та середніх підприємств, створення міжрегіональних взаємовідносин а також міжнародного

співробітництва. Вони вносять значний вклад в додану вартість регіону.

Велике значення для формування регіональної стратегії розвитку має наявність в регіонах вищих навчальних закладів, де можна готувати спеціалістів для різновекторних кластерів. Крім того, в більшості обласних центрів вузи мають свої технологічні парки, де проводиться весь комплекс робіт від зародження ідеї до її післяпродажного сервісного обслуговування. Там знаходяться також наукові кадри, які можуть прямо або опосередковано приймати участь в роботі інноваційних кластерів. Практика свідчить поки, що такі взаємовідносини не мають постійного характеру й обмежуються епізодичним виконанням окремих наукових робіт або проведення експериментів в лабораторіях.

У Харківському регіоні функціонує уже більше 3-х років інноваційний регіональний аерокосмічний кластер «Мехатроніка». Створеною ініціативною групою при публічному акціонерному товаристві «ФЕД» проведено комплекс робіт з підготовки і створення в цій галузі такого кластеру. На загальних зборах учасників затверджено Меморандум щодо створення Інноваційно-інжинірингового аерокосмічного кластеру «Мехатроніка» (ПАК «Мехатроніка»). Цей Меморандум визначає загальні умови та принципиальні напрямки співробітництва учасників та є основою для розробки та реалізації конкретних заходів програми діяльності кластеру, що відповідають інтересам сторін та цілям створення кластеру. Колективний Меморандум підписаний керівниками 23 організацій, що є учасниками, та є документом, що підтверджує створення ПАК «Мегатроніка». Ядро ПАК складають такі провідні вітчизняні підприємства, як ПАО «ФЕД», ДП «Антонов», АО «Мотор – Січ», ПАО «Хартрон», ДП «Дослідно-консультативне бюро авіацій загального призначення». Кластер створюється з наступними цілями:

- підвищення конкурентоспроможності та економічного потенціалу учасників кластеру за рахунок реалізації потенціалу ефективної взаємодії на всьому життєвому циклі продукції кластеру;
- створення широкого доступу до інноваційних і нових технологічних рішень, у тому числі забезпечення трансферу технологій;
- створення нових висококваліфікованих робочих місць у галузях промисловості;



– зниження трансакційних витрат, що забезпечують формування передумов для реалізації сумісних коопераційних проектів та продуктивної конкуренції;

– покращення зовнішньо-економічної інтеграції та підвищення міжнародної конкурентоспроможності учасників інноваційного кластера за рахунок включення кластера та його учасників у глобальні ланцюги створення додаткової вартості;

– створення пулу можливостей для запуску сумісних інвестиційних проектів, у тому числі, спрощення доступу учасників кластеру до фінансових ресурсів;

– сприяння розвитку виробничої, організаційної та фінансової кооперації у рамках кластеру [3].

Результатами створення кластеру повинні стати:

– створення конкурентоспроможної продукції;

– зріст ефективності та створення ефекту синергії всередині кластеру;

– формування нових компетенцій у різноманітних галузях промисловості, вихід продукції кластеру у високотехнологічні сектори.

Основні напрямки діяльності ПАК «Мехатроніка» включають в свій арсенал наукових і організаційних завдань такі складові:

– організація ефективної взаємодії учасників;

– формування інноваційного середовища у кластері та регіоні;

– підвищення рівня професійних знань персоналу;

– залучення інвестицій і нових замовлень;

– просування товарів і послуг на міжнародні ринки;

– розвиток кооперативних зв'язків між учасниками і на міжрегіональному рівні;

– розвиток інфраструктури;

– проведення наукових, практичних і виробничих заходів в сфері своєї компетенції;

– стимулювання розвитку малого бізнесу;

– підтримка взаємодії підприємств кластеру в системі стратегічної взаємодії.

Доцільним є проведення підсумків функціонування кластеру по зазначеним вище напрямкам і оцінка його вкладу в розвиток як самих

підприємств, так і регіону в цілому. Для цього необхідно визначитися з методами урахування участі кожного підприємства в формуванні регіональної доданої вартості.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Портер М. Конкуренция / М.Портер; [пер. с англ.]. Москва: Издательский дом «Вильямс». 2005. 608 с.
2. Іванченко Г.В. Розробка кластерної моделі розвитку регіону: методологічний підхід. *Ефективна економіка*. 2013. № 5.
3. Мехович С.А. Інституційна складова у розвитку системи регіональних міжгалузевих зв'язків. *Энергосбережение. Энергетика. Энергоаудит*. 2016. № 10 (153). С. 28–36.

***Мотайло О. В.***

*кандидат медичних наук,  
здобувач кафедри економічної безпеки,  
публічного управління та адміністрування  
Державного університету «Житомирська політехніка»*

***Малігон Ю. М.***

*здобувач кафедри економічної безпеки,  
публічного управління та адміністрування  
Державного університету «Житомирська політехніка»  
м. Житомир, Україна*

### **КЛАСИФІКАЦІЯ КАДРОВОГО РЕЗЕРВУ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Сучасна кадрова держана кадрова політика в системі охорони здоров'я вимагає формування інноваційних та прогресивних механізмів, які б дозволили забезпечити кадровий потенціал відповідними властивостями, для ефективності реформ, що відбуваються. «Одним із потужних інструментів реформування галузі охорони здоров'я є ефективна кадрова політика. Вироблення національної політики кадрового забезпечення у сфері охорони здоров'я є нагальною потребою та умовою успішного запровадження реформ державного управління у цій сфері. Від наявності кадрів, їхньої фаховості насамперед залежать якість і своєчасність надання медичної допомоги» [1].

Вихідними положення процесу формування та використання кадрового резерву системи охорони здоров'я є наступні: мета та завдання, об'єкти та суб'єкти формування та використання та принципи. «Формування кадрового резерву є життєво важливим завданням для надійного, повноцінного функціонування організації, так як він дозволяє забезпечити оперативне заміщення вакантних посад в разі відпустки, хвороби, відрядження, звільнення та ін. Саме тому формування кадрового резерву, планування і розвиток кар'єри стало однією з найважливіших областей управління людськими ресурсами в сучасних організаціях. Результат роботи з кадровим резервом полягає в тому, що рух персоналу стає максимально прогнозованим, планованим, а також вписується в загальну концепцію поступального розвитку організаційної структури організації та посилення її кадрового потенціалу» [2].

Метою формування кадрового резерву системи охорони здоров'я є забезпечення безперервного оновлення кадрів системи охорони здоров'я та підвищення рівня професійності та розвитку кадрового потенціалу усіх рівнів системи охорони здоров'я.

Формування кадрового резерву системи охорони здоров'я забезпечить виконання наступних завдань управління кадровим потенціалом досліджуваної системи:

- забезпечення попиту на керівні та медичні кадри системи охорони здоров'я;
- вивчення стану кадрового потенціалу системи охорони здоров'я за якісними та кількісними показниками;
- формування запиту на підготовку та перепідготовку керівних та медичних кадрів системи охорони здоров'я;
- трансформація системи вимог до претендентів на посади керівних кадрів системи охорони здоров'я;
- удосконалення процедури управління кадровим потенціалом системи охорони здоров'я;
- забезпечення процесу оновлення керівних та медичних кадрів системи охорони здоров'я;
- формувати прогноз потреби в кадрах системи охорони здоров'я на майбутні періоди;

– здійснювати оцінку професійних та особистісних здібностей претендентів на включення до кадрового резерву та зайняття вакантної посади.

Таблиця 1

**Класифікація кадрового резерву системи охорони здоров'я**

<b>1. ЗА ПЕРСПЕКТИВНИМИ ВИДАМИ ДІЯЛЬНОСТІ</b>		
1	2	
<i>Кадровий резерв розвитку</i>	<i>Кадровий резерв функціонування</i>	
Направлений на формування резерву керівних та медичних кадрів за перспективними (новими) напрямками розвитку медицини на державного управління охороною здоров'я, що визначається сучасними медичними реформами	Направлений на формування резерву керівних та медичних кадрів для забезпечення ефективності реалізації існуючих напрямів системи охорони здоров'я та державного управління	
<b>2. ЗА ЧАСОМ ПРИЗНАЧЕННЯ</b>		
<i>Оперативний</i>	<i>Стратегічний</i>	
Складають кандидат на керівні та медичні посади, що готові до висунення найближчий час	Складають кандидат на керівні та медичні посади, що готові до висунення в майбутніх періодах	
<b>3. ЗА СТАНОМ ГОТОВНОСТІ</b>		
<i>Перспективний</i>	<i>Актуальний</i>	<i>Готовий</i>
Кадровий резерв, що планується сформувати в майбутньому	Діючий кадровий резерв керівних та медичних кадрів системи охорони здоров'я	Сформований резерв керівних та медичних кадрів системи охорони здоров'я
<b>4. ЗА ВИДАМИ ПОСАД В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я</b>		
<i>Кадровий резерв керівних кадрів (державна служба)</i>	<i>Кадровий резерв керівних кадрів (заклади охорони здоров'я)</i>	<i>Медичних кадрів</i>
Керівні посади центральних органів виконавчої влади та обласних управлінь охорони здоров'я	Керівні посади закладів охорони здоров'я різних рівнів, різного підпорядкування	Медичні працівники за різними рівнями надання медичних послуг, категоріями

1	2
<b>5. ЗА ТЕРИТОРІАЛЬНОЮ СПРЯМОВАНІСТЮ</b>	
<i>Державний</i>	<i>Регіональний</i>
Формується загальнодержавний кадровий резерв керівних кадрів системи охорони здоров'я та медичних кадрів за суспільно важливими напрямками	Формування обласного кадрового резерву керівних та медичних кадрів за видами посад видами медичних послуг
<i>Місцевий</i>	<i>Суб'єктний</i>
Формування кадрового резерву керівних та медичних кадрів за видами посад видами медичних послуг міста чи територіальної громади	Формування кадрового резерву керівних та медичних кадрів за видами посад видами медичних послуг за окремим закладом охорони здоров'я
<b>6. ЗА ВИДАМИ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ</b>	
Екстрена медична допомога	Первинна медична допомога
Вторинна медична допомога	Третинна медична допомога
Паліативна медична допомога	Реабілітаційна медична допомога
Медична допомога дітям до 16 років	Медична допомога по вагітності та пологам

Виконання зазначених завдань об'єктами формування та використання кадрового резерву є процеси управління персоналом та кадровим потенціалом системи охорони здоров'я в цілому та її окремих елементів (рівня державного управління, рівні реалізації медичних послуг, заклади охорони здоров'я).

Формування та використання кадрового резерву системи охорони здоров'я залежить від його властивостей те типології, а також попиту і пропозиції на ринку трудових ресурсів в досліджуваній сфері. Відповідно при формуванні методології формування кадрового резерву є потреба у визначенні його властивостей, які проявляються в класифікації. Адже саме класифікація явищ та процесів є тим методом, що в повній мірі дозволяє врахувати їх властивості.

Відповідно від визначеної класифікації кадрового резерву системи охорони здоров'я формується методологічна база його формування та використання. Вважаємо, що при формуванні кадрового резерву варто зважати на дві групи посад, а саме керівні та медичні. Відповідно до цього визначають складові кадрового резерву системи охорони здоров'я.

Таким чином, відповідно до проведеного дослідження було обґрунтовано сукупність вихідних положень процесу формування та використання кадрового резерву системи охорони здоров'я. Зокрема, під метою даного процесу запропоновано розуміти: забезпечення безперервного оновлення кадрів системи охорони здоров'я та підвищення рівня професійності та розвитку кадрового потенціалу усіх рівнів системи охорони здоров'я. Визначена мета дозволила ідентифікувати наступні завдання: забезпечення попиту на керівні та медичні кадри системи охорони здоров'я; формувати прогноз потреби в кадрах системи охорони здоров'я на майбутні періоди; формування запиту на підготовку та перепідготовку керівних та медичних кадрів системи охорони здоров'я; трансформація системи вимог до претендентів на посади керівних кадрів системи охорони здоров'я; вивчення стану кадрового потенціалу системи охорони здоров'я за якісними та кількісними показниками; забезпечення процесу оновлення керівних та медичних кадрів системи охорони здоров'я; удосконалення процедури управління кадровим потенціалом системи охорони здоров'я; здійснювати оцінку професійних та особистісних здібностей претендентів на включення до кадрового резерву та зайняття вакантної посади. Також було визначено зміст суб'єкту (суб'єкти державного управління системою охорони здоров'я (органи центральної виконавчої влади, обласні управління охорони здоров'я, органи місцевого самоврядування) та суб'єкти реалізації медичних послуг різних рівнів медичної допомоги (заклади охорони здоров'я державної, комунальної та приватної форм власності)) та об'єкту (процеси управління персоналом та кадровим потенціалом системи охорони здоров'я в цілому та її окремих елементів (рівня державного управління, рівні реалізації медичних послуг, заклади охорони здоров'я)) формування та використання кадрового резерву та ідентифіковано їх структурні складові. Для ідентифікації властивостей кадрового резерву запропоновано класифікувати його за наступними ознаками: перспективними видами діяльності; часом призначення; станом готовності; видами посад в системі охорони здоров'я; територіальною спрямованістю; видами медичних послуг. Зазначене стало організаційно-методичним підґрунтям розробки

комплексного підходу до формування та використання кадрового резерву керівних та медичних кадрів системи охорони здоров'я.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Білинська М.М., Попченко Т.П. Розвиток інтелектуального та кадрового менеджменту в державному управлінні охороною здоров'я. *Державне управління: теорія та практика*. 2006. № 1. URL: <http://nbuv.gov.ua/e%2Djournals/DUTP/2006%2D1>.
2. Карпова Т.П. Формирование кадрового резерва как составляющая управления человеческими ресурсами: сущность и направление совершенствования. *Вестник Самарского муниципального института управления*. 2018. № 2. URL: [https://www.imi-samara.ru/wp-content/uploads/2018/10/4\\_Karпова\\_32-40.pdf](https://www.imi-samara.ru/wp-content/uploads/2018/10/4_Karпова_32-40.pdf).

## СЕКЦІЯ 4. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

**Близнюк В. В.**

*кандидат економічних наук,  
старший науковий співробітник  
Державної установи  
«Інститут економіки та прогнозування  
Національної академії наук України»  
м. Київ, Україна*

### РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПУ ІНКЛЮЗИВНОСТІ В КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ

Зростання на засадах інклюзивності базується на мінімізації соціальних загроз бідності, нерівності, рівності можливостей та доступності ресурсів. Світовий банк інклюзивне економічне зростання розглядає як синергію економічного зростання та якості життя. Зазначається, що саме інклюзивне зростання здатне забезпечити реалізацію соціально-економічних можливостей для широких верств населення, регіонів та країн на принципах чесності, рівності правосуддя та політичного плюралізму. Фахівці, досліджуючи теоретичні засади та концепції інклюзивного розвитку, погоджуються, що саме продуктивна зайнятість та механізми її реалізації є необхідною умовою зменшення рівня бідності та економічної нерівності [1].

Основним принципом забезпечення інклюзивного зростання є *рівність можливостей та рівність доступу* будь яких суб'єктів ринку до ресурсів, регульованих бізнес-процесів, розвитку та реалізації людського потенціалу. Відповідно, саме продуктивна зайнятість є тим елементом, який забезпечуватиме інклюзивне зростання і може слугувати драйвером економічного зростання та є необхідною умовою для зниження економічної нерівності. Забезпечення продуктивної зайнятості є можливим за рахунок реалокатії робочої сили з низькопродуктивних видів діяльності у більш ефективні, що сприятиме економічному розвитку країни. В межах забезпечення інклюзивності ринку праці, реалокатія



робочої сили зміщуватиме акценти в бік підвищення кваліфікації та перенавчання робочої сили, оскільки вимагатиме створення умов для продуктивної зайнятості кожного члена суспільства. Саме такі прагматичні та активні механізми державного управління сприятимуть інклюзивності ринку праці та забезпечать умови продуктивної та гідної зайнятості. В свою чергу це передбачає формування державою умов щодо підвищення кваліфікації та перекваліфікації працівників, оскільки в межах концепції інклюзивного зростання кожен суб'єкт економіки є цінним та унікальним для суспільства і має забезпечене державою право для задоволення своїх потреб. Отже, беручи до уваги досвід розвинутих країн і країн, що розвиваються, не варто очікувати, що автоматично зі зростанням економіки відбудеться спад рівня бідності та економічної нерівності. Цього можна досягти лише за умови взаємодії ринкових сил та активної цілеспрямованої державної політики.

Корисною для стимулювання інклюзивного зростання буде державна політика, яка поєднуватиме й узгоджуватиме економічне зростання країни із забезпеченням рівності економічних можливостей та доходів її населення. Проявом зазначеної вище політики є орієнтація на зростання зайнятості, оскільки праця – це те, що надає відчуття гідності та взаємодії зі суспільством, а також сприяє спаду економічної нерівності [2]. В полі зору держави та державної політики знаходиться насамперед політика оплати праці, яка на сьогодні характеризується комплексом екстрактивних ознак.

Варто зазначити, що формуючи і реалізуючи активну політику на ринку праці на засадах інклюзивності з урахуванням фрагментарності виробництва, необхідності створення виробничих ланцюгів з робочими місцями з різною добавленою вартістю, слід аналізувати різні аспекти, зокрема: потенціальні можливості економічної системи на поточні і перспективні темпи нагромадження та створення нових робочих місць, спроможність та прагнення інвестувати в різні форми зайнятості, демографічні тенденції та їх вплив на формування трудового потенціалу, масштаби інфраструктурних інвестицій тощо. Політика має базуватись на пріоритетах регулювання для забезпечення всіх рівними можливостями та спрямовуватись на подолання

дискримінації, доступність до якісних робочих місць та адаптацію до змін на ринку праці. Поряд з цим реалізація політики має спрямовуватись на стимулювання роботодавців до створення умов різностороннього, повноцінного трудового життя.

Формування ознак інклюзивності інституційної системи ринку праці вимагає здійснення інституційної структурної модифікації (інституціоналізації), яка передбачає комплексні зміни інституційної структури ринку праці, спрямованих на розвиток та укріплення її якісно нового, покращеного стану, що забезпечить інклюзію усіх суб'єктів ринку праці до продуктивної зайнятості. Даний процес супроводжуватиметься появою новітніх властивостей структури, таких як: гнучкість, здатність виробляти інноваційні механізми, інклюзивність та адаптаційність.

Сучасний світ постає перед загальносвітовими викликами посилення нестабільності та нерівності. В багатьох країнах звужуються можливості гідної зайнятості, насамперед для населення із найнижчим рівнем доходів, що посилює нерівність та поглиблює бідність [3, 4]. Саме на вирішенні цих основних проблем покладається забезпечення інклюзивності ринку праці. Відсутність ефективної структурної політики консервуватиме диспропорційність розвитку соціально-трудова відносин та негативно впливатиме на можливість та перспективи економічного зростання. Інклюзивність сприятиме проявам таких ефектів багатомірної інклюзії, як: обмеження, зниження рівня бідності та збільшення суспільного прошарку середнього класу; розширення зайнятості та підвищення продуктивності праці шляхом адаптації до індивідуальних людських можливостей та вимог; збільшення добробуту населення; підвищення якості людського капіталу; підтримка екологічного балансу; контроль та зменшення макроекономічних, територіальних і соціальних диспропорцій; формування безпечного (економічного, політичного, правового, екологічного та ін.) середовища [5; 6].

Інклюзивність розвитку ринку праці характеризується багатовимірністю в межах середовища, сформованого державою, громадянським суспільством та бізнесом, інтеграцію та взаємодію яких створюють пов'язані між собою інститути, діяльність яких орієнтована на довгострокову перспективу, забезпечення

збалансованого розподілу матеріальних і нематеріальних благ між членами соціуму, враховуючи потреби майбутніх поколінь.

Однією з основних детермінант трансформацій ринку праці є зміни соціальної структури, що викликані появою нових та перерозподілом існуючих форм власності, змінами в системі зайнятості, зниженням якості та рівня життя переважної більшості населення, поширенням соціальних аномій та депривацій у суспільстві. Посилення нерівності має негативний вплив як на можливості забезпечення довгострокового росту та макроекономічної стабільності, так і на формування ступеня довіри населення до держави та ринку. Ринок праці виступає в якості своєрідного критерію соціальних змін в конкретному суспільстві. Істотні зміни, що відбуваються на ринку праці, доводять глибину та сутність соціальних змін, їх позитивну або негативну спрямованість.

Все це призводить до того, що державна політика фокусується не лише на проблемах забезпечення економічного зростання, а надання йому ознак «соціальності». Це вимагає не лише здійснення легкого корегування існуючої політики, а й кардинальної зміни вектору соціально-економічного розвитку навіть для успішних країн, що передбачає конструювання такої моделі розвитку, яка дозволила б людині отримати можливості для гідного життя, що забезпечуватиметься наявністю якісного робочого місця з гідними умовами праці.

Створення сприятливих умов для розвитку інклюзивності ринку праці в Україні передбачає, насамперед, забезпечення збалансованості; прогнозування та планування розвитку ринку праці; забезпечення раціонального розподілу та повноти використання робочої сили; розширення можливостей для самофінансування бізнесу; удосконалення системи підготовки і перепідготовки кадрів; забезпечення оптимального поєднання особистих побажань та суспільних потреб; підвищення мотивації до праці, зайнятості та підприємництва; підвищення рівня конкурентоспроможності населення; сприяння зростання професіоналізму особистості; ефективне використання трудового потенціалу; пом'якшення наслідків сегментованості та стигматизації ринку праці; зменшення бар'єру входження на ринок окремих найменш конкурентоспроможних груп робочої сили; забезпечення гнучкості ринку

праці; надання ринку праці ознак мобільності; протидія зовнішнім та внутрішнім загрозам. Механізм реалізації мети щодо забезпечення інклюзивності ринку праці має формуватись на основі пріоритетності потреб та інтересів усіх суб'єктів ринку праці з урахуванням соціально-економічних особливостей розвитку суспільства.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

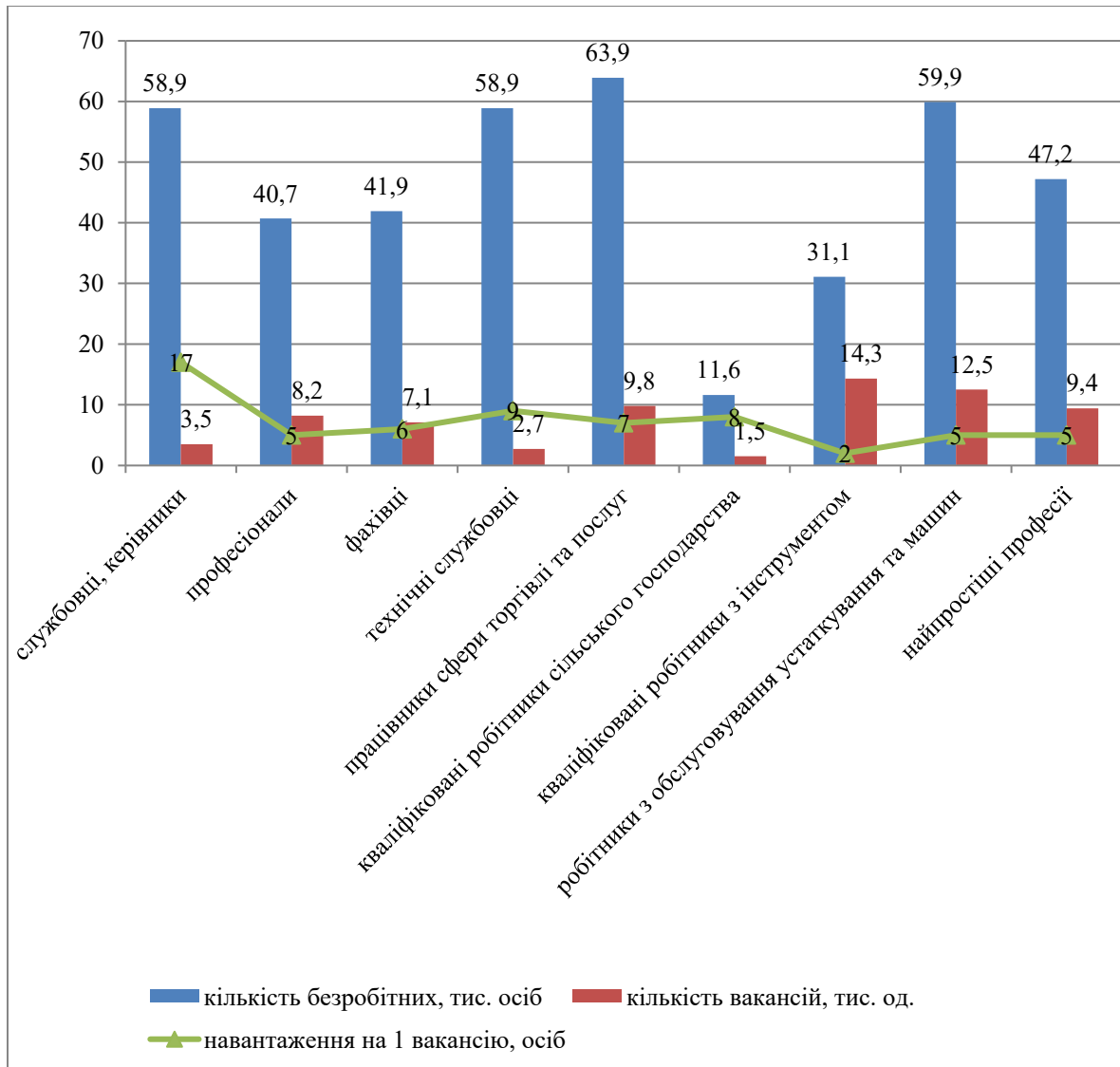
1. AfricanDevelopmentBank. Briefing Notes for AfDB's Long-Term Strategy – Briefing Note 6: *Inclusive Growth Agenda*. African Development Bank. 2012. URL: <https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Policy-documents/FINAL%20Briefing%20Note%206%20Inclusive%20Growth.pdf>.
2. Близнюк В. Яценко Л. Безробіття в Україні: соціально-економічні аспекти. *Україна: аспекти праці*. 2019. № 4. С. 19–26.
3. Бурлай Т. Сучасна політика Євросоюзу в контексті соціальної справедливості. *Економічна теорія*. 2016. № 4. С. 51–63.
4. Academy of Management Proceedings. 2013. № 1. P. 12015.
5. Колот А. Соціальна згуртованість як доктрина забезпечення стійкості розвитку суспільства в умовах глобальних викликів. *Україна: аспекти праці*. 2009. № 7. С. 11-19. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap\\_2009\\_7\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2009_7_4).
6. Тимків І.В. Система сучасних соціально-економічних імперативів глобального розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2014. Вип. 6(1). С. 133–136. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu\\_en\\_2014\\_6%281%29\\_\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_6%281%29__33).

**Яценко Л. Д.**  
головний консультант  
Національного інституту стратегічних досліджень  
м. Київ, Україна

## **ПІДВИЩЕННЯ ТРУДОВОЇ МОБІЛЬНОСТІ ДЛЯ ПОМ'ЯКШЕННЯ СИТУАЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ**

Підвищення трудової мобільності є важливою умовою збалансування попиту та пропозиції робочої сили, оптимізації вертикального та горизонтального, збільшення обсягу доступних робочих місць, підвищенню ймовірності успішно реалізувати набуті професійно-кваліфікаційні навички, підвищення продуктив-

ності праці, зростання рівня життя та забезпечення економічного зростання в цілому. Поряд з цим, мобільність забезпечує зближення рівнів життя населення, зменшує загальну макроекономічну волатильність, що сприяє пом'якшенню соціальної напруженості в суспільстві.



**Рис. 1. Кількість зареєстрованих безробітних, вакансій та число претендентів на 1 вакансію, станом на 1 червня 2021 р. за професійними групами, тис. осіб**

*Джерело: Державна служба статистики України*

Основні показники сучасного ринку праці України засвідчують необхідність підвищення мобільності населення у сфері прикладання праці. Так, за даними Державної служби статистики України рівень зайнятості населення у 1-му кварталі 2021 р.

становив 55,0%, кількість безробітного населення (за методологією МОП) у віці 15–70 років становила 1,8 млн осіб. – 10,5% робочої сили. При цьому суттєвим залишається дисбаланс між попитом та пропозицією робочої сили. Станом на 1 червня 2021 року, в середньому по Україні, на одне вільне робоче місце претендувало 5 безробітних. Найбільша невідповідність попиту на робочу силу та її пропозиції у професійно-кваліфікаційному розрізі спостерігалася серед службовців та керівників, технічних службовців; кваліфікованих робітників сільського господарства; працівників сфери торгівлі та послуг. Найбільша нестача вакансій спостерігалася для представників таких професій: для 2,3 тис. безробітних менеджерів – 146 вакансій; для 2,3 тис. безробітних економістів – 145 вакансій, для 2,7 тис. безробітних адміністраторів – 321 вакансія; для 8,5 тис. безробітних спеціалістів державної служби – 495 вакансій; для 1,0 тис. безробітних юристів – 91 вакансія; для 9,5 тис. продавців непродовольчих товарів на сьогодні – 591 вакансія [1].

Вирішення проблеми сучасного українського суспільства в частині забезпечення прийняттого рівня трудової мобільності, як дієвого механізму послаблення ситуації на ринку праці, лежить в площині ефективності та дієвості соціальних ліфтів.

За сучасних умов одним із дієвих соціальних ліфтів є узгодженість та взаємодія ринків праці та освіти. Враховуючи суб'єктно-об'єктні зв'язки та рівні, на яких можлива реалізація взаємодії суб'єктів ринків праці та освіти серед пріоритетних напрямів її забезпечення варто виокремити такі:

1) удосконалення моніторингу ринків праці та освіти з метою забезпечення достовірності оцінок розвитку обох систем, зокрема у частині відтворення якісних складових робочої сили за освітньо-кваліфікаційними рівнями, професійною структурою та видами економічної діяльності й побудова на цій основі моделі прогнозування потреб ринку праці у кваліфікованій робочій силі;

2) зменшення дисбалансу на ринку праці шляхом врахування прогнозних оцінок щодо освітньо-кваліфікаційних потреб ринку праці та поступового коригування напрямів професійної підготовки, а також внесення змін до навчальних програм;

3) наближення сутнісної відповідності системи вищої та професійної освіти до потреб ринку праці, шляхом збагачення

змісту освітніх програм когнітивними та соціальними компетенціями (зокрема: здатності до сприйняття нового та саморозвитку, здатності до прояву самостійності в особистому та професійному житті, володіння сучасними засобами комунікацій та активне їх використання в особистій та професійній діяльності тощо);

4) створення передумов для активізації участі бізнесу у формуванні сучасних компетенцій, які відповідатимуть потребам робочих місць, шляхом запровадження незалежної кваліфікаційної атестації, участі у підготовці, реєстрації та ліцензуванні навчальних програм, створенні та розвитку сучасних навчально-виробничих комплексів на базі університетів, для забезпечення надбання професійних компетенцій в процесі освіти;

5) забезпечення можливості практичного застосування кваліфікацій, отриманих у рамках неформального навчання шляхом розроблення стандартів для оцінювання, валідації та сертифікації навчання;

6) створення умов для збереження і розвитку виробничого, освітнього потенціалу конкурентоспроможних закладів професійно-технічної освіти, що здійснюють підготовку робітничих кадрів за дефіцитними професіями шляхом надання державних субвенцій на означені цілі;

7) сприяння поширенню інновацій в освітню та трудову сферу, що забезпечують активізацію людського капіталу у напрямі здобуття професійних знань та їх застосування на практиці;

8) розширення можливостей для нарощення конкурентоспроможності робочої сили, шляхом удосконалення мережі освітніх закладів, що надають освітні послуги та удосконалення правових умов, які сприяють захисту прав робочої сили на здобуття додаткових професійних знань;

9) сприяння формуванню навичок раціональної побудови освітніх траєкторій серед молоді, шляхом створення інформаційної підтримки, починаючи від обрання професій, закінчуючи працевлаштуванням та адаптацією на робочому місці.

Для оздоровлення сучасного українського суспільства, розвитку соціальної мобільності повинно стати удосконалення системного пакету законодавчих та соціально-економічних засобів

для формування соціальних ліфтів для активізації участі молоді у суспільному житті держави. розвитку її наукового, трудового потенціалу та самореалізації, забезпечення гідної зайнятості. Молодь є однією із найважливіших домінант у складі стратегічних ресурсів держави, що визначає орієнтири соціально-економічної сфери, масштаби і темпи науково-технічного прогресу та впливає на суспільний розвиток в цілому. Тому реалізація активної політики щодо молодіжної зайнятості з застосуванням прозорих та ефективних механізмів стимулювання роботодавців до працевлаштування молоді, мотивація молодих людей до трудової активності та подолання стереотипних уявлень роботодавців стосовно їх низького професіоналізму має стати пріоритетом державної політики у найближчій перспективі. Розв'язати проблеми зайнятості молоді можна лише шляхом реалізації цілеспрямованих систематизованих і скоординованих дій, спрямованих на забезпечення загальної соціальної стабільності і захищеності молоді.

Важливими у регулювання соціальної мобільності є інституційні механізми, що включають у себе політико-правові механізми, які реалізуються головним чином через державну політику, та соціально-адаптаційні інститути, представлені служба зайнятості населення. Тому завдання щодо осучаснення та удосконалення нормативно-правового регулювання відносин у сфері регулювання соціально-трудова відносин, удосконалення системи соціальних стандартів і гарантій, посилення відповідальності роботодавців за дотримання законодавчо встановлених норм, використання новітніх форм зайнятості та забезпечення відповідного інфорсменту входить до переліку першочергових на шляху підвищення соціальної мобільності. Необхідними є дії, спрямовані на оптимізацію та підвищення результативності державної служби зайнятості, діяльність яких спрямована на посередництво у працевлаштуванні, професійну орієнтацію, підвищення конкурентоспроможності шукачів роботи шляхом професійного навчання та підтримки підприємницької діяльності.

Нагальним, в плані підвищення мобільності на ринку праці, залишається питання посилення соціального діалогу, що є важливим засобом у роботі щодо захисту інтересів людини праці, досягнення соціальної справедливості. У кризовий період



досягнення консенсусу між основними зацікавленими сторонами та їх демократична участь у пошуку рішень мають першочергову важливість [2]. В Україні слабкість профспілкового руху і відсутність ефективних об'єднань роботодавців обумовлює необхідність розширення та посилення ролі держави у налагодженні соціального діалогу між роботодавцями та найманими працівниками, узгодженні протиріч між ними, зниженні напруженості в суспільстві. Водночас стратегічний курс України на європейську інтеграцію посилює необхідність імплементації концепції гідної праці шляхом реалізації основних її пріоритетних напрямів за допомогою механізмів соціального діалогу.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Сайт Державної служби статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Яценко Л.Д., Близнюк В.В. Соціальна справедливість у сфері праці України: сучасні реалії, проблеми та протиріччя. *Стратегічні пріоритети*. 2017. № 4. С. 104–117. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/spa\\_2017\\_4\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/spa_2017_4_14).

## СЕКЦІЯ 5. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

**Бондаренко Н. М.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри статистики, обліку  
та економічної інформатики*

*Дніпровського національного університету  
імені Олеся Гончара*

**Волобой А. Є.**

*студентка*

*Дніпровського національного університету  
імені Олеся Гончара  
м. Дніпро, Україна*

### ПОДАТКОВА СИСТЕМА КИТАЮ

Сьогодні, Китай знаходиться на першому місці в списку найбільш населених країн світу – майже 1,4 мільярда людей проживають на території цієї країни. Згідно з цими даними, можна з упевненістю заявити, що першорядним джерелом доходу державної казни служать саме податкові надходження. У КНР відсутнє поняття тіньової економіки, що зобов'язує всіх громадян країни щомісяця виплачувати податкові збори. Крім того, з 1 січня 2019 року в країні діє закон «Про податки на доходи фізичних осіб», згідно з яким виплачувати податки зобов'язані також і резиденти КНР. Щоб отримати статус резидента, необхідно прожити на території країни протягом певного терміну, але не менше 3-х місяців [1].

До складу державних органів, уповноважених розробляти податкові закони і визначати податкову політику, входять: Національний громадський конгрес і його постійний комітет, Державна рада, Міністерство фінансів, Державна адміністрація оподаткування, Комітет тарифікації та класифікації при Державній раді та Головне митне управління.

Система оподаткування Китаю складається з наступних частин:

- ПДВ (31%);
- податок на прибуток підприємств (19,4);

- підприємницький податок (15,1);
- інші податки (9,1);
- податок на споживання (8%);
- прибутковий податок для фізичних осіб (6,6%);
- податок на операції (2,9%);
- податок і ремонт і будівництво в містах (2,6%);
- мита (2,5%);
- ПДВ і податок на споживання при імпорті (2,1%);
- ресурсний податок (0,6%) [2].

Оскільки, основний інтерес для нас представляють особливості ведення бізнесу в Китаї, розглянемо відповідні категорії податків:

- податок на бізнес;
- корпоративний податок;
- податок на приріст капіталу;
- прибутковий податок для фізичних осіб;
- ПДВ та інші види податків.

Податок на бізнес, який відноситься до податку на прибуток підприємства, є загальнообов'язковим податком, що передбачає щомісячні виплати на здійснення підприємницької діяльності. Цим податком обкладаються виключно підприємства з іноземним капіталом. Фіксованої ставки податку, як такої немає, вона коливається в межах 3–20% і залежить від роду діяльності компанії. Так, з 2019 року транспортні, інжинірингові, будівельні, телекомунікаційні та спортивні компанії зобов'язані виплачувати податок за ставкою 3%. А якщо, ви захочете відкрити компанію в Китаї, з метою надання кредитно-фінансових послуг, то в цьому випадку, податкова ставка складе 8%.

Корпоративний податок в Китаї (податок на прибуток підприємства). Цим податком обкладаються всі іноземні компанії, що здійснюють діяльність всередині країни і отримують від цього відповідний прибуток. Він виплачується щорічно, і розмір затвердженої ставки залежить від території, на якій проводиться реєстрація компанії. Ставка для компаній-резидентів становить 30% від світового доходу. Стандартна ставка для нерезидентів дорівнює 25%, але водночас існує ряд пільгових ставок:

– Компанії, що створюють ПО і розробляють мікросхеми – 10% (за умови відповідності переліку певних вимог, а також отримання оцінки з боку спеціальної комісії).

– ІТ-компанії висококваліфіковані підприємства – 15% (за умови проходження перевірки).

– Підприємства, створені в новому районі Хенцінь (м. Чжухай), в зоні співпраці Цяньхай-Шеньчжень-Гонконг (індустрія послуг), а також в Комплексній Експериментальній Зоні Пінтань – 15%.

– Компанії західних регіонів Китаю, які отримали заохочення – 15%, терміном до 31 грудня 2020 року.

– Малі підприємства з річним прибутком менше 1 мільйона китайських юанів – 10%, строком до 31 грудня 2020 року.

– Податок на приріст капіталу. У прямому значенні, даний податок відсутній в системі оподаткування Китаю. Поряд з іншими видами доходів, приріст капіталу і збитки підприємства, оподатковуються за стандартною ставкою в 25%.

– Прибутковий податок для фізичних осіб. Податкова ставка прямо залежить від величини доходу фізособи, особливо:

– податок на заробітну плату коливається від 3% (0–1500 CNY) до 45% (близько 80 тисяч CNY);

– податок на приватний бізнес становить від 5% (0–15 тисяч CNY) до 35% (100 тисяч CNY і більше);

– податок на персональні послуги нараховується за ставкою від 20% (0–20 тисяч CNY) до 40% (50 тисяч CNY і більше).

ПДВ та інші податки. Податком на додану вартість в Китаї обкладається прибуток з продажу та імпорту товарів, а також надання ремонтних та інших видів послуг на території КНДР. Стандартна ставка – 17 %.

Споживчий податок сплачується лише за умови придбання товарів, які потребують спеціальної ліцензії на продаж. До даної категорії відносять: предмети розкоші, ювелірні вироби, автомобілі, акумулятори, бензин, а також високоякісні косметичні засоби, сигарети і алкогольну продукцію. Ставка податку коливається в межах 3–50% і залежить від суми / обсягу продажів певного виду товарів.

Податок на майно. Цим податком обкладається продаж, покупка, дарування або обмін прав власності на користування землею та нерухомим майном. Податок сплачується одержувачем в розмірі від 3 до 5%.

Податок на видобуток копалин нараховується на видобуток корисних копалин або виробництво солі і стягується за ставкою, встановленою місцевою владою. Також ним обкладається прибуток від продажу енергоносіїв (вугілля, природний газ, сира нафта) за відпускною вартістю [3].

В цілому, податкова система КНР є досить злагодженою і стабільною. За останні роки податкова система не переживала серйозних змін, вносилися лише незначні корективи в ті чи інші законопроекти. В середньому громадянин Китаю щомісяця виплачує близько 25 відсотків податків зі своєї заробітної плати.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Попова Л.В. Налоговые системы зарубежных стран: учебно-методическое пособие / Л.В. Попова, И.А. Дрожжина, Б.Г. Маслов. Москва : Дело и Сервис, 2018.
2. Пospelова Е.Б. Современная налоговая система Китая: налоги на доходы и имущества физических лиц. *Интернет-журнал «Науковедение»*. 2014. № 6 (25). С. 140
3. Бажанов П.І. Налогообложение в КНР. CH Legal – 2021. URL: [http://www.china\\_tax\\_report\\_march\\_2021](http://www.china_tax_report_march_2021).

*Гладчук О. М.  
доцент кафедри фінансів і кредиту  
Чернівецького національного університету  
імені Юрія Федьковича  
м. Чернівці, Україна*

## **РОЛЬ ФОРМАЛЬНИХ ТА НЕФОРМАЛЬНИХ ІНСТИТУТІВ ТА ЇХ ВЗАЄМОДІЯ НА РИНКАХ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ**

Вивчення особливостей формування та функціонування формальних і неформальних інститутів ринків фінансових послуг дає можливість повноцінно оцінити стан їх розвитку та потенційні напрямки подальшого вдосконалення, а також визначити рівень і напрями їх впливу та необхідність врахування при подальшій співпраці між учасниками фінансових взаємовідносин, враховуючи сучасні тенденції клієнтоорієнтованості на ринках фінансових послуг.

Підтримуємо думку Коваленко Ю.М. стосовно того, що: «формальні правила набувають жорстко фіксованої форми і володіють публічним механізмом захисту. Їх дія має автоматичний характер, що не залежить від будь-яких зовнішніх обставин, через що зменшується невизначеність інституційного середовища фінансового сектора, стають можливим складні трансакції. На відміну від цих правил, неформальні (традиційні) норми – ментальні стереотипи, звичаї, традиції, неписані кодекси і норми поведінки, господарська етика, культи, табу, релігійні, моральні, етичні та соціальні норми, соціокультурне тло – позбавлені жорсткого автоматизму і надають можливості для гнучкого пристосування до умов, що змінюються» [1].

Сконцентрованість на інтересах клієнта, можливостях оптимізації задоволення його різноманітних потреб та інтересів стимулює науковців досліджувати економічні проблеми використовуючи міждисциплінарні зв'язки працюючи на стику багатьох наук, особливо застосовувати знання набуті в соціології, політиці, праві, психології, антропології та інших науках, які досліджують життя й поведінку людей. Використання ж методології точних наук, таких як математика й інформатика є класикою економічних досліджень, що водночас не дає змоги в

повній мірі охарактеризувати реальні причинно-наслідкові зв'язки між учасниками ринків фінансових послуг.

Роль неформальних інститутів, що сформувались і функціонують на ринках фінансових послуг та їх взаємодія з формальними інститутами є надзвичайно важливою для подальшого сталого розвитку фінансового сектора економіки. Саме тому, актуальною постає проблема взаємної відповідності неформальних інститутів сформованих на ринках фінансових послуг і формальних правил, які встановила держава.

Формальні інститути фінансового сектору повинні відповідати і підтримуватися неформальними нормами, властивими особливостям функціонування учасників фінансових взаємовідносин на ринках фінансових послуг. Таке інституційне регулювання фінансових установ буде найбільш ефективним і сприятиме реалізації як загальних, так і приватних інституційних інтересів у фінансовому секторі. Якщо ж формальні і неформальні інститути будуть протирічити одне одному, то необхідно або скасовувати формальні правила, або пристосовувати їх до неформальних, задля впливу на останні, щоб змінити їх відповідно до загальної інституційної цілі їх функціонування.

Інституційне регулювання ринків фінансових послуг має створювати таке інституційне середовище, в якому будуть неможливими функціонування формальних і неформальних інститутів різного спрямування, що суперечитимуть один одному. Оскільки це призводить до нестабільності фінансової системи, переходу в тіньову економіку, поглиблення корупції і криміналу. До таких наслідків призводить інституційне регулювання фінансового сектору, що базується на встановленні формальних норм, які суперечать неформальним (способу мислення і поведінки, які існують в учасників ринків фінансових послуг).

В загальному можна виділити специфічні для учасників ринку фінансових послуг неформальні інститути (пов'язані з особливостями фінансової сфери) та базові неформальні інститути (пов'язані з історичними, національними особливостями, які сформувались під впливом звичаїв, традицій, релігії, ментальності громадян).

Нині на вітчизняних ринках фінансових послуг (які сформувалися як олігополістичні, інсайдерські, олігархічні та закриті ринки) превалюють неформальні інститути, зорієнтовані, перш за все, на реалізацію вузькогрупових приватних економічних інтересів (фінансова спекуляція, корупція в її основних формах: хабарництво, зловживання повноваженнями, комерційний підкуп і т.д.) У цьому випадку метою інституційного регулювання є послаблення подібних правил поведінки, встановлюючи відповідні формальні норми, з якісними механізмами регулювання й контролю та жорсткими формами покарання.

З іншого боку, не набули достатнього розвитку інститути, які створюють умови для реалізації спільних інтересів, спрямованих на збільшення добробуту суспільства за рахунок задоволення потреб економічних суб'єктів у фінансових послугах і продуктах (економічна культура, етика бізнесу, економічні знання населення, система національних та релігійних цінностей). В даному випадку важливим напрямком інституційного регулювання є розвиток і перетворення цих правил у важливі суспільно-економічні інститути.

Серед неформальних інститутів фінансового сектора надзвичайно важливою є економічна культура, для її формування необхідним є значний час та фінансова грамотність учасників ринків фінансових послуг. Базовим елементом економічної культури є економічні знання, які допомагають адекватно оцінювати економічну ситуацію та приймати ефективні рішення. Фінансова грамотність забезпечена спільними зусиллями держави, бізнесу та ЗМІ дасть суттєвий поштовх до розвитку сучасних ринків фінансових послуг, що зможе повноцінно забезпечити потреби його учасників.

Вирішувати завдання формування сучасної економічної і фінансової культури, етичних принципів та підвищення рівня довіри в економіці може кожна фінансова установа, в своїй поточній діяльності. Наприклад, створити спеціальний відділ, який займатиметься популяризацією фінансових послуг, підвищенням рівня фінансової грамотності клієнтів та працівників фінансових установ, фінансовою інклюзією. Щоб клієнти в зручний час і в зручній формі (жива розмова, інтернет спілкування, телефонні



повідомлення) мали змогу отримати повну, вичерпну і вчасну відповідь на будь-яке питання, відновити інтерес до фінансових послуг, який ґрунтуватиметься на якісній і правдивій інформації.

«Таким чином, ринок вимагає неписаних законів, правил гри і наявності таких моральних переконань, як надійність, порядність, солідарність. Чим нижче рівень моральних цінностей, тим вище потреба в державному втручанні» [2]. Саме тому, актуальним є формування такого інституційного середовища у фінансовому секторі, при якому послаблюватиметься вплив негативно діючих неформальних інститутів та формуватимуться якісні, позитивно направлені неформальні інститути, що сприятимуть ефективному розвитку всіх учасників ринків фінансових послуг.

Отже, необхідним є комплексне використання досвіду отриманого різними науками задля утворення ефективно функціонуючої інституційної структури ринків фінансових послуг, що першочергово спрямована на захист інтересів його учасників, на основі розбудови конкурентоспроможного, відкритого, платоспроможного ринку фінансових послуг з сучасною інфраструктурою та широким асортиментом якісних фінансових послуг, гарантуванням захисту прав споживачів. Ефективна взаємодія формальних і неформальних інститутів, що сформувались та функціонують на ринках фінансових послуг сприятимуть їх подальшому розвитку та дасть змогу забезпечити сталий розвиток економічної системи країни загалом.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Коваленко Ю.М. Неформальні норми фінансового сектора економіки: економічна ментальність та інституційна довіра. *Економічна теорія*. 2011. № 2. С. 58–68.
2. Михайлов А.М., Белова Л.В. Формальные и неформальные институты в банковской сфере. *Вопросы экономики и права*. 2015. № 10. С. 48–52.

**Криховецька З. М.**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів  
Прикарпатського національного університету*

*імені Василя Стефаника*

**Ющук А. М.**

*студентка*

*Прикарпатського національного університету*

*імені Василя Стефаника*

*м. Івано-Франківськ, Україна*

## **РЕСУРСИ БАНКУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

В сучасних умовах господарювання вимоги зростання конкурентоспроможності банківського функціонування створюють підвищений інтерес до розширення їх ресурсних можливостей. Ефективність реалізації елементів ресурсної політики банку в частині планування процесу формування економічних ресурсів і повноцінного управління ними визначають тривалість адаптаційного періоду до нових, постійно мінливих умов економіки. Базові характеристики сутності ресурсів як економічної категорії викладені в працях представників фундаментальних шкіл економічної науки: класична школа (А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.Б. Сей та ін.) розглядає ресурси як сукупність трьох факторів виробництва – праця, земля, засоби виробництва; неокласична школа (Менгер К., Ф. Візер, У.С. Джевонс, А. Маршал, І. Фішер, Е. Бем-Баверк і ін.) розглядає ресурси як чотири чинники виробництва – праця, земля, капітал, підприємницькі здібності. Проте М. Комаров, Е. Румянцева, А. Яковенко та ін. додають ще й інформаційний ресурс, що займає сьогодні одну з домінуючих позицій.

В економічній енциклопедії за редакцією Мочерного С. ресурси – фр. *ressources* – допоміжний засіб) – природні, сировинні, матеріальні, трудові, фінансові цінності, які можуть бути використані в разі потреби на створення товарних ресурсів, надання послуг, одержання додаткової вартості [1].

Отже, з економічних позицій до ресурсів належить сукупність окремих елементів, що прямо чи опосередковано беруть участь у

процесі виробництва, тобто в процесі використання ресурси набувають форми чинників виробництва.

Якщо розглядати безпосередньо термін «банківські ресурси», то існує багато визначень різних авторів, проте в основному вони зводяться до такого трактування як фінансові ресурси банку, що є сукупністю грошових коштів, що перебувають у його розпорядженні і використовуються для виконання активних операцій. Ми вважаємо, що ресурси банку є більш широким поняттям, яке включає, крім фінансових ресурсів, такі види, як трудові, інформаційні, матеріальні ресурси. Так фінансові ресурси мають грошову форму, тобто є грошовими коштами, які належать суб'єкту. Матеріальні ресурси представлені в матеріально-речовій формі. Під ними слід розуміти основні та оборотні засоби виробництва, які використовуються (або можуть бути використані) у виробничому процесі [1]. Трудові ресурси – це індивіди, що володіють вродженими, набутими і розвинутими кількісними та якісними фізіологічними, освітніми, творчими, соціальними, економічними характеристиками, що забезпечують можливості здійснення трудової діяльності. Інформаційні ресурси найбільш повно можна охарактеризувати як інформацію, створену чи виявлену, зареєстровану й оцінену. Інформаційний ресурс організації включає безпосередньо інформацію та інформаційні технології [2]. Важливою рисою процесу формування інформаційних ресурсів є створення інформаційної, технічної і технологічної основи для забезпечення взаємодії банків зі своїми контрагентами, структурними одиницями та регулюючими органами, де кожний учасник процесу прийняття рішення, його виконання і контролю має доступ до потрібної йому інформації в рамках загального інформаційного простору [3].

Отже, ресурси банків представляють собою поняття, що включає сукупність фінансових, трудових, матеріальних та інформаційних ресурсів, наявних у розпорядженні банку та раціонально ним використовуються для забезпечення його повноцінної діяльності щодо виробництва і реалізації банківських продуктів.

Під час формування ресурсів банк передусім має визначити систему цілей та напрямки діяльності банку. Під час вироблення політики формування ресурсів банк повинен реалізувати такі

цілі як прибутковість, дотримання нормативно-правових вимог, ліквідність, мінімізація витрат, адаптація до змін, обсяги і ринок. Завданням такої політики є формування необхідних ресурсів для подальшого їх використання з метою найкращої реалізації цілей. Комерційний характер банківської діяльності вимагає встановлення оптимальних співвідношень, доцільних пропорцій в кількісних і якісних параметрах економічних ресурсів, необхідних банку для ефективної реалізації операційних бізнес-процесів і оптимального вирішення управлінських завдань з метою підвищення конкурентоспроможності. Склад і ефективність використання ресурсів впливають на результати банківського функціонування і рівень його конкурентоспроможності. При цьому поточні ресурси спрямовані на оптимальне виконання тактичних цілей і завдань повноцінного функціонування банку. А стратегічні ресурси орієнтовані на виконання етапів стратегічного розвитку. Стратегія розвитку формує прогнозований і бажаний образ банку, його місце на фінансовому ринку в середньостроковій і довгостроковій перспективі. У цьому випадку ресурси дозволяють своєчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища, а також розширювати та вдосконалювати внутрішні граничні можливості.

В умовах загострення конкуренції і посилення вимог до діяльності банків, у яких діє вітчизняна банківська система, виникає необхідність розробки ефективної політики формування фінансових ресурсів, актуальними напрямками якої є проведення дослідження кола існуючих та потенційних клієнтів банку, аналіз джерел їх доходів і фінансові очікування, вплив коливання рівня цін з метою повного задоволення потреб клієнтів; розширення клієнтського сегменту банку за рахунок залучення представників малого бізнесу та молоді, розширення спектру продуктів та послуг, що надаються; розширення маркетингових прийомів щодо просування банківських продуктів. Вибір джерел, способів, методів та інструментів фінансування має суттєвий вплив не тільки на процес формування фінансових ресурсів, а й на ефективність всієї фінансової діяльності банку. Використання всіх доступних механізмів залучення (включаючи двосторонні та багатосторонні банківські кредити, випуски цінних паперів, номінованих у різних

валютах) зможе забезпечити успішне функціонування банку та його конкурентоспроможність на ринку.

Для ефективної роботи банку необхідно постійно формувати та контролювати трудові ресурси, які будуть здатні вирішувати поставлені задачі у певній сфері діяльності банку з максимальною ефективністю та працювати, зорієнтувавшись на цілі банку. Збільшення конкурентоздатності персоналу може забезпечуватися розробкою банком ефективного механізму управління їх кадровим забезпеченням, який базуватиметься на результативному використанні людського капіталу, його розвитку, збільшенні матеріального стимулу та мотивації до праці, покращенні соціальної безпеки та безперервному навчанні. Для того, щоб персонал банку був конкурентоспроможним, потрібно застосувати комплексний підхід до його розвитку та до покращення взаємин між іншими особами [4, с. 151].

Створення і підтримка ефективної системи управління банківськими бізнес-процесами є одним із пріоритетних завдань стратегічного розвитку кожного банку, вирішення якого значною мірою залежить від інформаційних ресурсів банку. Обробка інформації базується на інформаційних технологіях, що пов'язані зі збиранням, обробкою, передачею та використанням інформації. Інструментами обробки здебільшого є прикладні програмні засоби, які дають змогу здійснювати певний набір операцій та дій над інформацією. Багаторівнева система інтеграції даних, бізнес-процедур і організаційної структури банку дають змогу будь-якому керівникові одержувати всю інформацію щодо банку і його філій та здійснювати результативне управління банківськими процесами. В рамках створеного на основі системи єдиного інформаційного простору менеджмент банку одержує можливість: приймати рішення на тактичному та оперативному рівнях управління; за допомогою механізмів документообігу; використовуючи аналітичні методики; позбутися зайвої роботи щодо введення даних і збільшити «корисний» час користувача [3]. У контексті цього для банків є важливим створення ефективних та безпечних систем інформаційного забезпечення, впровадження нових та вдосконалення існуючих технологій реалізації електронних платежів,

впровадження методик ефективного використання комп'ютерних та телекомунікаційних систем.

Ефективно сформовані усі складові банківських ресурсів дозволять банку швидко та гнучко увійти в русло повноцінного функціонування в період нових економічних викликів, забезпечити його конкурентоспроможність на ринку.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Економічна енциклопедія в. 3-томах. ; за ред. С. Мочерного. Київ : Видавничий центр «Академія», 2002.
2. Ресурсний потенціал регіону : навч. посіб. ; за заг. ред. М.К. Орлатого. Київ : НАДУ, 2014. 724 с.
3. Курченко О.Б. Інформаційні системи і технології в банківських та фінансових установах : навч. посіб. Київ : МАУП, 2006. 224 с.
4. Коваль М.І. Формування належного кадрового потенціалу комерційних банків. *Облік і фінанси*. 2018. № 1. С. 148–153. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif\\_apk\\_2018\\_1\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2018_1_23).

**Фатюха Н. Г.**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів,  
банківської справи та страхування  
Національного університету «Запорізька політехніка»*

**Рябченко І. А.**

*магістрантка  
Національного університету «Запорізька політехніка»  
м. Запоріжжя, Україна*

### **МЕТОДОЛОГІЯ СТАТИСТИКИ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ**

Прямі інвестиції, як категорія міжнародної інвестиційної діяльності, є компонентом платіжного балансу й міжнародної інвестиційної позиції, які відображають фінансові потоки та загальні обсяги фінансових зобов'язань і вимог між країнами [1].

Метою проведення державного статистичного спостереження (ДСС) щодо інвестицій зовнішньоекономічної діяльності є формування статистичної інформації про обсяги прямих інвестицій

підприємств в Україну/з України та їх взаємозв'язки в рамках відносин прямого інвестування для забезпечення інформаційних потреб НБУ зі складання платіжного балансу та визначення міжнародної інвестиційної позиції країни, потреб користувачів.

Методологічні положення ґрунтуються на нормах законів України «Про державну статистику» [2], постанов Кабінету Міністрів України від 17.03.2000 № 517 «Про складання платіжного балансу України» [3], від 30.01.1997 № 112 «Про затвердження Положення про порядок державної реєстрації договорів (контрактів) про спільну інвестиційну діяльність за участю іноземного інвестора» [4], від 19.02.1996 № 229 «Про затвердження Положення про порядок видачі індивідуальних ліцензій на здійснення резидентами майнових інвестицій за межами України і Положення про порядок контролю та звітності щодо використання майнових цінностей, які інвестуються за межами України» [5] та ураховують положення наказів Держстату від 15.02.2017 № 41 «Про затвердження Методологічних положень щодо забезпечення статистичної конфіденційності в органах державної статистики» та від 17.08.2018 № 170 «Про затвердження Принципів діяльності органів державної статистики України».

Джерелами інформації ДСС є:

– дані за формами № 10-зез (квартальна), № 13-зез (квартальна);

– адміністративні дані: НБУ про ринкову вартість інвестицій (акцій, майна тощо), які одержані/здійснені підприємствами-резидентами; ФДМУ щодо інвестицій, які одержані державними підприємствами, у результаті приватизації за участі іноземного інвестора; органів державної реєстрації про зареєстровані іноземні інвестиції, внесені іноземними інвесторами на основі концесійних договорів та/або договорів (контрактів) про спільну інвестиційну діяльність;

– дані державного статистичного спостереження «Активи, власний капітал, зобов'язання та фінансові результати» щодо власного капіталу, доходів 8 та витрат підприємств за формами № 1, № 1-м, № 1-мс «Баланс», № 2, № 2-м, № 2-мс «Звіт про фінансові результати» [1].

За результатами ДСС формуються показники про:

– іноземні інвестиції в Україну; інвестиції резидентів за кордон; взаємозв'язки підприємств у рамках іноземного інвестування;

– обсяги власного капіталу, доходів та витрат по підприємствах із іноземними інвестиціями.

Показники ДСС щодо іноземних інвестицій в Україну, інвестицій резидентів за кордон, взаємозв'язків підприємств у рамках іноземного інвестування та обсягів власного капіталу, доходів та витрат підприємств із іноземними інвестиціями формуються по підприємствах у таких розрізах:

– регіон (із використанням адміністративно-територіального поділу);

– країна світу (відповідно до Переліку країн світу для статистичних цілей);

– вид економічної діяльності (за КВЕД).

Відповідно до мети ДСС сформована інформація є проміжною і надається НБУ виключно для складання показників щодо прямих інвестицій, платіжного балансу та визначення міжнародної інвестиційної позиції країни й Держстатом окремо не оприлюднюється [1].

З 2017 року за підтримки Технічних місій МВФ щорічно поступово вдосконалювався облік прямих іноземних інвестицій у міру доступності даних та напрацьовувалися правові підстави для їх отримання.

Відповідно до Плану спільних дій Державної служби статистики України та НБУ, починаючи з 2020 року до Національного банку передано повноваження щодо публікації статистики ПІІ для створення єдиного джерела даних з єдиною методологією розрахунку.

З 2020 року до обліку ПІІ враховано реінвестування доходів нефінансових корпорацій та додатково здійснено вдосконалення статистики запасів ПІІ відповідно до міжнародних стандартів. Ці зміни сприятимуть підвищенню цілісного відображення усіх операцій прямих іноземних інвестицій та дадуть змогу поліпшити порівнюваність макропоказників України з іншими країнами.

Врахування реінвестованих доходів не позначиться на загальному сальдо платіжного балансу, так як вони дзеркально



відображатимуться у двох статтях платіжного балансу – «Первинні доходи» поточного рахунку та «Прямі інвестиції» фінансового рахунку. Урахування реінвестованих доходів корегує показники дефіциту поточного рахунку України та прямих іноземних інвестицій на однакові значення.

Починаючи з 2020 року функція складання та публікації статистики ПІІ повністю передана до НБУ. Відтепер він здійснює формування даних за банками та борговими інструментами та забезпечує публікацію статистики ПІІ, починаючи з даних за I квартал 2020 року на сторінках офіційного Інтернет-представництва НБУ у розділі «Статистика, Статистика зовнішнього сектору».

Основними функціями Держстату в частині складання статистики ПІІ є забезпечення збору первинних даних щодо ПІІ підприємств (в частині акціонерного капіталу та торгових кредитів), формування бази даних з урахуванням фінансової звітності підприємств з ПІІ.

Відтепер деталізовані дані щодо ПІІ складаються за принципом спрямованості та публікуються на 90-й день після закінчення кварталу; складання та оприлюднення статистики ПІІ в розрізі районів та міст обласного значення не передбачено (публікація таких даних територіальними органами Держстату припинена з початку 2019 року).

З I кварталу 2020 року збір даних за формами обстеження Держстату здійснюється у національній валюті, що дало змогу виявити підприємства, які надавали дані за історичною вартістю, та здійснити коригування вартості запасів ПІІ.

За новою методологією в I кварталі 2020 року зафіксовано чистий відплив за прямими іноземними інвестиціями у розмірі 1,6 млрд дол. США, зумовлений вилученням реінвестованих доходів реального сектору (за попередньою методологією чистий приплив становив 540 млн дол. США) [6].

Після уточнення даних, від'ємне сальдо поточного рахунку у 2017–2019 роках щорічно збільшено від 1.1 млрд дол. США (1,0% до ВВП) у 2017 році до 2.8 млрд дол. США (1,8% до ВВП) у 2019 році. Водночас, приплив ПІІ збільшено на ті ж самі величини [6].

На сьогодні розрахунки здійснюються на основі знеособлених даних фінансової звітності нефінансових корпорацій. У разі напрацювання правових можливостей для отримання масиву відкритих даних на рівні окремих підприємств, точність розрахунків може бути підвищена.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Методологічні положення з організації державного статистичного спостереження щодо інвестицій зовнішньоекономічної діяльності. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/norm\\_doc/2021/52/52.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/norm_doc/2021/52/52.pdf).
2. Закон України «Про державну статистику» (зі змінами та доповненнями) від 17.09.1992 № 2615-XII. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/Zakon/ukr/stat\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/Zakon/ukr/stat_u.html).
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 17.03.2000 № 517 «Про складання платіжного балансу України». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/517-2000-п>.
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 30.01.1997 № 112 «Про затвердження Положення про порядок державної реєстрації договорів (контрактів) про спільну інвестиційну діяльність за участю іноземного інвестора». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/112-97-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України від 19.02.1996 № 229 «Про затвердження Положення про порядок видачі індивідуальних ліцензій на здійснення резидентами майнових інвестицій за межами України і Положення про порядок контролю та звітності щодо використання майнових цінностей, які інвестуються за межами України». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/229-96-п>.
6. Офіційний сайт Національного Банку України. URL: <https://bank.gov.ua>.

## **СЕКЦІЯ 6. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ**

*Гевчук А. В.*

*доктор економічних наук, доцент,  
доцент кафедри обліку та оподаткування  
Вінницького фінансово-економічного університету  
м. Вінниця, Україна*

### **ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТИТУТУ АГРАРНИХ РОЗПИСОК ЯК ФОРМИ РЕГУЛЮВАННЯ ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН БІЗНЕС ОДИНИЦЬ**

В сучасних умовах підприємства сфери агробізнесу демонструють позитивну динаміку показників діяльності та є привабливими для інвестування в час відкриття ринку землі. Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення» [1] набрав чинності з 1 липня 2021 року, який відкрив ринок землі та дозволив громадянам вільно купувати та продавати землі сільськогосподарського призначення, які належать їм на праві приватної власності та передбачає поетапне набуття права власності на земельні ділянки.

Крім того, безпосередньо продукція галузі АПК багато років залишається основним джерелом експорту та основою надходження валютної виручки. А використання аграрних розписок сьогодні сприяє покращенню інвестиційного клімату, особливо в світлі глобалізації ринків сільськогосподарської продукції.

Формування договірної політики необхідно бізнес одиницям, оскільки здійснення угод в господарській практиці регламентовано рамками законодавства, в першу чергу Цивільним та Господарським кодексом України (правовий фактор). При правильному виконанні приписів законодавства суб'єкти господарювання цілком можуть оптимізувати розрахунки з контрагентами, бюджетом, і, як наслідок, здійснити вплив на інформацію фінансової звітності та обліково-аналітичне забезпечення управління [2].

Погоджуючись із позицією Н.Д. Заріпової зауважимо, що у бізнес одиниць існує можливість вибирати, яким видом договору будуть оформлені здійснювані господарські операції, так як юридично можуть бути оформлені різними договорами, наприклад договором поставки, оренди, тощо [3].

Так, відповідно до практики, що склалася, можливими формами договорів при використанні аграрних розписок є звичайні господарські договори, а саме:

- договір купівлі-продажу, за яким оплата буде проводитися на умовах фінансової аграрної розписки;
- кредитний договір, за яким повернення коштів відбудеться на умовах фінансової аграрної розписки;
- форвардний контракт з поставки аграрної продукції, що буде поставлена на виконання товарної аграрної розписки;
- договір міни товару на сільськогосподарську продукцію (бартеру), що буде поставлена на виконання товарної аграрної розписки;
- будь який інший відплатний договір за умови включення до його тексту відповідних умов його гармонізації з аграрною розпискою [4].

Як свідчить практика, знання особливостей оформлення та укладання відповідного виду договору дозволяє уже на стадії укладання створити систему заходів економічної безпеки та передбачити дієві заходи захисту від не доброчесності окремих партнерів, адже правильно оформлений договір – надійний захист від збитків. Тобто при розробці облікової політики бізнес одиниці повинні регламентувати договірну політику, яка має вплив на показники фінансового стану і способи оптимізації оподаткування.

Вперше серед українських дослідників ґрунтовне визначення договірної політики надала К.В. Романчук, як «вибір підприємством умов договорів, для досягнення бажаного фінансового результату та структури активів, виходячи з положень чинного законодавства та особливостей діяльності» [5]. В розвиток дослідження даного питання Н.Н. Макарова [6] надає схоже визначення договірної політики, яке в загальному полягає у можливості альтернативного вибору суб'єктом господарювання виду договору, партнера за операціями, умовами господарських

договорів для отримання економічних або будь-яких інших вигод в цілях як бухгалтерського обліку, так і оподаткування. Проф. М.Л. Пятов визначає договірну політику як «використання можливостей варіювання видів господарських договорів, що юридично оформлюють здійснювані бізнесом операції та регламентують умови їх здійснення» [7]. Тоді як Гусєва Т.А. вважає, що договірна політика – це «зміна умов господарських договорів з метою досягнення бажаного фінансового результату» [8].

Вважаємо, що дані визначення розкривають сутність договірної політики доповнюючи одне одного, однак важливим в даному процесі (окрім обов'язкових, визначених чинним законодавством) є додатковий елемент – аграрна розписка на яку можуть бути посилення в договорі.

Варто зазначити, що основні положення договору з проведення розрахунків із використанням аграрної розписки з позиції бухгалтерського обліку є:

- сторона (партнер) по договору. У договорі має бути чітко вказано, хто є стороною в ньому: боржник, кредитор, третя сторона. Визначення статусу партнера впливає на організацію бухгалтерського і податкового обліку;

- вид діяльності, в рамках якого здійснюватиметься його виконання. Визначення предмету договору необхідне для правильної організації бухгалтерського обліку руху ТМЦ, виконаних робіт і наданих послуг;

- дата здійснення факту бізнес діяльності, тобто дата або момент переходу прав володіння, користування або розпорядження продукцією (товаром);

- визначення ціни за договором, яка визначається на кожен вид товарів, робіт, послуг із зазначенням наявності чи відсутності у ціні ПДВ;

- визначення договором міри відповідальності, де окремі пункти договору передбачають санкції за невиконання умов договору (оплати, термінів, якості).

Основу організації бухгалтерського обліку розрахункових операцій суб'єкта агробізнесу формують два види операцій: одержання товарів, робіт, послуг та виконання зобов'язань за ними. Виходячи з порядку організації облікової політики, доцільно

виділити систему організації договірної політики та визначити основні елементи. Тобто облікова політика щодо розрахунків бізнес одиниць повинна передбачати цілісність обліку та управління розрахунковими операціями і має охоплювати методичний, технічний, організаційний аспекти.

*Методичний аспект* визначає види розрахунків бізнес одиниць на основі систематики розрахункових операцій, що забезпечить їх відображення в системі бухгалтерського обліку; визначення методів оцінки проведених розрахунків; оформлення документів та своєчасне відображення в обліку операцій по надходженню товарів, робіт, послуг та погашення зобов'язань за ними; нарахування штрафів та пені за розрахунковими операціями і контроль за термінами їх сплати; обчислення податків, пов'язаних з розрахунками та формування достовірної інформації у фінансовій звітності щодо розрахунків.

*Технічний аспект* облікової політики передбачає визначення в робочому плані рахунків рахунки обліку за розрахунками бізнес одиниці; визначення порядку проведення інвентаризації зобов'язань за ними з метою своєчасного їх погашення і рівномірності включення витрат за ними до складу фінансового результату; формування графіку документообігу операцій, пов'язаних з розрахунковими операціями; розробку форм документів.

В свою чергу, *організаційний аспект* облікової політики передбачає внесення до посадової інструкції обов'язків бухгалтерів, аналітиків та управлінського персоналу щодо організації та ведення обліку операцій, пов'язаних із розрахунками бізнес одиниці з використанням аграрних розписок.

Варто зазначити, що результатом виконання договірних відносин є зобов'язання, які є об'єктом бухгалтерського обліку основою для яких служить інформація фактів бізнес діяльності про джерело виникнення дебіторської або кредиторської заборгованості згідно договору. Тобто договірна політика забезпечує розробку та впровадження нових моделей на основі укладених договорів, що дозволяє оперативно реагувати на зміни економічних реалій.

Таким чином, договірна політика як складова облікової політики є елементом локалізації інститутів, «баластом» стійкого типу поведінки, системою норм, джерелом нормативного

регулювання, механізмом економічного узгодження взаємодій бізнес одиниць. Доведено, що операції з аграрними розписками забезпечують реалізацію ряду договорів між суб'єктами бізнесу. Зауважимо, що переддоговірна та договірна робота бізнес одиниць прямо пов'язана з обліковою стороною, так як положення договору прямо впливає на порядок відображення операцій в системі бухгалтерського обліку. Проте не слід забувати, що і положення облікової політики прямо пропорційно впливає на положення договору. Виходячи з порядку організації облікової політики нами виділено систему організації договірної політики та визначено основні елементи в межах організаційної, методичної та технічної складових.

Отже, дані пропозиції сприяють уникнення подвійного обліку зобов'язань на підставі договору і аграрної розписки шляхом узгодження між собою текстів цих документів, що сприятиме популяризації використання аграрних розписок широким колом учасників аграрного ринку в сучасних реаліях бізнесу.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Закон України № 2178-10 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення». URL: <https://agropolit.com/715-zakon-pro-rinok-zemli-2178-10>.
2. Сунгатуллина Р.Н Договорная политика: особенности ее учетно-аналитического обеспечения и аудита особенности ее учетно-аналитического обеспечения и аудита. *Бухгалтерский учета и статистика*. 2014. 6. С. 131–137.
3. Зарипова Н.Д. Влияние договорной политики на налогообложение организаций. *Международный бухгалтерский учет*. 2012. № 4. С.45–50.
4. Операції з аграрними розписками. URL: [https://agroregisters.com.ua/wp-content/uploads/2019/09/Crop-Receipts-Manual\\_2019.05.21.pdf](https://agroregisters.com.ua/wp-content/uploads/2019/09/Crop-Receipts-Manual_2019.05.21.pdf).
5. Романчук К.В. Організація та методика бухгалтерського обліку договірного процесу (на прикладі діяльності промислових підприємств України): Дис... канд. екон. наук: 08.06.04. Київ, 2005. 250 с.
6. Макарова Н.Н. Договорная политика как составляющая учетной политики: современные концепции формирования : монография. Москва : Финансы и кредит. 2009. 104 с.
7. Пятов М.Л. Учетная политика организации: учебное пособие. Москва : Велби, Проспект, 2008. 192 с.

8. Гусева Т.А. Взаимосвязь гражданского и налогового права при толковании договора. *Законодательство и экономика*. 2005. № 7. URL: [http://for-expert.ru/articles/zakonodatelstvo\\_economica-7-2005-1.shtml](http://for-expert.ru/articles/zakonodatelstvo_economica-7-2005-1.shtml).

***Крайня А. Р.***

*студентка*

*Державного вищого навчального закладу  
«Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»  
м. Київ, Україна*

## **ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРІВ**

У часи пандемії як ніколи стало актуальним питання електронного документообігу. Можна з упевненістю сказати, що саме дана проблема уповільнює або взагалі унеможлиблює віддалену роботу бухгалтерів у багатьох вітчизняних компаніях. Але, якщо не прив'язуватися до епідеміологічної ситуації, кожен співробітник стикається з багатьма проблемами щодо управління документообігом. Так що ж зупиняє керівників рухатися в ногу з часом та які можливі шляхи вирішення існують вже зараз, саме з цим спробуємо розібратися у даному дослідженні.

Питання запровадження електронного документообігу (ЕДО) на підприємстві та проблеми пов'язані з цим хвилювало багатьох сучасних дослідників. Серед них: Бутинець Ф.Ф., Завгородній В.П., Ларін М.В., Івахненко С.В. та ін. Зважаючи на велику кількість наукових праць, край актуальним постає дане питання в наш час, що потребує подальшого дослідження через призму сучасності.

З розвитком економіки документи стали сполучною ланкою, яка утримує різні компанії та державу разом. Але прогрес не стоїть на місці і світ поступово починає відмовлятися від великої кількості паперу. Так в 1990-х роках в Європі починає розвиватися електронний документообіг, а в Україні перехідним етапом стало прийняття у 2003 році Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» та «Електронний цифровий підпис», який в 2018 році втратив чинності з набуттям нового



закону «Про електронні довірчі послуги» [1; 2]. Також було прийнято додатково низку законодавчих актів, які допомагають врегулювати проблемі питання. В цих же роках органи виконавчої влади переходять на систему електронного документообігу, що допомогло пришвидшити роботу в половину. Звичайно, законодавчі акти потребують подальших правок та вдосконалень у зв'язку зі стрімким розвитком бізнесу. Та при цьому, ключовим залишається наступне твердження: «Допустимість електронного документа як доказу не може заперечуватися тільки на підставі того, що він має електронну форму» [1]. До того ж, ЕДО має низку переваг, серед них: екологічність, економія часу та ресурсів, висока швидкість обміну між багатьма адресантами, відсутність потреби в фізичному архіві, доступ у будь-який час та у будь-якому місці, тощо.

Після опрацювання досліджень різних науковців щодо проблем електронного документообігу спільне можна виокремити наступне: значні витрати на початковому рівні запровадження системи електронного документообігу (СЕД), недостатність спеціалістів з даного профілю, можливість втрати конфіденційної інформації внаслідок несанкціонованого доступу до бази даних. З практичного досвіду хочемо зауважити проблему співпраці з різними контрагентами, працівниками у регіонах (які не мають теоретичних знань з правильності оформлення документів (додаткові витрати на навчання для них, потужну техніку)). Та вирішення цих проблем все ж таки існує. Якщо прорахувати затрати на даному етапі створення документів: папір, техніка та технічна підтримка, доставка і додатково час на створення та передачу до кінцевого користувача, стає очевидно, що витрати на початковому етапі окупляться вже в перші роки. Задля збереження інформації від сторонніх осіб, варто подбати про систему шифрування. Серед найбільш поширених зараз: ключ шифрування, встановлення віртуальної приватної мережі (VPN), багатофакторна аутентифікація (MFA), ідентифікація з використанням унікального предмету (eToken) та біометрична (розпізнавання за відбитком пальця, зображенням особи чи райдужною оболонкою ока). Якщо говорити про консерватизм працівників, то вважаємо варто

здуматися про їх кваліфікацію та, можливо, заміну новими більш прогресивними та працеорієнтованими.

Що ж пропонує сучасний український ринок програмних продуктів для електронного документообігу? Найвідоміша звісно «М.Е.Дос». Програма дозволяє працювати підприємцям незалежно від сфери їх діяльності. Постійні оновлення, допомагають користувачу бути впевненим в актуальності форм документів, а простий та зрозумілий інтерфейс пришвидшує роботу. BAS Документообіг КОПП – програма зосереджена на автоматизацію документообігу, дозволяє працювати з будь-якими типами документів. Зручні можливості сортування та пошуку документів. А налаштування конфігурації дозволяють відслідковувати затрати часу співробітника. FREDO ДокМен може працювати з лінійкою BAS і 1С:Підприємство, процес відправлення файлів здійснюється за допомогою електронної пошти або серверного обміну ПТАХ. Але працювати в даному програмному продукті можна лише за наявності FREDO Звіт. Е – Docs.Platforma працює в поєднанні з технологіями Microsoft та має великий функціонал для управління документообігом. Значною перевагою вважаємо, гнучку функціональність розподілу прав доступу до документів та функцій системи. АСКОД Онлайн – система електронного документообігу, яка працює без встановлення додаткового програмного забезпечення і може працювати з будь-якого пристрою. Чудово підійде для малого бізнесу, так як має гнучку тарифну сітку в залежності від кількості документів. «Вчасно» – ще один програмний продукт, який користується популярністю серед українських компаній. Інтеграція з 1С:Підприємство дозволяє автоматизувати процеси у повсякденній роботі бухгалтера, а безкоштовна версія (до 4 співробітників) приваблює більшість ФОПів. Тож, як бачимо, українцям надається великий вибір серед програмних продуктів, які полегшать роботу не лише бухгалтерії, а й всього підприємства.

Як підсумок, можемо зазначити наступне: електронний документообіг важливий, вкрай необхідний і при цьому неминучий крок для українського бізнесу. За останні 5 років відбулося багато змін та впроваджено нові автоматизовані процеси у сферу бухгалтерського обліку. Тому необхідний якнайшвидший перехід усієї економіки в країні на електронний документообіг. Адже

зрозуміло, що переваг значно більше для його запровадження, до того ж обрати програмне рішення не складе проблеми.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 № 851-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/851-15> (дата звернення: 25.04.2021).
2. Про електронні довірчі послуги : Закон України від 05.10.2017 № 2155-VIII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2155-19> (дата звернення: 25.04.2021)

***Круглик В. О.***

*студент*

*Одеського національного економічного університету*

***Артюх О. В.***

*доктор економічних наук, доцент*

*Одеського національного економічного університету*

*м. Одеса, Україна*

## **МІНІМІЗАЦІЯ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ ЯК ОДНА ІЗ ГОЛОВНИХ ПРОБЛЕМ ОПОДАТКУВАННЯ**

За роки незалежності нашої держави тіньова бухгалтерія набула значних обсягів, і це негативно впливає на інші сфери життя населення. Одна з галузей тіньової бухгалтерії є відсутність конституційної відповідальності за своєчасну сплату податків або зовсім уникання суб'єктами від сплати податків. Вчені вважають, що ухилення від сплати податків, стосовно економічного спаду, є однією з актуальніших питань на сьогодні.

Метою даної публікації є дослідження основних схем ухилення оплати податків і виявлення причин такого ухилення.

У науковому середовищі виділяють три типи зменшення податкових платежів: податкове планування, уникнення сплати податків та ухилення від сплати податків.

Податкове планування є одним із законних способів зменшити податкові збори. А це значить, що, крім законних методів, є ще і незаконні методи скорочення платежів, за які вже є кримінальна відповідальність.

Ухилення від сплати податків – це незаконні дії суб'єктів господарювання, які спрямовані на зниження рівня податкового навантаження та прибутку. Дії, які порушують податкове законодавство у частині зменшення податкових зобов'язань, підпадають під штрафні санкції в розмірі від трьохсот до п'ятисот неоподаткованих мінімумів доходів громадян або позбавлення уповноважених осіб права займати певні посади, чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років з конфіскацією або без конфіскації майна відповідно до вимог ст. 212 Кримінального кодексу України [3, с. 339–340].

Окремі науковці, досліджуючи проблемні питання з мінімізації оподаткування, розглядають поряд з ухиленням від сплати податків і таке поняття як уникнення від сплати податків. У цьому контексті вони визначають уникнення від сплати податків як дії господарюючих суб'єктів, що направлені на мінімізацію податкових зобов'язань за допомогою всіх доступних законних способів [2].

Одним зі способів уникнення від оподаткування є умисне неподання або неправильне подання податкової звітності. В такому випадку створюється ситуація, коли суб'єкт оподаткування, маючи реальний об'єкт оподаткування, не показує його в бухгалтерських та в податкових звітах, і за допомогою таких махінацій приховує певні суми від оподаткування [1, с. 85].

На сучасному етапі можна виділити наступні схеми ухилення та уникнення від сплати податків, які призвели до значних бюджетних втрат, зокрема за даними 2019 року: офшорні схеми – 22–36 млрд. грн. / рік; контрабанда – 63–93 млрд. грн. / рік; конвертаційні центри – 12–18 млрд. грн. / рік; контрафакт – 10–12 млрд. грн. / рік; ФОП замість найму – 4–7 млрд. грн. / рік; заниження оборотів – 2–2,5 млрд. грн. / рік [4].

Слід зазначити, що причини ухилення та уникнення від сплати податків мають як об'єктивний, так і суб'єктивний характер. Об'єктивними є: погіршення фінансового стану бізнесу й населення країни; податкова політика та особливості податкової системи;

недотримання принципу справедливості при побудові податкової системи; лобіювання інтересів окремих груп платників податків; недостатня захищеність працівників податкових органів при виконанні ними службових повноважень. До суб'єктивних причин можна віднести: негативне ставлення до чинної податкової системи; низький рівень податкової культури населення; відсутність моральної відповідальності за ухилення від сплати податків; несприйняття платниками податків податкового законодавства [5, с. 180–181].

Отже, на сьогодні проблема ухилення та уникнення від сплати податків і досі залишається відкритою, і для того, щоб знизити рівень даної структури потрібно усунути головні причини, які були зазначені вище.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Особливості, причини та наслідки правопорушень пов'язаних з ухиленням від сплати податків в 2017 році. URL: <http://www.vtei.com.ua/images/OFF/bo/konf/2.pdf> (дата звернення: 17.05.2021).
2. Проблемні питання ухилення від сплати податків в 2018 році. URL: [http://www.rusnauka.com/13\\_NPN\\_2010/Economics/65637.doc.htm](http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65637.doc.htm) (дата звернення: 17.05.2021)
3. Оптимізація податкових платежів: податкове планування чи ухилення від сплати податків в 2018 році. URL: [http://www.xktei.km.ua/files/Zbirnuk\\_2018.pdf](http://www.xktei.km.ua/files/Zbirnuk_2018.pdf) (дата звернення: 17.05.2021).
4. Порівняльний аналіз фіскального ефекту від застосування інструментів уникнення оподаткування в Україні: нові виклики. URL: [https://case-ukraine.com.ua/content/uploads/2020/09/CASE\\_Tax-avoidance.pdf](https://case-ukraine.com.ua/content/uploads/2020/09/CASE_Tax-avoidance.pdf) (дата звернення: 20.05.2021).
5. Встановлення сутності та причини ухилення від сплати податків як фактор протидії розмиванню податкової бази та виведенню прибутку з-під оподаткування. URL: [http://www.lsej.org.ua/5\\_2019/44.pdf](http://www.lsej.org.ua/5_2019/44.pdf) (дата звернення: 18.05.2021)

## **НОТАТКИ**

## **НОТАТКИ**

Наукове видання

## **Удосконалення механізмів регулювання фінансово-економічної системи**

Матеріали  
Всеукраїнської науково-практичної конференції  
(Львів, 31 липня 2021 року)

Редактор – *Ю.С. Павленко*  
Технічний редактор – *Ю.Г. Войтюк*  
Коректор – *О.М. Забела*

Підписано до друку 05.08.2021. Формат 60x84/16.  
Ум.-друк. арк. 5,58. Замовлення № 0721/94. Ціна договірна.  
Віддруковано з готового оригінал-макета.  
Гарнітура Times New Roman.  
Папір офсетний. Цифровий друк. Наклад 100 прим.

Надруковано у поліграфічному центрі  
Львівської економічної фундації  
м. Львів, проспект Чорновола, 7  
Тел. +38 (063) 204 34 31