

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**СУЧАСНИЙ СТАН ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ,  
ФІНАНСІВ І ПРАВА ТА ЇХ ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ**

**CURRENT STATE OF THE ECONOMY, ACCOUNTING,  
FINANCE AND LAW AND THEIR MAIN PROBLEMS**

**Збірник тез доповідей  
Book of abstracts**

**Частина 1  
Part 1**



**5 жовтня 2021 р.  
October 5, 2021**

**м. Полтава, Україна  
Poltava, Ukraine**





**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦІЯ  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL  
CONFERENCE**

**СУЧАСНИЙ СТАН ЕКОНОМІКИ,  
ОБЛІКУ, ФІНАНСІВ І ПРАВА  
ТА ЇХ ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ**

**CURRENT STATE OF THE ECONOMY,  
ACCOUNTING, FINANCE AND LAW  
AND THEIR MAIN PROBLEMS**

**Збірник тез доповідей  
Book of abstracts**

**Частина 1  
Part 1**

**5 жовтня 2021 р.  
October 5, 2021**

**м. Полтава, Україна  
Poltava, Ukraine**



УДК 33  
ББК 65

**Сучасний стан економіки, обліку, фінансів і права та їх основні проблеми:**  
збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава,  
5 жовтня 2021 р.): у 2 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2021. Ч. 1. 63 с.

**У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасний стан економіки, обліку, фінансів і права та їх основні проблеми» з:**

Білоцерківський національний аграрний університет  
Брестский государственный технический университет  
Брестский государственный университет им. А.С. Пушкина  
Відокремлений структурний підрозділ «Костянтинівський індустріальний фаховий коледж ДВНЗ «ДонНТУ»  
Вінницький національний аграрний університет  
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»  
Державний біотехнологічний університет  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара  
Донецький державний університет управління  
Донецький національний університет імені Василя Стуса  
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»  
Економіко-технологічний інститут ім. Роберта Ельворті  
Запорізький національний університет  
Західноукраїнський національний університет  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Київський національний університет технологій та дизайну  
Львівська філія Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна  
Національний лісотехнічний університет України  
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»  
Національний університет «Львівська політехніка»  
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»  
Національний університет водного господарства та природокористування  
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого  
Новомосковський коледж Дніпровського державного аграрно-економічного університету  
НТУ «Дніпровська політехніка»  
Обласне комунальне спеціалізоване лісогосподарське підприємство «Галсільліс»  
ПДСГДС ІСГ Карпатського регіону НААН  
Прикарпатський національний університет імені В. Стефаника  
Прикарпатський факультет Національна академія внутрішніх справ

**Сторожинецький лісовий фаховий коледж  
Сумський національний аграрний університет  
Таджикиский государственный университет права, бизнеса и политики  
Університет банківської справи  
Університет митної справи та фінансів  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
ХНУПС ім. І. Кожедуба  
Центральноукраїнський національний технічний університет**

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань економіки, обліку, фінансів та права.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: економічної теорії та історії економічної думки; світового господарства і міжнародних економічних відносин; економіки та управління національною економікою; економіки та управління підприємствами; економіки сільського господарства і АПК; енергоефективності економіки; економіки торгівлі та послуг; економіки природокористування; підприємництва, торгівлі та біржової діяльності; інновацій та інвестиційної діяльності; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; туризму та готельно-ресторанної справи; бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту; фінансів, банківської справи, страхування; маркетингу; менеджменту; логістики та транспорту; публічного управління та адміністрування; історії та теорії держави та права, філософії права; конституційного права, муніципального права, міжнародного публічного права; господарського права та процесу; екологічного, земельного та аграрного права; міжнародного публічного права та міжнародного приватного права.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.

ЗМІСТ  
CONTENTS

<b>СЕКЦІЯ 1. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ</b> <b>SECTION 1. ACCOUNTING, ANALYSIS, AND AUDIT</b> .....	7
<i>Кривинець О. А.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА .....	7
<i>Костюк О. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ.....	9
<b>СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ</b> <b>SECTION 2. ECONOMICS OF TRADE AND SERVICES</b> .....	13
<i>Єськова А. М.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ТА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ.....	13
<b>СЕКЦІЯ 3. МАРКЕТИНГ</b> <b>SECTION 3. MARKETING</b> .....	16
<i>Ільченко Т. В., Довга О. В.</i> ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ ЮЗАБІЛІТІ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ .....	16
<i>Деметер Д. Є.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БРЕНДИНГУ .....	17
<i>Горбунова Ю. Р.</i> МАРКЕТИНГ НА РИНКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ .....	19
<i>Кожевніков М. Г., Нечипоренко В. В.</i> МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ТОРГІВЛІ .....	21
<i>Коростова І. О., Ковтуненко А.</i> МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ В КОПРАЙТИНГУ .....	23
<b>СЕКЦІЯ 4. ІСТОРІЯ ТА ТЕОРІЯ ДЕРЖАВИ ТА ПРАВА, ФІЛОСОФІЯ ПРАВА</b> <b>SECTION 4. HISTORY AND THEORY OF STATE AND LAW, PHILOSOPHY OF LAW</b> .....	25
<i>Maksurov A. A.</i> COMPETITION FOR ADMISSION TO PUBLIC SERVICE AS A MANIFESTATION OF THE METHOD OF COORDINATION IN PUBLIC ADMINISTRATION IN GERMANY AND FRANCE .....	25

<i>Шумський І. К.</i> ВЕСТФАЛЬСЬКИЙ МИР ЯК ПРЕДТЕЧА СИСТЕМИ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН НОВОГО ЧАСУ .....	27
<b>СЕКЦІЯ 5. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА, СТРАХУВАННЯ</b> <b>SECTION 5. FINANCE, BANKING, INSURANCE .....</b>	<b>29</b>
<i>Кліманова Д. В.</i> ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ СТРАХОВОЮ КОМПАНІЄЮ.....	29
<b>СЕКЦІЯ 6. КОНСТИТУЦІЙНЕ ПРАВО, МУНІЦИПАЛЬНЕ ПРАВО, МІЖНАРОДНЕ ПУБЛІЧНЕ ПРАВО</b> <b>SECTION 6. CONSTITUTIONAL LAW, MUNICIPAL LAW, PUBLIC INTERNATIONAL LAW .....</b>	<b>31</b>
<i>Паладієва Я.</i> ПОЗИТИВНІ ЗАХОДИ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	31
<i>Кунченко А. А.</i> РЕАЛІЗАЦІЯ УКРАЇНОЮ ПОЛОЖЕННЯ ЗАГАЛЬНОЇ ДЕКЛАРАЦІЇ З ПРАВ ЛЮДИНИ ПРО ЗАБОРОНУ КАТУВАНЬ .....	32
<i>Комарницька Е.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ПРОЦЕСИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД .....	35
<b>СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ</b> <b>SECTION 7. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES .....</b>	<b>37</b>
<i>Тошматова Р. К., Точиева М. Н.</i> ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ .....	37
<i>Гуменюк М. М., Неміш Д. В.</i> ФОРМИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА .....	39
<i>Костриченко В. М., Дідик О. Р.</i> ІНСОРСИНГ ТА АУТСОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ .....	41
<i>Усова М. О.</i> РИЗИКОСТІЙКІСТЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА .....	43
<i>Шемігон О. І., Венгер Е. Ю.</i> ДО ПИТАННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ .....	45

<i>Шиманська О. П., Петрик Т. В.</i> КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ NESTLÉ).....	48
<b>СЕКЦІЯ 8. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ</b> <b>SECTION 8. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF THE NATIONAL ECONOMY</b> .....	50
<i>Гаймур К. С., Павліченко О. О., Кудрявцева Н. А.</i> СПЕЦИФІКА ВОЄННОЇ ЕКОНОМІКИ.....	50
<i>Карняк І. Т., Пилявка М. В., Дребот Н. П.</i> ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ.....	51
<i>Годухін Г. І.</i> DIGITAL-АУДИТ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ВИХОДУ УКРАЇНИ З COVID-РЕЦЕСІЇ.....	53
<i>Паша Л. Г.</i> БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ.....	56
<i>Мазурець А. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ.....	59
<i>Комаров А. С.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ І ЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ЇЇ РОЗВИТКУ.....	62



**Кривинець О. А.**

здобувач другого (магістерського)  
рівня вищої освіти за спеціальністю  
071 «Облік і оподаткування»

Центральноукраїнський національний  
технічний університет

**Науковий керівник:**

**Лисенко А. М.**

канд. екон. наук, доцент,  
доцент кафедри аудиту, обліку та оподаткування  
Центральноукраїнський національний  
технічний університет

### **ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Оборотні активи є вагомою складовою валюти балансу, від ефективності використання якої значною мірою залежить фінансовий стан підприємства та перспективи його подальшого розвитку. Важливу роль у забезпеченні раціональної структури оборотних активів, прискоренні їх оборотності, нарощуванні рівня віддачі відіграє належне організаційно-методичне забезпечення економічного аналізу.

У процесі організації аналізу оборотних активів на підприємстві необхідно:

– забезпечити науковий підхід до проведення аналізу шляхом підбору досконалих методик дослідження та здійснити раціональний розподіл аналітичних робіт між виконавцями (з урахуванням розміру підприємства та особливостей його діяльності);

– зібрати достатній обсяг інформації, попередньо перевіреної на предмет повноти, достовірності та дотримання взаємної узгодженості відображених у різних інформаційних джерелах ідентичних економічних показників;

– систематизувати та належним чином оформити результати аналізу, здійснити контроль за їх впровадженням у процесі подальшого господарювання.

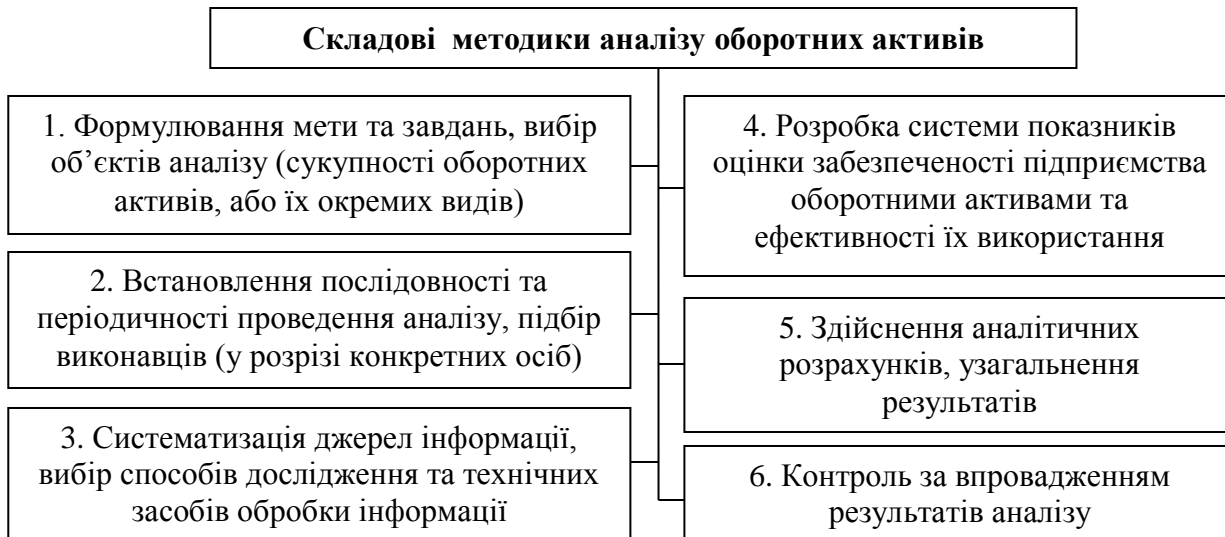
Методика аналізу оборотних активів є сукупністю аналітичних правил та способів дослідження, які певним чином підпорядковані меті такого аналізу – пошуку та впровадженню шляхів підвищення ефективності використання оборотних активів загалом та їх окремих складових.

Водночас слід зазначити, що у підходах науковців щодо проведення аналізу оборотних активів відсутня узгодженість. Так, Гринів Б. В. пропонує проводити аналіз стану, оборотності, обсягу оборотних активів та структури джерел їх фінансування [1, с. 312 – 331]. Волкова Н. А., Волчек Р. М., Гайдаєнко О. М., Джигар Т. М., Міщук Г. Ю., Шишкіна О. О. значну увагу приділяють аналізу забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами, ефективності їх



використання та пропонують досліджувати оборотні активи узагальнено, з позиції оцінювання впливу їх використання на фінансовий стан суб'єкта господарювання [2, с. 139 – 153, 288 – 294; 3, с. 80 – 85, 106 – 108].

Для забезпечення єдності методичних підходів, пропонуємо систематизувати важливі елементи методики аналізу оборотних активів з урахуванням дотримання послідовності виконання аналітичних робіт (рис. 1).



**Рис. 1. Елементи методики аналізу оборотних активів підприємства**

*Джерело: авторська розробка*

У процесі аналізу оборотних активів досліджується їх склад, структура та динаміка, ефективність використання (шляхом визначення показників матеріаловіддачі, матеріаломісткості, коефіцієнтів оборотності й тривалості одного обороту (загальних та за видами оборотних активів)), проводиться розрахунок впливу факторів на формування важливих результативних показників, визначаються резерви підвищення ефективності використання оборотних активів.

З метою підвищення показників оборотності оборотних активів, забезпечення їх достатнього рівня для покриття поточних зобов'язань, доцільно розробити заходи, спрямовані на:

- дотримання раціональної структури оборотних активів;
- забезпечення зростання чистого доходу й прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- оптимізацію рівня поточної заборгованості.

Дотримання запропонованої послідовності у застосуванні складових елементів методики аналізу оборотних активів сприятиме раціональному розподілу часу та обов'язків між виконавцями. Це здійснить позитивний вплив на формування й узагальнення результатів аналізу та організацію контролю за їх впровадженням у процес господарської діяльності.

#### **Список літератури**

1. Гринів Б. В. Економічний аналіз торговельної діяльності. Навч. посіб. 2-ге видання. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 392 с.

2. Економічний аналіз: Навч. посібник. За ред. Волкової Н. А. [Н. А. Волкова, Р. М. Волчек, О. М. Гайдаєнко та ін.]. Одеса: ОНЕУ, ротапринт, 2015. 310 с.

3. Міщук Г. Ю., Джигар Т. М., Шишкіна О. О. Економічний аналіз. Навч. посіб. Рівне: НУВГП, 2017. 156 с.

**Костюк О. В.**

викладач вищої категорії

спеціальних економічних дисциплін

Сторожинецький лісовий фаховий коледж

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ВЕДЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ**

У бюджетних установах здійснюється державне регулювання бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Державна казначейська служба України розробляє єдині правила ведення обліку та складання фінансової звітності, які є обов'язковими для всіх бюджетних установ. Така регламентація методології обліку забезпечує порівнюваність показників та можливість отримання зведених показників для контролю за виконанням кошторисів і бюджетів.

Бухгалтерський облік у бюджетних установах ведеться з дня їх державної реєстрації до ліквідації.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності. З 1 січня 2013 року набрало чинності Національне положення стандарт бухгалтерського обліку в державному секторі 125 «Зміни облікових оцінок та виправлення помилок» зміст якого передбачає, що кожна бюджетна установа повинна самостійно визначати облікову політику та при необхідності вносити відповідні зміни.

Основними нормативними документами, відповідно до яких організовується облік у бюджетних установах, є Бюджетний Кодекс України та Закон про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні.

Ведення бухгалтерського обліку, здійснення контролю за виконанням кошторисів доходів та витрат, а також складання звітності в бюджетних установах покладається на бухгалтерію, яка є самостійною службою і має свою структуру. Існують дві організаційні форми обліку в бюджетних установах – бухгалтерії при окремих установах і централізовані бухгалтерії. Самостійні бухгалтерії мають великі установи – вищі навчальні заклади, лікарні, науково-дослідні інститути тощо. Централізовані бухгалтерії – найпоширеніша форма організації обліку – створюється за відомчою чи міжвідомчою ознакою при міністерствах, відомствах та їхніх управліннях. Вони виконують усі функції з планування, обліку та звітності обслуговуючих установ.

На бюджетні установи не поширюється дія П(С)БО. Кожна бюджетна установа, виходячи з конкретних умов своєї роботи, вибирає найбільш прийнятний для себе варіант, який забезпечує надійний контроль за ефективністю використання бюджетних коштів. Цей вибір і становить сутність облікової політики, в якій вказується: джерело покриття видатків; порядок отримання асигнувань; метод обліку видатків; порядок нарахування зносу необоротних активів; метод оцінювання вибуття запасів; порядок визначення результатів виконання кошторису доходів і видатків.

До специфічних особливостей бухгалтерського обліку бюджетних установ необхідно віднести:

- контроль виконання кошторису видатків;
- роздільний облік касових і фактичних видатків видатків;
- організація обліку в розрізі статей бюджетних класифікацій
- сувору відповідність обліку і звітності вимогам нормативних документів,
- галузеву специфіку в установах культури, науки, освіти, охорони здоров'я, управління, оборони.

Основні нормативні документи – розроблені Державною казначейською службою України: план рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі та порядок його застосування, бюджетна класифікація видатків, інструкція про кореспонденцію рахунків бухгалтерського обліку для відображення основних господарських операцій бюджетних установ, інструкція про форми меморіальних ордерів та порядок їх складання, інструкції з обліку в бюджетних установах тощо. У них викладається методика виконання кошторису видатків, загальних та спеціальних коштів, та обліку іншої діяльності.

Відповідно до Типового положення про бухгалтерську службу бюджетної установи бухгалтерська служба утворюється як самостійний структурний підрозділ бюджетної установи, вид якого залежить від обсягу, характеру та складності бухгалтерської роботи, – департамент, управління, відділ, сектор або в бюджетній установі вводиться посада спеціаліста, на якого покладається виконання обов'язків бухгалтерської служби. Обов'язки бухгалтерської служби може виконувати централізована бухгалтерія бюджетної установи, якій підпорядковані інші бюджетні установи.

Бухгалтерська служба підпорядковується безпосередньо керівникові бюджетної установи або його заступникові.

Бухгалтерська служба у своїй діяльності керується Конституцією (254к/96-ВР) та законами України, актами Президента України та Кабінету Міністрів України, наказами Міністерства Фінансів України, іншими нормативно-правовими актами, що регламентують бюджетні відносини і фінансово-господарську діяльність бюджетної установи, наказами керівника бюджетної установи, а також положенням про бухгалтерську службу.

Основними завданнями бухгалтерської служби є:

- ведення бухгалтерського обліку фінансово-господарської діяльності бюджетної установи та складання звітності;

– відображення у документах достовірної та у повному обсязі інформації про господарські операції і результати діяльності, необхідної для оперативного управління бюджетними призначеннями (асигнуваннями) та фінансовими і матеріальними (нематеріальними) ресурсами;

– забезпечення дотримання бюджетного законодавства при взятті бюджетних зобов'язань, своєчасного подання на реєстрацію таких зобов'язань, здійснення платежів відповідно до взятих бюджетних зобов'язань, достовірного та у повному обсязі відображення операцій у бухгалтерському обліку та звітності;

– забезпечення контролю за наявністю і рухом майна, використанням фінансових і матеріальних (нематеріальних) ресурсів відповідно до затверджених нормативів і кошторисів;

– запобігання виникненню негативних явищ у фінансово-господарській діяльності, виявлення і мобілізація внутрішньогосподарських резервів.

Бухгалтерська служба бюджетної установи, якій підпорядковані інші бюджетні установи, здійснює методичне керівництво та контроль за дотриманням вимог законодавства з питань ведення бухгалтерського обліку, складення фінансової та бюджетної звітності у таких установах.

Бухгалтерська служба відповідно до покладених на неї завдань:

– веде бухгалтерський облік відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі, а також інших нормативно-правових актів щодо ведення бухгалтерського обліку, в тому числі з використанням уніфікованої автоматизованої системи бухгалтерського обліку та звітності;

– складає на підставі даних бухгалтерського обліку фінансову та бюджетну звітність, а також державну статистичну, зведену та іншу звітність (декларації) в порядку, встановленому законодавством;

– здійснює поточний контроль за : дотриманням бюджетного законодавства при взятті бюджетних зобов'язань, їх реєстрації в органах Державної казначейської служби та здійсненням платежів відповідно до взятих бюджетних зобов'язань; правильністю зарахування та використання власних надходжень бюджетної установи; веденням бухгалтерського обліку, складенням фінансової та бюджетної звітності, дотриманням бюджетного законодавства та національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі, а також інших нормативно-правових актів щодо ведення бухгалтерського обліку бухгалтерськими службами бюджетних установ, які підпорядковані бюджетній установі;

– своєчасно подає звітність; своєчасно та у повному обсязі перераховує податки і збори (обов'язкові платежі) до відповідних бюджетів;

– забезпечує дотримання вимог нормативно-правових актів щодо: використання фінансових, матеріальних (нематеріальних) та інформаційних ресурсів під час прийняття та оформлення документів щодо проведення господарських операцій; інвентаризації необоротних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів, документів, розрахунків та інших статей балансу;

– проводить аналіз даних бухгалтерського обліку та звітності, у тому числі зведеної звітності, щодо причин зростання дебіторської та кредиторської заборгованості, розробляє та здійснює заходи щодо стягнення дебіторської та

погашення кредиторської заборгованості, організовує та проводить роботу з її списання відповідно до законодавства;

– забезпечує: дотримання порядку проведення розрахунків за товари, роботи та послуги, що закупаються за бюджетні кошти; достовірність та правильність оформлення інформації, включеної до реєстрів бюджетних зобов'язань та бюджетних фінансових зобов'язань; повноту та достовірність даних підтвердних документів, які формуються та подаються в процесі казначейського обслуговування; зберігання, оформлення та передачу до архіву оброблених первинних документів та облікових реєстрів, які є підставою для відображення у бухгалтерському обліку операцій та складання звітності, а також звітності; користувачів у повному обсязі правдивою та неупередженою інформацією про фінансовий стан бюджетної установи, результати її діяльності та рух бюджетних коштів; відповідні структурні підрозділи бюджетної установи даними бухгалтерського обліку та звітності для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, складення економічно обґрунтованих калькуляцій собівартості послуг, що можуть надаватися за плату відповідно до законодавства, визначення можливих ризиків фінансово-господарської діяльності;

– бере участь у роботі з оформлення матеріалів щодо нестачі, крадіжки грошових коштів та майна, псування активів;

– розробляє та забезпечує здійснення заходів щодо дотримання та підвищення рівня фінансово-бюджетної дисципліни її працівників та працівників бухгалтерських служб бюджетних установ, які підпорядковані бюджетній установі;

– здійснює заходи щодо усунення порушень і недоліків, виявлених під час контрольних заходів, проведених державними органами та підрозділами бюджетної установи, що уповноважені здійснювати контроль за дотриманням вимог бюджетного законодавства.

Керівником бухгалтерської служби є головний бухгалтер, який підпорядковується та є підзвітним керівникові бюджетної установи або його заступникові. Головний бухгалтер призначається на посаду та звільняється з посади відповідно до законодавства про працю з урахуванням вимог до професійно-кваліфікаційного рівня керівником бюджетної установи. Погодження призначення на посаду та звільнення з посади головного бухгалтера керівником бюджетної установи здійснюється в порядку, встановленому Міністерством Фінансів України.

#### **Список літератури**

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>.

2. Про облікову політику: Лист Міністерства фінансів України від 21.12.2005 р. № 31-34000-10-5/27793 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/articie&art-id=58984&cat-id=34931>

3. Бутинець Ф. Ф. Організація бухгалтерського обліку: навч. посіб. / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир: ПП «Рута», 2001. – 576 с

4. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник; за ред. проф. Ф. Ф. Бутиця. – 7-ме вид. – Житомир: ПП «Рута», 2006. – 822 с.



УДК 338.46

**Єськова А. М.**

викладач економічних дисциплін  
Відокремлений структурний підрозділ  
«Костянтинівський індустріальний фаховий коледж  
ДВНЗ «ДонНТУ»

### **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ТА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ**

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що процеси глобалізації постійно посилюються, в результаті чого ускладнюється бізнес-середовище підприємства, особливо посилюється конкуренція на ринку і з'являються нові загрози. З цього випливає необхідність оцінки та розвитку конкурентоспроможності продукції підприємства.

Необхідність оцінки та розвитку конкурентоспроможності продукції підприємства відображена в численних публікаціях вітчизняних та зарубіжних дослідників. Основні підходи до методології вивчення конкуренції та конкурентоспроможності закладені в працях таких економістів, як І. Ансофф, Я. Базиліук, М. Портер, Д. Рікардо, А. Сміт, Дж. Шумпетер, Р. Фатхутдінов та інших вчених.

Конкуренція – ключове поняття, що виражає саму суть ринкових відносин. Готовність господарюючих суб'єктів до конкуренції залежить від усвідомлення природи конкуренції, форм її прояву, методів конкуренції та чинників, що визначають ефективність господарюючих суб'єктів економіки в такій боротьбі. З огляду на наявність великої кількості різних наукових підходів, вивчення еволюції поглядів на конкуренцію набуває особливої важливості, оскільки саме так можна систематизувати рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності як окремих господарюючих суб'єктів, так і економіки в цілому.

Одним з регуляторів пропорцій суспільного виробництва є економічна конкуренція. Вона стимулює ефективність виробництва, визначає ринкову вартість товару, служить фактором формування середньої норми прибутку, розподіляє виробників за рівнем доходу, реалізує матеріальну зацікавленість виробників.

Конкуренція, заснована на об'єктивних процесах і закономірності, є засобом успішного функціонування ринкової економіки в усіх її проявах і не протистоїть основним тенденціям розвитку продуктивних сил. Конкуренція символізує економічні процеси, які відбуваються між підприємствами, що працюють на ринку, з метою надання більш широких можливостей збуту своєї продукції, задоволення різноманітних потреб клієнтів і отримання максимального прибутку [1, с. 95].

Як наслідок економічної конкуренції виробників відбувається постійне прискорення процесів модернізації виробництва й продукції.

Таким чином, конкуренція вимагає від виробників дотримуватися суворої технологічної дисципліни, постійного покращувати якість продукції, оновлювати дизайн, передбачити майбутні потреби, а не тільки торгувати тим, що виробляється.

Поруч із поняттям «конкуренція» доцільно розглянути поняття «конкурентоспроможність». Конкурентоспроможність проявляється лише через конкуренцію та у відповідних умовах. У ринковій економіці конкурентоспроможність підприємства є результатом взаємодії факторів, що виникають в результаті об'єктивного розвитку продуктивних сил, які знаходять відображення у політиці компаній щодо вдосконалення товарів та підвищення їх якості, боротьби за частку на ринку та прибутку. Конкурентоспроможність – це багатогранне поняття, що часто використовується в практиці та теорії економічного аналізу [2, с. 23].

На основі аналізу наукових публікацій встановлено, що автори виділяють чотири типи суб'єктів, які оцінюють конкурентоспроможності різних об'єктів: споживачі, виробники, інвестори, держава [3, с. 25].

Оцінюючи конкурентоспроможність продукції, споживач враховує їх потреби та рівень їх задоволення цією продукцією. Раціональний споживач, маючи певні обмежені повноваження (фінансові, часові, тощо), намагається максимізувати корисність від споживання продукції.

Для виробника основним критерієм оцінки товару є сума прибутку, що він отримає від свого продукту продажів. При оцінці конкурентоспроможності підприємства виробник розглядає його як свого конкурента, і найголовніше - це співвідношення ціни та якості продукції, відповідність різним нормам та стандартам. Галузь оцінюється виробником з погляду конкурентних умов у галузі та її становища на ринку. Виробник оцінює країну з погляду наявності необхідних ресурсів, їх якості та доступності (фізичної та економічної).

Основна мета інвестора – максимізувати ефективність своїх вкладень, саме від цього залежить рівень рентабельності продажів та ринковий попит як найважливіші характеристики продукту в оцінці його конкурентоспроможності. Інвестор, оцінюючи конкурентоспроможність підприємства, враховує як його прибутковість (яка може бути збільшена за допомогою спекулятивних угод), а й фінансову стабільність, економічну ситуацію, становище на ринку. Інвестор бачить у країні майданчик для побудови бізнесу. Головне питання для нього – чи варто тут будувати бізнес? З погляду інвестора, інвестиційний клімат – найважливіший показник в оцінці конкурентоспроможності країни (регіону).

Держава оцінює конкурентоспроможність товарів як з економічної точки зору, а й враховує соціальну значимість товарів для держави. Якщо вітчизняний продукт є соціально значущим, але набагато дорожчим за імпортний, держава може впливати на цю ситуацію, надаючи субсидії і дотації вітчизняним виробникам або застосовуючи квоти та митні бар'єри для іноземних постачальників [4, с. 104].

Алгоритм оцінки конкурентоспроможності продукції представлено на рис. 1.

Загалом для визначення конкурентоспроможності продукції варто знати [3, с. 27]:

– конкретні вимоги майбутніх споживачів до товару, який пропонують на ринку;

– очікуваний рівень попиту на продукцію та його можливі зміни;

– оцінка потенційного рівня ринкової ціни товару;

– конкурентне середовище на ринку відповідних товарів;

– основні характеристики товару головних конкурентів;

- найбільш перспективні ринки для відповідного товару та етапи закріплення на них;
- термін окупності сукупних витрат проекту, пов'язаних із проектуванням, продукуванням і просуванням на ринок нового товару.



Джерело [5]

### Список літератури

1. Швед В. В., Яблочников С. Л. Конкурентоспроможність підприємства та особливості їх визначення в сучасних умовах. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2013. Випуск 7/1. С. 92 – 97.
2. Сутність і значення конкурентоспроможності підприємства. *Збірник наукових праць*. 2012. URL: [http://r250.sudu.edu.ua/bitstream/123456789/52304/7/Zhurba\\_Sutnist\\_znac\\_hennia\\_konkurentospromozhnosti%20.pdf](http://r250.sudu.edu.ua/bitstream/123456789/52304/7/Zhurba_Sutnist_znac_hennia_konkurentospromozhnosti%20.pdf).
3. Сутність та фактори конкурентоспроможності продукції підприємств України. *Інтелект XXI*. № 1. 2017. URL: [http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2017/2017\\_1/9.pdf](http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2017/2017_1/9.pdf).
4. Дименко Р. Конкурентні стратегії як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 3 (39).
5. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції. *Ефективна економіка*. № 2. 2012. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=954>.





УДК 339.138

**Ільченко Т. В.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри маркетингу,  
Дніпровський державний аграрно-  
економічний університет,

**Довга О. В.**

Магістрант,  
Дніпровський державний аграрно-  
економічний університет

### ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ ЮЗАБІЛІТІ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

В сучасних ринкових умовах дуже стрімко розвивається Інтернет-бізнес, що викликає ріст конкуренції в цій галузі. Для того, щоб втриматись на ринку Інтернет-простору та діяти краще ніж конкуренти необхідно створити для клієнтів максимально зручні, зрозумілі та лаконічні умови користування Інтернет-ресурсами, наприклад, веб-сайтом.

Саме тому в цих умовах важливе значення має використання в Інтернет-бізнесі юзабіліті. Завдання, яке ставить юзабіліті перед маркетологом – це створення психологічного та фізичного портретів клієнта, який буде користуватися веб-сайтом.

Взагалі веб-сайт являє собою Інтернет-магазин, в якому представлено товари за різними категоріями, але за одним напрямком використання або споживання. Основними цілями юзабіліті по відношенню до Інтернет-магазину, що представлений у вигляді веб-сайту, є:

– збільшення трафіку (кількості відвідувачів сайту, чим більша їх кількість, тим краще для сайту) [1];

– збільшення конверсії (відношення кількості людей, які виконали необхідні цільові дії на сайті до загальної кількості відвідувачів сайту) [2];

– покращення поведінкових факторів: показник відмов – відсоток відвідувачів Інтернет-магазину, які покинули сайт одразу після відвідування першої сторінки цього сайту; кількість переглядів сторінок – в цьому показнику враховується повторне звернення відвідувача; середня тривалість перегляду сторінки веб-сайту; показник виходів – відсоток переглядів сторінки, які були за останній сеанс; покращення позицій сайту (місце сайту у пошукових системах при введенні користувачем пошукового запиту).

Тому для створення психологічного та фізичного портретів клієнта, маркетологу, який займається розробкою юзабіліті веб-сайту, необхідно дослідити потенційного клієнта, який входить до більш ефективного сегменту цільової аудиторії бізнесу. Так, у потенційного клієнта є певна професія, розмір заробітної плати, сімейний статус, вік, стать, параметри тіла тощо. Тому, створивши фізичний образ цільового клієнта, можна створити його психологічний портрет за такими параметрами, як «мрії», «бажання», «потреби». Після цього, коли повний образ клієнта створено, переходять до організації зовнішнього вигляду веб-сайту, де

тексти, фотографії, кнопки тощо будуть оформлені таким чином, щоб зробити акцент на мрії клієнта його потребах.

Отже, розглядаючи можливість використання юзабіліті в Інтернет-маркетингу, можна відмітити наскільки вона сучасна та ефективна. Це сприятиме в допомозі маркетологам створювати більш зручні умови користування веб-сайтом клієнтами. Цими умовами можуть бути: розмір, колір шрифту; кольори фонів; фотографії; анімації; наявність кнопок та їх кольори й розміри; напрямок переміщення слів; час загрузки сторінки; час очікування після натиснення на кнопку; періодичність появи текстів та фотографій.

Для того, щоб маркетологу було більш комфортно відслідкувати різницю в поведінці користувачів веб-сайтом, можна зробити А/В-тестування сайту, розмістивши на одній і тій самій сторінці сайту, наприклад, кнопку з написом «ЗАМОВИТИ» червоного кольору – в варіанті А, а в варіанті В – кнопка «ЗАМОВИТИ» зеленого кольору. Потім протягом одного місяця досліджувати реакцію споживачів як на варіант А, так і на В й визначитись який з варіантів набрав більшої кількості натискань та залишити його на більш довгий термін.

Таким чином, використання юзабіліті в Інтернет-маркетингу створює умови для зручного користування сайтом, що сприятиме підвищенню популярності продукту, й як наслідок, його успіху на ринку.

#### **Список літератури**

1. Трафік – його значення для сайту та найефективніші методи його підвищення.  
URL: <https://istec.com.ua/uk/trafik-jogo-znachennya-dlya-sajtu-ta-najefektivnishi-metodi-jogo-pidvishhenya>.

2. Oleg Kovtalo Що таке конверсія сайту? URL: <https://www.taina.com.ua/shho-take-konversija-sajtu>.

**УДК 339.138**

**Деметер Д. Є.**

студентка

кафедра менеджменту інноваційної  
та інвестиційної діяльності  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка

### **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ БРЕНДИНГУ**

В умовах високих вимог до продуктів споживання, важливості іміджу бренду та компанії, високої конкуренції та необхідності постійно підтримувати лояльність споживачів, управління брендом є фундаментальним питанням у сфері маркетингу.

Корпоративні менеджери добре усвідомлюють високу цінність клієнтів, які роблять повторні покупки та певним чином прив'язуються до підприємства чи певного бренду. Таке ставлення клієнта до бренду називається лояльністю покупців. Лояльність визначається багатьма факторами. Крім специфічних властивостей продуктів чи послуг, важливу роль відіграють емоції клієнтів. Клієнти можуть використовувати товари для порівняння з певною референтною групою, або асоціативно (до групи, до якої клієнт хоче бути включеним), або дисоціативно.

Питання лояльності брендів виразно стосується секторів, що займаються швидкими продуктами споживання або часто використовуваними послугами, де цикл закупівель відносно короткий. Конкуренентоспроможність на більшості ринків зростає, і компанії визнають необхідність активного встановлення та зміцнення зв'язків зі своїми клієнтами. Жодна компанія не може рости, якщо її клієнтська група є негерметичною, а лояльність допомагає усунути цей відтік [2, с. 50 – 52].

Можна сказати, що клієнта можна вважати лояльним, коли він/вона неодноразово купує бренд і не має наміру купувати будь-який інший бренд у тій самій товарній категорії. Таким чином, розуміємо, що комунікація з клієнтом, самопрезентація та конкурентні переваги бренду є однією з найважливіших складових роботи будь-якого підприємства на ринку. Споживач завжди шукає унікальний продукт та бренд, тому що просто продукт завжди може бути підроблений, але коли мова йде про бренд – відповідальність набагато вище. Помилково буде вважати, що брендинг – зона відповідальності виключно відділу маркетингу. Проте актуальність брендингу та його важливості полягає в тому, що в ринкових умовах бренд підприємства стає його активом. Саме це зумовлює таку актуальність та велику кількість напрямів дослідження бренду.

Питання брендингу та управління бренду досліджували такі закордонні та вітчизняні науковці як: Ф. Котлер, Д. Аакер, Т. Гед, Ж.-Ж. Ламбен, А. Еллууд, С. Девіс, А. Длігач, Л. Балабанова, С. Фірсова, Ю. Комарова, І. Струтинська тощо.

Термін «бренд» походить від слова «brande» – «клеїмувати». З давніх часів клеймом пвідзначали виключно товар високої якості. Такий товар виділявся серед подібних, набуваючи індивідуальності. Брендіві товари завжди продаються за вищою ціною тому що бренд додає родовому продукту (тобто продукту без бренда) додаткової цінності. Кожен із авторів має власне трактування до визначення бренду. Ч. Петтіс вважає бренд запатентованим візуальним, емоційним, раціональним і культурним образом, який асоціюється з компанією або продуктом. Т. Амблер під брендом передбачає індивідуалізований продукт, якому покупець надає підвищену цінність [3, с. 32 – 35].

К. Бове і У. Аренс вважають, що бренд є набором утилітарних і символічних цінностей, призначених для задоволення функціональних, соціальних, психологічних, економічних та інших потреб споживача [5, с. 74]. Кожен автор має власний підхід і складність єдиного трактування може пояснюватися рядом причин: бренд є багатоаспектним терміном і може трактуватися індивідуально залежно від потреб, поняття еволюціонує в залежності від стадій розвитку суспільства і наповнюється новими сенсами. Як би там не було, важко не погодитись, що бренд та управління ним є одним з основних факторів успіху підприємства на ринку. Для кращого розуміння бренду необхідно виділити його основні функції [4, с. 33 – 34]:

- інформативна – дає змогу визначити основні цінності для споживача;
- престижна – вказує на імідж, престиж, гарантії товару тощо
- економічна – полягає в додатковій вартості для підприємства
- бар'єрна – посилення позицій на ринку щодо товарів-конкурентів

Ці функції є базовими, але кожен автор може також визначати їх на власний розсуд. Наприклад, цікавими є підходи Ж. П. Капферера, який виділяв три групи функцій [6, с. 32-33] та К. Бурмана, який відзначав групу поведінкових функцій, до складу якої входять інформаційна функція, функція безпеки та довіри, функція престижу [1, с. 7-12].

В процесі дослідження сутності бренду не можна забувати про те, що впливає на нього. Фактори можуть бути внутрішніми і зовнішніми.

– внутрішні фактори впливу – ті процеси, що відбуваються всередині компанії і які вона може регулювати. Наприклад: якість товару, вартість, політика збуту тощо;

– зовнішні фактори впливу – ті фактори, що є глобальними і якими компанія не може управляти самостійно. Наприклад: законодавство, клімат, соціальне оточення тощо.

Загалом, хочеться відзначити, що наразі бренд є тією темою та елементом, яку кожна компанія намагається вдосконалювати і розвивати, адже розуміє, що в умовах дуже високої конкуренції складно втримати позиції лише за допомогою якісного товару. Треба просувати та посилювати позиції бренду і це впливатиме на прибуток і підвищуватиме його.

### **Список літератури**

1. Burmann C., Meffert H., Koers M. Stellenwert und Gegenstand des Markenmanagements. Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung, 2nd edition. Wiesbaden, 2005. P. 3 – 17.

2. Reichheld, F.F. (2003), «The one number you need to grow», Harvard business review Vol. 81, № 12, pp. 46 – 55.

3. Амблер Т. Маркетинг и финансовый результат: новые метрики богатства корпорации: пер. с англ. М.: Финансы и статистика, 2003, 250 с.

4. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль: Принт-офіс, 2015. 204 с.

5. Бове К., Аренс У. Современная реклама. Тольятти: Довгань, 1995.

6. Капферер Ж. Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда. М., СПб.: Вершина, 2007. 442 с.

**УДК 364.7**

**Горбунова Ю. Р.**

магістрант кафедри фінансів,  
банківської справи та страхування  
Дніпровський національний університет  
імені Олеся Гончара

## **МАРКЕТИНГ НА РИНКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ**

Сучасний ринок фармацевтичної продукції є складним, багатофункціональним та багаторівневим із високими темпами зростання виробництва і продажів. Причинами такого зростання є особливості лікарських засобів, які задовольняють специфічні потреби споживачів і попит на які може збільшуватися незалежно від економічних, політичних та інших видів чинників.

За десятки років існування науки щодо маркетингу накопичена величезна кількість експертиз, інструментів впливу, підручників, тобто теоретичного аналізу та досвіду. Але питання маркетингу лікарських препаратів залишилось недостатньо освітленим не дивлячись на те, що у цілому галузь розвивається за загальними маркетинговими законами.

Фармацевтичний маркетинг – це управлінська діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей фармацевтичного підприємства через

максимальне задоволення потреб споживачів у лікарських засобах та виробих медичного призначення.

Специфіка фармацевтичного ринку настільки значна, що це потребує серйозної адаптації концепцій загального маркетингу до даної сфери економічних знань.

Багато років безумовного господарювання принципів класичного маркетингу в системі охорони здоров'я та на фармацевтичному ринку спровокували появу багатьох негативних явищ (поява фальсифікованої продукції, зниження рівня безпеки фармацевтичних товарів, зростаючий маркетинговий тиск на споживачів, зменшення цінової доступності фармацевтичних товарів тощо). Тому в багатьох країнах світу відбувається перехід до нової концепції управління фармацевтичним маркетингом – концепції соціально-етичного маркетингу, яка передбачає визначення потреб та інтересів цільових ринків та задоволення цих потреб більш ефективними, ніж у конкурентів, засобами при забезпеченні і зміцненні добробуту споживачів і суспільства в цілому.

Стосовно прийняття положень цієї концепції на фармацевтичному ринку споконвічно спостерігається протиріччя: з однієї сторони, виробники зацікавлені в збільшенні кількості споживачів (хворих) лікарських засобів і виробів медичного призначення, а з іншої – етичні норми передбачають участь у роботі протилежного напрямку – в сфері профілактики захворювань.

Складові комплексу маркетингу для фармацевтичного ринку, зазвичай, об'єднують в чотири основні групи, які відомі під назвою «4р»:

- 1) Фармацевтичні та парафармацевтичні товари (product);
- 2) Ціна (price);
- 3) Канали дистрибуції та місце продажу (place);
- 4) Просування фармацевтичної продукції – маркетингові комунікації на різних рівнях дистрибуції (promotion) [1, с. 28].

В Україні принципи реклами лікарських засобів регулюються двома основними законами: «Про лікарські засоби» від 04.04.1996 із змінами і доповненнями від 30.06.1999 № 123/96 – ВР та Законом України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. із змінами і доповненнями від 23.02.2006 р. № 3480-IV. Головним положенням цих законів є також заборона реклами рецептурних лікарських засобів для широких верств населення і дозвіл на рекламу безрецептурних [2; 3].

За останні роки ситуація на українському фармацевтичному ринку істотно змінилась за рахунок прагнення до інтеграції з ринками країн європейського співтовариства. Однак, вітчизняний ринок суттєво відрізняється за багатьма параметрами від ринків європейських країн, в числі яких дещо нестабільна політична ситуація, ще недосконала законодавча база, деякі відмінності вітчизняного менталітету населення тощо.

На відміну від західних країн в Україні відсутня страхова медицина, а тому вартість рецептурних і безрецептурних лікарських засобів споживач (хворий) оплачує повністю, що негативно впливає на рівень попиту.

До цього треба додати «специфічну» вітчизняну культуру використання медичних послуг та лікарських засобів, досить низький ступінь довіри до професіоналізму лікарів та фармацевтичних працівників, розповсюдженість практики «піару з уст в уста», високий ступінь довіри до нетрадиційних та альтернативних методів лікування, народної медицини – усі ці численні фактори також зменшують попит лікарських засобів серед населення [4].

Таким чином, фармацевтична галузь є однією з найважливіших галузей в економіці країни та регламентована відповідними законодавчими актами та положеннями, що обмежують і чітко визначають діяльність усіх суб'єктів відповідного ринку. Звісно ж фармвиробникам необхідно постійно проводити моніторинг ринку задля швидкого реагування. Незважаючи на загострення кризових явищ в економіці фармацевтична галузь залишається інвестиційно привабливою та має значні перспективи розвитку.

#### **Список літератури**

1. Шабельник Т. В. Моделі маркетинго-орієнтованого управління фармацевтичним підприємством: дис., д-р. екон. наук: 08.00.11. Полтава, 2016. 370 с.
2. Про лікарські засоби: Закон України від 30 черв. 1999 р. № 123/96. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123/96-%D0%B2%D1%80>.
3. Про рекламу: Закон України від 03 лип. 1996 р. № 3480-IV. URL: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>.
4. Кулицький С. П. Фармацевтична галузь і фармацевтичний ринок в Україні: стан і проблеми розвитку. *Україна: події, факти, коментарі*. 2019. № 6. С. 41 – 53. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2019/ukr6.pdf>.

**УДК: 658.628**

**Кожевніков М. Г.**

студент 2м курсу,

Сумський національний аграрний університет,

**Нечипоренко В. В.**

к. с.-г. н., доцент,

доцент кафедри маркетингу і логістики,

Сумський національний аграрний університет

### **МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ТОРГІВЛІ**

В умовах сьогодення, всі торгові підприємства знаходяться в умовах жорсткої конкуренції, де товарний асортимент становить основу їх діяльності. Внаслідок цього, задля утримання позицій на ринку, важливо правильно організувати роботу з товарним асортиментом. Правильно підібраний асортимент є запорукою успішної діяльності будь-якого підприємства у сфері торгівлі [3, с. 8].

Маркетингове управління асортиментом на підприємствах торгівлі – це основний і один з найскладніших процесів, в якому тісно взаємопов'язані такі етапи діяльності, як інформаційне його забезпечення, визначення потреби в товарах, вибір партнерів для встановлення господарських зв'язків і каналів просування на ринок, встановлення господарських зв'язків між партнерами, організація оптових закупівель товарів, організація роздрібного продажу товарів, рекламно-інформаційна робота, надання послуг і управління товарними запасами. Тому, процес маркетингового управління асортиментом є центральною ланкою в складному і багаторівневому ланцюжку діяльності підприємств сфери торгівлі.

Маркетингове управління товарним асортиментом відбувається в наступні етапи: 1) визначення концепції торгового підприємства і формат його діяльності. При цьому враховуються такі деталі як: площа торгового залу; вид продукції і

способи її збуту; становище торгового підприємства; особливості міста і т. ін.; 2) дослідження споживчого попиту. На даному етапі визначається, хто є клієнтом, аналізуючи такі ознаки як: вік, доходи, сімейний стан, стать і т. ін.; 3) дослідження конкурентів. Цей етап спрямований на визначення конкурентів, аналіз їх діяльності: вивчення цін, асортименту, переваг, недоліків і т. ін.; 4) визначення постачальників, а також цінової та товарної політики підприємства; 5) створення класифікатору товарів. На початку даного етапу відбувається формування загального класифікатора, а потім найбільш докладного. Даний процес проводиться на основі даних, отриманих при дослідженні споживчого попиту [2].

В цілому процес маркетингового управління товарним асортиментом може бути представлений у вигляді [1. с. 166]:

1. Характеристики ринку, в рамках якого функціонує підприємство сфери торгівлі;
2. Загальної характеристики підприємства і його товарного асортименту;
3. SWOT-аналізу товарного асортименту підприємства;
4. Вибору (коригування) товарних стратегій за допомогою використання двухфакторної моделі «АПіР» (аналіз продажів і рентабельності);
5. Якісних досліджень, що проводяться з метою уточнення вибраних стратегій (аналізу переваг, лояльності, бренду і т.д.);
6. Контролю.

Отже, маркетингове управління товарним асортиментом – це процес, який перетворює ринкову інформацію з урахуванням внутрішніх ресурсів підприємств сфери торгівлі в інформацію про товарний асортимент, економічно ефективному для підприємства і задовольняє вимоги споживача.

Для досягнення головної мети підприємств сфери торгівлі – отримання прибутку, важливу роль відіграє максимізація асортименту, що формується з урахуванням кон'юнктури ринку. Під кон'юнктурою ринку розуміють умови, в яких здійснюється торговельна діяльність, з урахуванням попиту і пропозиції [1].

Виходячи з поставленої мети маркетингове управління асортиментом покликано вирішувати такі основні завдання:

- 1) створення необхідних умов для найповнішого задоволення нужд і потреб покупців;
- 2) виявлення і вивчення можливих джерел надходження товарів, що відповідають потребам населення, проведення аналізу за оцінкою потенційних можливостей співпраці з ними;
- 3) постійний і систематичний контроль за діяльністю конкурентів, які здійснюють торгівлю аналогічними товарами;
- 4) забезпечення стійкості асортименту товарів, що реалізуються підприємством;
- 5) постійний контроль за роботою по формуванню і реалізації конкретних груп, підгруп і різновидів товарів, спрямований на забезпечення більш повного задоволення попиту і отримання максимальної величини прибутку в порівнянні з аналогічними підприємствами конкурентами.

Таким чином, управління асортиментом є процес пошуку таких товарів, в яких споживачі відчувають потребу, і продаж яких буде вигідна для продавця.

#### **Список літератури**

1. Верба В. Оптимізація товарного портфеля як чинник підвищення економічної ефективності виробничого підприємства. *Проблеми економіки*. 2014. № 4. С. 262 – 268.

2. Кузнецов П. В. Маркетингове управління асортиментом продукції підприємства в умовах інформаційної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. Вип. 49. С. 182 – 206.

3. Прядко О. М. Управління торговим асортиментом у роздрібній торгівлі в умовах національної конкурентної політики : монографія. Х., 2014. 153 с.

**УДК 330**

**Коростова І. О.**

к. е. н., асистент кафедри  
Маркетинг та бізнес адміністрування,  
ДВНЗ «Приазовський державний  
технічний університет»,

**Ковтуненко А.**

студентка  
ДВНЗ «Приазовський державний  
технічний університет»

### **МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ В КОПРАЙТИНГУ**

Сучасні маркетингові інструменти дозволяють швидко і результативно вирішувати більшість проблем клієнтів з чималою вигодою для виконавця. Рекламний копірайтинг, як один з найважливіших інструментів маркетингу, за допомогою ефективних текстів та продають статей успішно впливає на потенційних споживачів і покупців. Просуваючи товари, рекламуючи послуги, позиціонуючи бренди, формуючи імідж компаній і вирішуючи безліч інших завдань рекламний копірайтинг перетворився в найважливіший напрям практичної діяльності кожного професійного виконавця.

Маркетинговий аналіз включає в себе вивчення як внутрішнього середовища, тобто самого товару або компанії в цілому, так і зовнішні чинники, що впливають на створення і реалізацію даного товару. Такий аналіз є невід'ємною частиною копірайтингу [1, с. 22 – 25].

Тільки після детального вивчення цільової аудиторії, конкурентів, постачальників і т.д., тоді стаття буде виділятися на тлі інших і завоює увагу читачів.

Маркетинговий аналіз дозволяє зробити просування більш ефективним, зробити грамотне позиціонування і відокремлення від колег. Для швидкого аналізу ми пропонуємо експрес-аналіз товару і аудиторії для створення комерційного тексту.

Експрес-аналіз є найбільш оперативною формою аналізу. Кінцева структура визначається побажаннями та поточними цілями замовника. Мета експрес-аналізу – загальна оцінка фінансового стану і динаміки розвитку господарюючого суб'єкта з використанням невеликої кількості показників.

Експрес аналіз товару і аудиторії для створення комерційного тексту:

Етап № 1. Цілі і завдання. На цьому етапі ми визначаємо, що нам потрібно зробити, який корисний ефект на виході повинен забезпечувати комерційний текст.

Етап № 2. Цільова аудиторія. Тут ми визначаємо, хто наша аудиторія, хто приймає рішення про покупку (ЛПР) і що для людей важливо в контексті продаваного нами товару або послуги.



Етап № 3. Причини і мотиви аудиторії. На третьому етапі ми відповідаємо на два ключових питання, які показують в принципі доцільність написання нашого тексту.

Етап № 4. Трафік. Цей етап також показує доцільність створення тексту, тому що говорить, звідки до нас приходять покупці, і наскільки вони «теплі» (готові купувати).

Етап № 5. Бар'єри (що бентежить). Бар'єри – це аспекти, які заважають аудиторії купити наш товар, і їх також обов'язково потрібно враховувати в аналізі, щоб в подальшому обробити.

Етап № 6. цінність пропозиції. На цьому етапі аналізу ми, по-перше, пов'язуємо властивості і характеристики нашого товару, послуги і продавця з тим, що важливо для людини з другого блоку етапу № 2. По-друге, показуємо відмінності від конкурентів (інших аналогічних товарів і продавців).

Завдання кожного копірайтера – це переконати потенційного клієнта купити товар саме у нас! Для цього потрібно вкласти чимало зусиль на докази, ніж наш товар краще [2, 3].

Коли читач переглядає текст копірайтера, то він несвідомо дає оцінку цього тексту. Більшість переходять на інший текст не дочитавши першого абзацу. Тому що найголовніший критерій кожного копірайтера - це мати свій стиль написання. Адже, коли копірайтер пише текст, то він проводить свого роду спілкування з покупцем. Дуже важливо завоювати довіру і інтерес читача.

Копірайтер вивчає відгуки про придбаному товарі, джерела аудиторії, заперечення (чому споживач відмовився від товару або не хоче купувати), яка купівельна спроможність у аудиторії, результати опитувань. І звичайно характеристики, вигоди, властивості товару.

Автор повинен вміти створювати текст, який може викликати у читача емоційну і раціональну реакцію, а також стимулюватиме на покупку. Для цього важливо володіти безліччю навичок. А саме: великий словниковий запас, здатність швидко і глибоко вникати в нову тему, володіння різними стилями, знання принципів SEO, розуміння цілей тексту, здатність ставити правильні питання замовнику і чути відповіді [4 с. 179 – 184].

І нарешті, загальний аналіз ринкової ніші. Сюди входять сезонність, загальні тенденції, політичні, економічні та соціальні події.

Таким чином, копірайтинг стоїть десь на перетині маркетингу, письменницької майстерності, а також психології і вимагає враховувати певні особливості при складанні текстів.

### **Список літератури**

1. Шардаков Д. Копирайтинг с нуля. АСТ. 2019. С. 22 – 25.
2. Сам себе копирайтер. Учимся писать продающиеся тексты. URL: <https://vc.ru/marketing/181405-sam-sebe-kopirayter-uchimsya-pisat-prodayushchie-teksty>.
3. 27 формул копирайтинга, которые позволят привлечь внимание пользователей в социальных сетях. URL: <https://seo.skobeeff.ru/research/27-formul-kopiraytinga-kotoryie-pozvolyatprivlech-vnimanie-v-setyah>.
4. Данько Ю. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство*. 2012. Вип. 2. С. 179 – 184.

СЕКЦІЯ 4

SECTION 4

ІСТОРИЯ ТА ТЕОРІЯ ДЕРЖАВИ ТА ПРАВА,  
ФІЛОСОФІЯ ПРАВА  
HISTORY AND THEORY OF STATE AND LAW,  
PHILOSOPHY OF LAW

УДК 34-340

**Maksurov A. A.**

Candidate of Law, Lecturer,  
Department of Theory and History of State and Law,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

**COMPETITION FOR ADMISSION TO PUBLIC SERVICE AS A  
MANIFESTATION OF THE METHOD OF COORDINATION IN PUBLIC  
ADMINISTRATION IN GERMANY AND FRANCE**

Recruitment of personnel into the public administration system in recent years in developed countries is considered as a manifestation of the method of coordination in public administration.

Any study of this kind can be considered a gap if we do not consider those concepts of legal regulation of competitive procedures for admission to public service that have developed and are successfully working abroad, since they can be recognized as the results of the genesis of legal thought and law-making practice, the need for which the Ukrainian doctrine of competitive procedures for admission to public service has today.

First of all, the authors note that there are two main models of competitive procedures for admission to public service in the world: continental (Germany, France) and Anglo-Saxon (Great Britain, USA), and the «English» and «American» versions of the latter also differ significantly [1, p. 156]. There are significant differences in the competitive procedures, and sometimes in the very presence or absence of a competition.

As a general rule, a civil servant in the West has two main characteristics: the performance of state functions in the management system and the payment of their labor at the expense of the state budget. Competitive procedures vary significantly depending on a) the level of the position for which a particular person is applying, and b) on the level of education of this person.

The whole system of posts is combined into 4 categories and 16 groups. The main factor of career advancement, unlike other developed countries, is work experience, which, on the one hand, allows you to quickly close the relevant vacancies (a person in a public position is simultaneously in the personnel reserve for promotion to another position and is obliged to acquire appropriate competencies, otherwise, it will be excluded from the reserve), but, on the other hand, closes the way for the influx of «new forces», not burdened with outdated ideas about public service.

In France, officials are grouped into four corps (categories). Categories C and D – administrative staff. The conditions of the competition in each category are different, they largely depend on the level of education and initial qualifications, and the transition from category to category is rare [2, p. 58].

Any competition precedes training in educational institutions of the Higher School of Administration. After the training and testing, a competition is held. A special competition commission evaluates the professional knowledge and skills of each applicant, but there is no obligation to accept the winner of the competition for public service: the final decision is made directly by the state body for which the candidate is applying [3, p. 45].

In France, the organization and conduct of the competition are regulated in detail. The competition itself is quite transparent, and the law provides for effective ways to appeal the decisions of the competition commission within the framework of a process in which the burden of proving the correctness of the decision made by the commission lies on itself.

Interestingly, even after passing the competition, the applicant then has the status of an intern for a year, which affects not only his duties in the position (they are simplified), but also the level of remuneration. Within the framework of the probationary period, such persons are considered reservists and only after its successful completion are appointed to the initial position. In case of temporary disability, a person, at his request, does not resign from public service, but becomes a reservist and remains in reserve until the age of 60. In case of reinstatement, such a person no longer participates in the competition [4, p. 129]. Promotion throughout the career ladder, unlike in Germany, does not occur automatically, based on work experience, and also depends on the results of intermediate competitions.

Among the common competencies required in Germany and France are: career mobility, knowledge of the problems of European integration (Postgraduate Course in European Studies), etc. Many competencies are developed during trainings that include simulated situations and comparative approaches.

Thus, the competition for admission to the civil service can be considered as a manifestation of the method of coordination in public administration in Germany and France.

#### **List of sources**

1. Matveeva N. With. Professional development of civil servants: the experience of European countries and the United States // journal of Financial / Financial journal, 2014. No. 4. P. 155-162.

2. Vasilenko, I. A. Administrative and governance in Western countries: USA, UK, France, Germany / I. A. Vasilenko. - Moscow : Logos, 2019. - 342 p.

3. Litvintseva, E. A. Public service personnel management in foreign countries / E. A. Litvintseva. - M.: RAGS, 2020– - 226 p.

4. Soroko, A.V. Management of the personnel potential of the state civil service on the basis of the formation of a reserve of managerial personnel / A.V. Soroko. - M.: State University of Management. 2019. – 312 p.

УДК 341.01

Шумський І. К.

к. ю. н., старший викладач кафедри  
публічного управління, адміністрування та права  
Національного університету  
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

## ВЕСТФАЛЬСЬКИЙ МИР ЯК ПРЕДТЕЧА СИСТЕМИ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН НОВОГО ЧАСУ

Зараз неможливо уявити собі державу, що не мала б зносин з іншими. Процес глобалізації охоплює практично всі аспекти життя людей, включаючи міждержавні відносини та міжнародне право. Але й досі існує безліч історичних джерел, що становлять інтерес для аналізу витоків міжнародного права; серед таких документів міждержавні угоди Мюнстера та Оснабрюка 1648 р., що надали форму Вестфальським мирним переговорам і юридично завершили Тридцятилітню війну в Європі, один з найбільш масштабних військових, політико-дипломатичних та династичних конфліктів Нового часу [1, с. 127].

Події Тридцятирічної війни і поствоєнні мирні процеси не припиняють звертати на себе увагу фахівців-істориків, істориків права, дослідників історії міжнародних відносин.

Для завершення цього кровопролитного конфлікту було складено два мирних договори – Оснабрюкський договір від 15 травня 1648 р. і Мюнстерський договір від 24 жовтня 1648 р. Переговори про досягнення миру велися на території Німеччини, на теренах історичної області Вестфалія.

З метою дотримання принципу конфесіональної рівності, переговори про умови миру між Священною Римською імперією і протестантськими державами і Швецією велися у протестантському єпископстві Оснабрюк, а з католицькими державами та Францією – в католицькому єпископстві Мюнстері.

На час переговорів обидва міста оголошувались нейтральними та демілітаризованими.

Для розуміння понятійного апарату й співвідношення понять «Вестафальська система», «Вестфальський мир» та ін. вагомою є думка С. М. Задорожної, яка говорить, що «поняття Вестфальський мир, яке увійшло згодом у практику міжнародних відносин, передбачало не самі договори, а узагальнювало основні його епохальні постулати, які стали принциповими та ефективними регуляторами, покладеними в основу нового правопорядку в Європі і ознаменувало завершення панування права війни та вступ у дію права миру» [2, с. 243].

Вестфальська система встановлювала принципи в галузі безпосередньо міжнародного права (визнання кордонів, визнання держави як «геополітичної реальності») (факт остаточного визнання Республіки Об'єднаних Провінцій зі сторони Іспанії), питання врегулювання релігійних відносин і політики стосовно різних конфесій). У релігійній сфері Вестфальський мир зрівняв у правах

кальвіністів, католиків і лютеран, позбавив німецьких князів права визначати релігійну приналежність підданих, визнав за ними право укладати договори між собою і з іноземними державами [3, с. 30].

Також варто згадати про створення інституту гарантів. Стосовно цього В. Г. Ціватий зазначає, що «гарантами Вестфальського миру стали Швеція і Франція. Жодна стаття Вестфальського миру не могла бути змінена без їхньої згоди» [4, с. 92].

При укладенні Вестфальського миру велика увага приділялася інституту міжнародно-правового визнання. Саме на Вестфальському конгресі була визнана незалежність Швейцарії та Нідерландів. У зв'язку з цим і виявилася вперше сформульованою декларативна теорія визнання. Вестфальський мир підтвердив рівноправність європейських держав незалежно від відмінності їх релігійної віри і форм державного ладу.

Також були сформульовані норми, які передбачали мирне вирішення конфліктів і колективні санкції проти нападаючої сторони [5, с. 96].

Отже, Вестфальський мир здійснив суттєвий вплив на розвиток міжнародного права й дипломатії. Основні принципи, що були покладені в його основу, ознаменували собою настання новомодерної доби й нову епоху практики міжнародних зносин.

Підписання «Вестфальського миру» знаменувало собою важливу подію в історії міжнародного права. Принципи, закладені в ньому (в нормах Оснабрюкського і Мюнстерського договорів, відповідно), а саме: рівність держав, поняття суверенітету, вирішення міжнародних проблем мирним шляхом, суттєвим чином змінили існуючу на той момент систему міжнародних відносин. Ці принципи, попри те, що зазнали значних змін у сучасну епоху, досі знаходять відображення в системі міжнародного права.

#### **Список літератури**

1. Семченков Я. С. Тридцатилетняя война 1618 – 1648 гг. Москва, 2009. 136 с.
2. Задорожна С. М. Загальні принципи у класичному міжнародному праві: Вестфальський мир. *Право і суспільство*. 2018. № 6. С. 241 – 245.
3. Шумилов В. М. Международное право. Москва, 2013. 488 с.
4. Ціватий В. Г. Міжнародно-політичні наслідки й фронтири Тридцятилітньої війни (1618 – 1648): історичний, дипломатичний та інституціональний дискурс. *Наукові записки ВДПУ ім. М. М. Коцюбинського*. 2019. № 27. С. 88 – 94.
5. Баскин Ю. Я. История международного права. Москва, 1990. 205 с.



Кліманова Д. В.  
студентка гр.ФМ-20М  
Центральноукраїнський національний  
технічний університет

## ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ СТРАХОВОЮ КОМПАНІЄЮ

Страхова діяльність має досить давні корені, страхування як взаємозахист та взаємодопомога існує з моменту зародження людської цивілізації. Сьогодні ринок страхових послуг в Україні є достатньо диверсифікованим, конкурентним, врегульованим, проте нестабільність зовнішніх умов та особливості національного ринку послуг не сприяють значному розвитку цього сегменту порівняно з економічно розвиненими країнами. В останні роки кількість страхових компаній в Україні неухильно зменшується: у 2017 р. їх зареєстрована кількість становила 365, у 2018 р. – 350, у 2019 р. – 290, у 2020 р. – 215. До початку 2021 року в Україні налічувалося 210 страхових компаній, з них 190 – це non-life, і решта 20 – life [2].

Посилюється конкуренція, зменшується активність страхових компаній, закриваються неприбуткові відділення. В цих умовах особливого значення набуває правильний менеджмент страхової компанії, який сприятиме її ефективності та розвитку як суб'єкту господарювання. Розглянемо докладніше, що розуміється під менеджментом страхової діяльності і які він має складові.

Узагальнюючи визначення страхового менеджменту таких авторів як: В. Аранчій та О. Остапенко [4, с. 122], Сокиринська І. [3, с. 54], Бігдаш В. [1, с. 40], можна зазначити, що страховий менеджмент – це система управління у сфері страхування, що вимагає від персоналу страхової компанії формування та ефективного використання наявних фінансових, організаційних, трудових та інших ресурсів для досягнення цілей організації.

Менеджмент страховою компанією здійснюється на різних рівнях управління в межах її організаційно-правової структури. Всі процеси, що реалізуються задля досягнення цілей страхової компанії, відносять до бізнес-процесів. Запорукою успішного управління страхової діяльності є правильна побудова організаційної структури.

Основними принципами формування організаційної структури страхової компанії є:

1. Принцип конкретності мети;
2. Принцип первинності функцій і вторинності структури;
3. Принцип функціональної замкнутості підрозділів управління, за яким коло завдань для кожного структурного підрозділу повинно бути чітко окреслене і орієнтоване на виконання конкретної функції;

4. Принцип простоти організаційної структури, який наголошує на тому, що чим простіше та чіткіше побудована структура управління, тим легше персоналу зрозуміти і пристосуватися до певної форми управління та активно брати участь у досягненні мети підприємства;

5. Принцип єдиноначальства, який полягає в тому, що система управління повинна бути чітка і прозора, спрямована на забезпечення єдності дій та координацію зусиль. На практиці це означає, що працівник повинен отримувати накази лише від одного начальника.

6. Принцип нормування керованості, який полягає в тому, що кількість підлеглих, підпорядкованих одному керівнику, повинна бути обмеженою. Норми керованості визначаються характером роботи керівника, стилем управління, його стосунками з підлеглими, характером виробництва. Кількість підлеглих повинна бути меншою на вищих рівнях управління та більшою на нижчих рівнях.

7. Принцип оптимального співвідношення централізованих і децентралізованих форм управління, що передбачає певну децентралізацію відповідно до розмірів підприємства, масштабів проектів, функціональною сферою діяльності тощо.

8. Принцип зворотного зв'язку, за яким здійснюється постійний контроль результатів функціонування системи та створюються умови для її коригування [4, с. 89].

Органи управління страховою компанією визначаються залежно від того, на яких засадах створено організацію. На українському страховому ринку переважна більшість страхових компаній має статус акціонерного товариства.

Як і в будь-якій іншій сфері, ефективність діяльності страхової компанії залежить, насамперед, від наявності талановитих і енергійних керівників, які є фахівцями своєї справи. На Заході поширеним методом стимулювання талановитих управлінських кадрів є їх участь в якості акціонерів компанії (передача їм безоплатно або зі знижкою від 5 до 10% акцій компанії), об'єктивна рейтингова оцінка діяльності компанії, що змушує «тримати планку» тощо. Нажаль, в Україні ці світові тенденції ще не настільки популярні, і тому проблема управління та пошуку управлінських кадрів гостро стоїть перед вітчизняними страховими компаніями.

Таким чином, страхова діяльність є особливим видом діяльності, проте управління страховою компанією відбувається за основними принципами і правилами сучасного менеджменту. Це стимулює вивчення зарубіжного досвіду управління страховими компаніями та залучення фахових кадрів до управління.

#### **Список літератури**

1. Бігдаш, В. Страховий менеджмент та напрямки його вдосконалення в Україні. *Наукові записки. Серія «Економіка». Фінансова система України*. 2008. Частина 3 (Вип. 10). С. 40 – 58.

2. Небанківські фінустанови відновлюють діяльність до докарантинного рівня – звітність за 9 місяців 2020 року. *Сайт Національного Банку України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all>.

3. Сокиринська І., Журавльова Т., Аберніхіна І. Страховий менеджмент. Навчальний посібник. Дніпропетровськ: Пороги, 2016. 213 с.

4. Аранчій В. І., Остапенко О. М., Остапенко Т. М. Страховий менеджмент: навч. посіб. Полтава: ПДАА, 2018. 252 с.

Паладієва Я.

аспірант кафедри Конституційного права,  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка

### ПОЗИТИВНІ ЗАХОДИ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Позитивні заходи (заходи позитивної дискримінації) спрямовані на розширення доступу членів недостатньо представлених груп населення до робочих місць, освіти, професійної підготовки тощо. Вони полягають у наданні ряду переваг (особливих прав, пільг), а також використанні системи квотування, тобто виділення певної кількості робочих місць представникам цільових груп – особам, які за віком, статтю, соціальним походженням, мовою чи з інших обставин не можуть користуватися всіма правами людини нарівні з іншими особами, оскільки виникає ситуація, коли рівні права не надають рівних можливостей дискримінованій групі.

Позитивні заходи йдуть далі формальної заборони дискримінації та спрямовані на встановлення субстантивної рівності. Такі заходи, згідно з міжнародним законодавством, не вважаються дискримінаційними, якщо вони обґрунтовані та об'єктивні, а також спрямовані на досягнення пропорційних анти-дискримінаційних цілей та на компенсацію «другорядного», «обмеженого» статусу особи, як правило, є тимчасовими, обмеженими в часі та обсягах досягнення поставленої перед ними мети [1; с. 598].

В свою чергу, корпоративна соціальна відповідальність визначається як невиокремлене та чітко регламентоване коло обов'язків бізнесу щодо соціуму. Кожна компанія робить добровільний вибір щодо того, який із видів відповідальності є максимально оптимальним для неї та суспільства, в якому вона працює. Одним із видів корпоративної соціальної відповідальності є людський ресурс та ділова практика, які передбачають відносини компанії зі спеціальними групами інтересів, зокрема, це стосується зайнятості та поліпшення становища меншин, жінок, представників груп з обмеженими можливостями, а також впливу організаційної діяльності на людей, які складають людські ресурси організації [3; с. 18].

Позитивні дії не обов'язково мають передбачати надання преференційного режиму недостатньо представленим групам, хоча це є однією з найбільш поширених практик. Корпоративна соціальна відповідальність крізь призму позитивних дій може забезпечувати проведення інформаційних та освітніх заходів, стажувань та можливостей навчання.

Таким чином, застосування позитивних заходів в рамках реалізації політики соціальної відповідальності у корпораціях, компаніях та організаціях можуть бути реалізовані шляхом:

1. Надання пільгового режиму. Означає надання переваг особам з неблагополучних груп при наймі, просуванні по службі та відборі для старшого керівництва. У деяких країнах можливо зарезервувати пости або посади для жінок, інвалідів або представників певної групи меншин. В якості альтернативи – стать, етнічне походження, інвалідність або будь-які інші особисті якості людини, які пов'язують її зі знаходженням в несприятливому становищі – можуть бути



фактором, що враховується враховувати при прийнятті рішень про найм та просування по службі [2; с. 30].

2. Фокусу. Цей фактор передбачає, що орієнтуючись при прийомі на роботу, наприклад, в певних географічних районах, виборі шкіл або на безробітних, можна охопити знедолені верстви населення без явної дискримінації на їх користь.

3. Використання вмінь, як переваг. Передбачає існування двох різних стратегій установки переваг в критерії вибору. По-перше, навички та досвід, які найчастіше можна знайти серед представників меншин, стають активом або вимогою для роботи. Це схоже на цільову стратегію, тільки вона націлена на особисті навички або компетенції, які можуть бути зосереджені в меншинах. По-друге, такі заходи можуть включати володіння мовами, якими спілкується ця меншина для використання у зовнішній торгівлі, під час переговорів та обслуговування місцевих клієнтів [2; с. 34].

4. Підтримки. Передбачає підтримку, яка може охоплювати підвищення обізнаності про наявні, але несподівані активи для роботи, навіть з боку самих меншин. Крім того, це може охоплювати мобілізацію груп меншин для підвищення їх кваліфікації та розширення можливостей для навчання або створення груп лобіювання.

Таким чином, позитивні дії проявляються у вигляді гнучкого набору дій, що відповідають різноманіттю потреб, які організація може використовувати під час своєї діяльності з метою реалізації політики соціальної відповідальності.

#### **Список літератури**

1. O'Conneide C., Russell M. Positive Action to Promote Women in Politics: Some European Comparisons. *International Comparative Law Quarterly*. 2003. № 53. С. 587 – 614.

2. Fredman S. Facing the Future: Substantive Equality under the spotlight. *University of Oxford Legal Research*. 2010. № 57. С. 28 – 36.

3. Stasser E., Gächter A., Dzhengozova M. The Benefits of Positive Action. Thematic Discussion Paper. *European Union Agency for Fundamental Rights (FRA)*. 2008. С. 24.

**Кунченко А. А.**

4 курс, 12 групи

Інститут прокуратури та кримінальної юстиції

Національний юридичний університет

імені Ярослава Мудрого

**Науковий керівник:**

**Маринів І. І.**

асистент кафедри міжнародного права,

Національний юридичний університет

імені Ярослава Мудрого

### **РЕАЛІЗАЦІЯ УКРАЇНОЮ ПОЛОЖЕННЯ ЗАГАЛЬНОЇ ДЕКЛАРАЦІЇ З ПРАВ ЛЮДИНИ ПРО ЗАБОРОНУ КАТУВАНЬ**

Європейська спільнота зокрема та світова загалом приділяють значну увагу дотриманню основних прав і свобод людини та громадянина. Право на життя і безпечне існування часто називають основоположним, тому його дотримання є головною задачею будь-якої сучасної держави, оскільки воно утворює міцний фундамент для соціального добробуту та демократичного ладу. Україна, як претендент на вступ до таких міжнародних організацій, як НАТО, Європейській Союз, зацікавлена в створенні іміджа держави, що забезпечує належний захист своїх

громадян, дотримується міжнародних угод, стандартів, спрямованих на захист і додержання прав людини

Розглядатимемо окремих аспект права на життя, а саме свободу від катувань, нелюдського та такого, що принижує гідність, поводження і покарання. Така свобода, передусім, закріплена в ст. 3 Конвенції про захист прав людини і основних свобод (далі – Конвенція), а також в низці інших міжнародно-правових актах, наприклад, в Міжнародному пакті про громадянські і політичні права (ст. 7), Конвенції про заборону катувань 1984 року, що повністю присвячена даному питанню та інших. Нас цікавить саме Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод 1950 року, як основний документ з прав людини, та яким Європейський суд з прав людини керується у прийнятті своїх рішень. Ст. 3 Конвенції закріплює заборону катувань, нелюдського чи такого, що принижує гідність поводження і покарання. Ця норма є імперативною і не передбачає винятків.

Поняття катування, нелюдського або такого, що пригнічує гідність поводження чи покарання передбачає саме умисні дії - вчинити через необережність їх неможливо: це різноманітні тортури, погрози їх використання, утримання ув'язненого чи підозрюваного у вчиненні злочину в неналежних, нелюдських умовах, використання в пенітенціарних установах додаткових покарань, призначених їхньою адміністрацією за ніби неналежну опведінку осіб. Як фізичні, так і психологічні страждання можуть бути завдані потерпілій від таких злочинних дій особі. Обов'язковим елементом виступатиме мінімальне мучення. Варто зазначити, що не будуть вважатись катуванням дії законного характеру, які спричиняють біль або душевні страждання, наприклад, законне затримання, тримання під вартою, тощо. Так само не підпадають під дію ст. 3 Конвенції медичні дослідження та медичні втручання в тіло людини, навіть якщо такі дії є незаконні та проведені без дозволу пацієнта. У загальному розумінні сферами дії ст. 3 Конвенції охоплюється примушування обвинуваченого занадто довго очікувати на виконання вироку суду, в тому числі смертного, примусове годування, застосування фізичного примусу при затриманні щодо осіб, які мають фізичні вади і не здатні чинити супротив, екстрадиція осіб до держав, де їм загрожує смертна кара або інше, не пов'язане з позбавленням життя, особливо жорстоке покарання, неповідомлення родичів затриманого про таке затримання особи, тощо.

З вищевказаного випливає, що потерпілими від катувань найчастіше виступають особи, що відбувають покарання у пенітенціарних закладах, підозрювані та обвинувачені – на етапі досудового розслідування, проте ними так само можуть бути і будь-які інші особи. Суб'єктом катувань можуть бути органи державної влади: персонал пенітенціарних установ, що безпосередньо має справу з ув'язненими особами, органи досудового слідства, інші особи, що виступають з підбурювання вищевказаних осіб або на виконання їхнього злочинного наказу, оскільки, як відомо, наказ злочинного змісту не належить виконанню та тягне за його виконання відповідальність. Тому у 1955 році перший Конгрес ООН по запобіганню злочинності та поводженню з правопорушниками прийняв Мінімальні стандартні правила поводження з ув'язненими. Правило No 31 передбачає, що тілесне покарання, покарання у вигляді поміщення у темну камеру, покарання, пов'язані з жорстокими, нелюдськими або принижуючими гідність видами поводження, повинні бути заборонені стосовно злочинів, які караються у дисциплінарному порядку. Генеральна асамблея ООН у резолюції від 20 грудня 1971 року звернула увагу держав-членів на Мінімальні стандартні правила та рекомендувала ефективно дотримуватися їх у пенітенціарних та виправних закладах і розглянути питання про їх включення до національного законодавства, окрім цього вона прийняла Кодекс

поведінки посадових осіб, що підтримують правопорядок, та постановила передати його урядам. Так, жодна посадова особа, що підтримує правопорядок, не може здійснювати, підбурювати або поблажливо ставитися до будь-якої дії, що являє собою катування чи інші жорстокі, нелюдські або принижуючі гідність види поводження і покарання, не можна посилатися на розпорядження вищих осіб або на інші виключні обставини, як стан війни або загроза війни, загроза національної безпеки, внутрішня політична нестабільність або будь-який інший надзвичайний стан, для виправдання катувань та інших жорстоких, нелюдських або принижуючих гідність видів поводження та покарання.

Не тільки Генеральна Асамблея та міжнародні міжурядові організації, а і окремі держави-підписанти Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод вносять свій вклад у запобігання катувань. Так, вони зобов'язуються стежити за станом виконання положень Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод органами державної влади та звести до мінімуму порушення даної Конвенції. Для цього держави беруть на себе різноманітні позитивні і негативні зобов'язання. Під негативними зобов'язаннями мається на увазі відмова держави від застосування катувань, а позитивні означають проведення державою ефективного розслідування у випадку вчинення катувань, нелюдського, або такого, що принижує гідність поводження чи покарання, попередження катувань, покарання, винних за такі дії.

Наша держава підписала дану конвенцію в 1997 році. Так, згідно ст. 8 Конституції України законодавча система базується на верховенстві права, ст. 9 передбачає дотримання міжнародних угод, а ст. 124 закріплює вирішення спорів судами, в рішенні яких покладено міжнародні угоди. Крім того, Україна закріпила юридичну відповідальність за злочин катування в Кодексі про кримінальну відповідальність – ст. 127 – Катування. І, нарешті, Україна дотримується політики невидачі своїх ромадян іншим країнам, чим уберігає їх від катувань, нелюдського або такого, що порушує гідність поводження і покарання застосування до них смертної кари, тощо.

Незважаючи на це, проти України існує велика кількість справ у Європейському суді з прав людини з приводу порушень ст. 3 Конвенції. Значна частина з них вирішена на користь заявника. Однією з них є справа «Поміляйко проти України» від 11 лютого 2016 року. Поміляйко зазнала численних тілесних ушкоджень з боку працівників міліції, а держава не зреагувала належним чином та не провела ефективного розслідування щодо цих дій. Наступна справа – «Невмерджицький проти України». Заявник тримався 18 місяців під вартою в якості запобіжного заходу, проте таке тривале утримування і постійне поновлення запобіжного заходу було явно незаконним. Умови його перебування під вартою були нелюдськими: тісне і темне, невелике приміщення, в якому окрім нього перебувало ще До заявника було застосовано примусове годування, коли він відмовився від їжі. В результаті перебування під вартою заявник захворів на екзему та коросту. Потім, у квітні 1999 р. в порядку дисциплінарного покарання заявника було поміщено на 10 днів в одиночну камеру. Це було приміщення площею 7 кв. метрів, з мокрими бетонними стінами, не провітрювалось. У камері не було туалету, а воду в умивальнику включали кілька разів упродовж дня. Протягом часу відбуття цього дисциплінарного покарання заявника жодного разу не вивели на свіже повітря. До того ж у той час він відмовлявся від вживання їжі. У лютому 2001 р. заявника було засуджено на п'ять років і шість місяців позбавлення волі з конфіскацією всього майна та на підставі закону про амністію звільнено від відбуття покарання у виді позбавлення волі. Однією з підстав було те, що строк попереднього ув'язнення заявника на момент постановлення вироку становив два роки, 10 місяців та 15 днів. У лютому 2000 р., відразу після звільнення, заявника на місяць поклали до лікарні. Він і досі продовжує лікуватись у психіатра. Суд визнав в повному обсязі порушення ст. 3 Конвенції.

Як можемо бачити, порушення ст. 3 Конвенції приносить душевні та моральні страждання потерпілим від порушення даної норми та значні збитки українській державі, яка згодом стає змушена виплачувати компенсації за рішеннями ЄСПЛ, не кажучи про руйнування іміджу держави на міжнародній арені, оскільки Україна входить до трійці лідерів країн, проти яких подано позови до Європейського суду з прав людини. Задля зменшення кількості подібних справ в майбутньому має сенс проводити ефективні розслідування випадків катувань і покарання винуватців, замість того щоб замовчувати ці діяння з метою недопущення псування іміджу державної влади зсередини та судової системи як такої, тоді держава виконає свої зобов'язання за конвенцією і їй не можна буде притягти до відповідальності. Окрім цього, держава має ретельніше розглядати заяви за екстрадиційними видачами, проводити екстрадиційні перевірки, щоб не допустити видачу осіб до держав, де на них чекає занадто жорстоке покарання.

Отже, такі дії як катування, нелюдське, або таке, що принижує гідність поводження і покарання, здають значної шкоди особі і державі. Необхідне застосування заходів щодо контролю та припинення злочину катування.

**Комарницька Е.**  
студентка 2 курсу ОР Магістр  
Інституту Права  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка

### **ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ПРОЦЕСИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД**

Сьогодні наша держава здійснює важливий перехід до відповідального, сучасного та інноваційного суспільства, а модернізація форм та видів взаємодії громадян з органами державної влади є наслідком послідовних процесів трансформації всередині країни. Відтак ми спостерігаємо прагнення держави здійснювати якісні перетворення в усіх ключових сферах суспільного життя з урахуванням досвіду найбільш розвинених країн. На сьогодні процеси інноваційних перетворень охоплюють не лише звичні для нас сфери інформаційних технологій, але й насамперед державно-політичну сферу з її ключовим елементом – системою державного управління.

Функціонування електронного уряду містить великий потенціал для країн, не тільки в сенсі покращення організаційних і робочих процесів для підвищення ефективності надання державних послуг, але також і в питаннях залучення людей у ці процеси й забезпечення відповідальності [1].

Однією з популярних теорій стала концепція модернізації державно-правової організації, що ґрунтується на ідеї сервісного державного управління, яке здійснюється як державними органами, так і місцевим само-врядуванням. Така спрямованість оптимізації та імплементації інститутів владно-правової взаємодії суспільства і держави, інших органів управління ґрунтується на ефективному наданні публічних (адміністративних, державних) послуг населенню [2].

На мою думку, ефективне впровадження інновацій в процеси організації та функціонування системи органів державної влади та підвищення якості надання державних послуг, неможливе без аналізу тих кроків, які вже успішно реалізуються в сусідніх країнах. Оскільки орієнтація на країни з попереднім успішним досвідом є важливою умовою для вдосконалення цієї системи в Україні, важливим є огляд кращих практик світового управління з погляду застосування інновацій та механізмів інноваційного лідерства, які можуть бути адаптовані з

урахуванням особливостей розвитку нашої країни для впровадження їх в практику українського державного управління.

Відтак сервісна концепція держави, що одержала широке поширення в США і ряді країн Західної Європи у 80 – 90-х рр. минулого століття, розглядає призначення держави в служінні індивіду, і, у її буквальному тлумаченні, практично будь-яка діяльність держави, яка охоплює взаємодію з індивідом, є державною послугою [3, с. 744]. Варто згадати також Естонію, яку як в Україні, так і на Заході часто називають взірцем діджиталізації. Саме в Естонії 99 відсотків державних послуг доступні громадянам онлайн, а ще з 2001 року в державному секторі успішно застосовується «X-Road» – програмне забезпечення, яке дозволяє закодовано комунікувати між собою всім урядовим установам.

У свою чергу, інноваційна політика Сполученого Королівства Великобританії і Північної Ірландії характеризується підтримкою інноваційних процесів, яка надається шляхом скорочення регулюючих функцій держави, полегшення процедур адміністративного нагляду й контролю, надання податкових пільг на науково-дослідну діяльність та впровадження їх у життя. Прикладом запровадження інноваційної політики може слугувати також Данія. Незважаючи на незначну кількість населення (Данія є найменшою країною-членом ОЕСР з населенням трохи більше 5 млн. осіб), Данія є визнаною в світі країною з розвиненим суспільством, що базується на знаннях, а уряд країни проводить цілеспрямовану політику зміцнення існуючого становища в галузі інновацій а також розширення можливостей країни в цьому напрямку. Більше того, в Данії було запроваджено інноваційну систему, що складається з наступних елементів: уряд, міністерства, Рада з питань технологій та інновацій (у складі Міністерства з питань науки, технологій та інновацій) та Дослідницьких рад, котрі формують концептуальні засади розвитку інновацій в Данії а також відповідають за їх реалізацію.

В Україні, сучасна нормативно-правова база (закони, укази Президента, підзаконні акти у формі постанов Уряду, наказів центральних органів виконавчої влади тощо) стосовно науково-технічної та інноваційної діяльності налічує близько 200 документів. Вихідні правові передумови державної інноваційної політики закладено в Конституції України. Стаття 54 гарантує громадянам свободу наукової і технічної, а також інших видів творчості, захист інтелектуальної власності, їхніх авторських прав. У цій самій статті визначено, що держава сприяє розвитку науки, встановленню наукових зв'язків України зі світовим співтовариством.

Таким чином, вагомою рушійною силою для модернізації системи державного управління в Україні є впровадження та реалізація інновацій у всіх її структурних елементах за зразком розвинених країн світу. Адже досвід зарубіжних країн демонструє не лише можливість ефективного впровадження, але й реалізації механізмів інноваційного розвитку системи органів державної влади в країні.

#### **Список літератури**

1. Применение электронного правительства для формирования устойчивого и гибкого общества: Исследование ООН: Электронное правительство. 2018.

2. Шульга М. А., Коновалова М. В. Інновації в державному управлінні як умова розбудови сервісної держави.

3. Коженко Я. В. Концепции «сильного» и «сервисного» государства в контексте модернизации государственного управления в России: общее и отличное *Фундаментальные исследования*. 2012. № 3 (часть 3). С. 744 – 748.

4. Курчерява З. Правове забезпечення інноваційного розвитку в Україні. URL: [https://minjust.gov.ua/m/str\\_13958](https://minjust.gov.ua/m/str_13958).

УДК 336.67

**Тошматова Р. К.**

старший преподаватель кафедры  
менеджмента

Таджикский государственный университет  
права, бизнеса и политики

**Точиева М. Н.**

студентка 3-го курса кафедры менеджмента  
Таджикский государственный университет  
права, бизнеса и политики

### **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Деятельность хозяйствующего субъекта и ее результаты зависят от многих факторов. Сюда входят: положение на рынке, качество продукции, конкурентоспособность, уровень технологии, структура и использование ресурсов, в том числе финансовых. Основная задача финансового анализа состоит в изучении результатов хозяйственной деятельности предприятия, выявлении и оценке факторов и условий, воздействующих на результаты, и принятии соответствующих управленческих решений, направленных на повышение эффективности работы предприятия.

Всякое предприятие работает в системе хозяйственных отношений. Оно вправе выбирать деловых партнеров, заключать сделки, в том числе на мировом рынке, создавать совместные предприятия и т.д. При этом оно должно быть уверенным в экономической состоятельности и надежности потенциальных партнеров. Это обуславливает необходимость изучения контрагентов, оценки их доходности и платежеспособности на основе их отчетности.

В связи с этим целью статьи является раскрытие особенностей факторов влияния на финансовую устойчивость предприятия на современном этапе развития экономики страны. Важным моментом является то, что отсутствует единое определение понятия и факторов финансовой устойчивости. Так, Г. В. Савицкая определяет финансовую устойчивость организации как способность субъекта хозяйствования существовать и развиваться, одновременно сохраняя равновесие своих активов и пассивов, несмотря на изменяющиеся факторы внутренней и внешней среды, которые гарантируют его платежеспособность и инвестиционную привлекательность в долгосрочном периоде и при допустимом риске [5].

Чтобы управлять прибылью, необходимо раскрыть механизм ее формирования, определить влияние и долю каждого фактора ее роста или снижения.

Важными факторами роста прибыли, зависящими от деятельности организации (их называют внутренними), являются рост объема производимой продукции в соответствии с договорными условиями, снижение ее себестоимости, повышение качества, улучшение ассортимента, повышение эффективности использования производственных фондов, рост производительности труда, компетентность руководства [4].

Эти факторы можно условно подразделить на три группы: производственные, коммерческие, финансовые.

Производственные факторы связаны с объемом производства, его ритмичностью, материальной, научно-технической и организационно-технической оснащенностью, соответственно-качественными параметрами продукции, ее ассортиментом и структурой и т. д.

Коммерческие факторы как бы подводят к финансовым факторам и охватывают в широком смысле понятие маркетинга: заключение хозяйственных договоров на основу самого пристального изучения действующей и перспективной конъюнктуры рынка, ценовое регулирование сбыта, его направление и организационно-экономическое обеспечение. Надежность прогноза коммерческих факторов опирается, с одной стороны, на страхование рисков (в основном рисков утраты имущества, срыва поставок, отдаления или отказа от платежа), с другой на привлечение солидных, платежеспособных клиентов (заказчиков, покупателей), что, в свою очередь, требует известных внепроизводственных затрат (представительских, на рекламу и др.) [1].

Здесь немаловажен принцип «время – деньги»: чем быстрее и полнее поступление доходов, тем эффективнее вся деятельность. Поэтому не следует пренебрегать дифференцированной в зависимости от сроков реализации и прогноза насыщения рынка уценкой, в том числе сезонной, периодической или разовой (временное падение доходов окупится высвобождением средств за счет ускорения их оборота), предпочтительной отгрузкой своей продукции наиболее надежным и быстрым плательщикам и другими мерами воздействия.

К факторам, не зависящим от деятельности организаций (внешние), относятся изменения государственных регулируемых цен на реализуемую продукцию, уровень налогов и тарифов, нормы амортизационных отчислений, влияние природных, географических, транспортных, технических условий на производство и реализацию продукции, а также другие факторы.

Внутренние факторы делятся на производственные и непроизводственные. Производственные факторы характеризуют наличие и использование средств и предметов труда, трудовых и финансовых ресурсов и, в свою очередь, могут подразделяться на экстенсивные и интенсивные [2].

К экстенсивным относятся факторы, которые отражают объем производственных ресурсов (например, изменение численности работников, стоимости основных фондов), их использование по времени (изменение продолжительности рабочего дня, коэффициента сменности оборудования и другого), а также непроизводительное использование ресурсов (затраты материалов на брак, потери из-за отходов).

К интенсивным относятся факторы, отражающие эффективность использования ресурсов или способствующих этому (например, повышение квалификации работников, производительности оборудования, внедрение прогрессивных технологий, ускорение оборачиваемости оборотных средств, снижение материалоемкости и трудоемкости продукции). К непроизводственным факторам относятся, например, снабженческо-сбытовая и природоохранная деятельность, социальные условия труда и быта и др.

Перечисленные факторы влияют на прибыль не прямо, а через объем реализуемой продукции и себестоимость, поэтому для выявления конечного

фінансового результату необхідно сопоставить стоимость объема реализуемой продукции и стоимость затрат и ресурсов, используемых в производстве.

Прибыль от реализации продукции, работ, услуг занимает наибольший удельный вес в структуре балансовой прибыли предприятия. Ее величина формируется под воздействием ряда факторов, важнейшими из которых являются: себестоимость, объем реализации, уровень действующих цен.

#### **Список литературы**

1. Ковалева В. В. Финансовый анализ. М.: Финансы и статистика, 2017. 432 с.
2. Бочаров В. В. Комплексный финансовый анализ. М.: СПб: Питер, 2016. 432 с.
3. Бухгалтерский и налоговый учет, финансовый анализ и контроль. М.: Амалфея, 2016. 728 с.
4. Маркарьян Э. А., Герасименко Г. П., Маркарьян С. Э. Финансовый анализ. М.: КноРус, 2017. 272 с.
5. Савицкая Г. В. Экономический анализ: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2011. 649 с.

**УДК 631.15 : 338.434**

**Гуменюк М. М.**

к.е.н., старший науковий співробітник,

**Неміш Д. В.**

к.е.н., с.н.с., зав. Коломийським відділом  
ПДСГДС ІСГ Карпатського регіону НААН

### **ФОРМИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Мале аграрне підприємництво (МАП) відіграє важливу роль у розвитку агропромислового комплексу України, виробництві сільськогосподарської продукції та створенні нових робочих місць на селі. В більшості країн світу МАП забезпечує продовольчу безпеку країни, сталий розвиток сільських територій та сприяє збереженню земельних ресурсів. Проте в Україні суб'єкти МАП мають нестачу фінансових, технічних і матеріальних ресурсів для забезпечення розвитку.

Державна політика підтримки МАП є невід'ємною складовою державної політики сприяння їх розвитку. Державна підтримка розвитку МАП здійснюється за двома формами. Серед яких пряма (прямі бюджетні виплати) та непряма (бюджетні кошти носять стимулюючий характер). До форм прямої бюджетної підтримки належать: надання субсидій на сільськогосподарське виробництво і матеріально-технічні ресурси; фінансування короткострокового та інвестиційного кредитування МАП; компенсація частини витрат агротоваровиробників на страхування врожаю сільськогосподарських культур та інші. Формами непрямої підтримки на державному рівні є: здійснення закупівель сільгосппродукції і продовольства для державних потреб; регулювання зернового ринку за допомогою проведення



закупівельних і товарних інтервенцій; захисту економічних інтересів МАП при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності та ін.

Антонов А.В. також виділяє умовно-пряму державну підтримку, тобто опосередковану через організаційно-економічні заходи, найчастіше прямо не пов'язані з аграрним сектором економіки [1]. Форма опосередкованої підтримки на державному рівні представлена заходами щодо забезпечення сприятливих організаційно-економічних умов функціонування. Серед них заходи з реструктуризації заборгованості сільськогосподарських товаровиробників по платежах до бюджету всіх рівнів, державних позабюджетних фондів, постачальникам енергетичних та матеріально-технічних ресурсів; створення спеціального податкового режиму; підтримки аграрної науки; реалізації державних програм і загальнонаціональних проектів.

Доцільно виділити два основних напрями державної політики регулювання МАП: захист інтересів МАП і створення сприятливих умов для його розвитку; адресна державна підтримка МАП щодо розвитку перспективних напрямів агробізнесу.

Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» зазначено основні види його державної фінансової підтримки. Проте, зазначені норми не підкріплені фінансовими ресурсами, що в умовах дефіциту коштів у державному бюджеті, робить їх декларативними.

В рамках програм підтримки сільського господарства можна виділити наступні заходи державної підтримки: фінансова підтримка у вигляді пільгових кредитів на реалізацію бізнес-планів, фінансова підтримка сімейних фермерських господарств, компенсація відсотків за кредитами, фінансова підтримка сільськогосподарських кооперативів, фінансова підтримка вирощування нішевих культур, фінансова підтримка фермерських господарств, засновниками яких є учасники АТО, фінансова підтримка суб'єктів господарювання у сфері органічного виробництва тощо.

Зокрема, законом України «Про фермерське господарство» передбачено ряд пільг. Однак, положення цього закону не містять конкретних сум, які можуть отримати фермерські господарства, тому в умовах дефіциту коштів у державному та місцевих бюджетах вони не отримували реальної допомоги на свій розвиток. Нерівномірність надання підтримки протягом року і відсутність чітких критеріїв відбору фермерських господарств, зміни порядку виділення коштів з державного бюджету, ускладнення процедури подання документів на розгляд комісій, встановлення додаткових обмежень призводять до зменшення кількості отримувачів такої підтримки із числа фермерських господарств, а також до відмови самих фермерів у отриманні такої підтримки.

Дещо змінилася ситуація у 2021 році. З метою стимулювання розвитку малого фермерства, збільшений розмір бюджетної субсидії новоствореним фермерським господарствам з 3 тис. грн до 5 тис. грн на одиницю оброблюваних угідь (1 гектар). Також запроваджено виплати у розмірі 36 тис. грн за сільськогосподарську дорадчу послугу. Крім того, обмеження щодо 60 мільйонів для пов'язаних осіб не дозволяє отримувати дотації насамперед агрохолдингам, які раніше забирали близько 90% державної підтримки. В результаті більше малих аграрних підприємств може скористатися такою допомогою.

Міністерство аграрної політики вперше скерувало на позабюджетний рахунок майже 390 тисяч гривень на доплати єдиного внеску на загальнообов'язкове

державне соціальне страхування для голів та членів сімейного фермерського господарства [2].

На рівні регіонів на заваді надання державної підтримки малого бізнесу в сільському господарстві України стоять макроекономічні умови. Проте існують окремі обласні програми, за якими виділяються кошти з обласних бюджетів для підтримки МАП.

Отже, спостерігаються позитивні зрушення у сфері державної підтримки МАП, які також вимагають реального сприяння з боку місцевих органів влади. Підтримка МАП повинна бути системною, водночас диференційованою з урахуванням особливостей спеціалізації виробництва, форм господарювання і регіональних особливостей.

#### **Список літератури**

1. Антонов А. В. Напрями удосконалення форм державної підтримки розвитку сільських територій. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2012. № 7. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur\\_2012\\_7\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2012_7_5).

2. Колюбакін В. Розвиток АПК має перспективу. *Урядовий кур'єр*. 29 вересня 2021. Режим доступу: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/rozvitok-apk-maye-perspektivu>.

**УДК 658.5.012**

**Костриченко В. М.**

к. е. н., доцент,  
доцент кафедри економіки підприємства і міжнародного бізнесу,  
Національний університет водного  
господарства та природокористування

**Дідик О. Р.**

здобувач вищої освіти магістерського (другого) рівня,  
Національний університет водного  
господарства та природокористування

#### **ІНСОРСИНГ ТА АУТСОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Сучасні умови функціонування й розвитку вітчизняної економіки характеризується активним розвитком ринкових відносин та кризових явищ в економіці, що висувають перед підприємствами необхідність оперативної перебудови стратегії позиціонування на займаному ринку, і завдання більш ефективної взаємодії із клієнтами, постачальниками й споживачами [1].

Економічна наука пропонує достатньо широкий арсенал інструментів антикризового управління. Антикризове управління можна визначити як систему управління підприємством, яка має комплексний характер і направлена на запобігання і усунення несприятливих для бізнесу явищ, за допомогою використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки і реалізації на підприємстві антикризової стабілізаційної програми, що є багатоплановим комплексом взаємопов'язаних, взаємообумовлених і своєчасних дій (заходів), що охоплюють всі основні чинники бізнесу [2].

Серед антикризових інструментів важлива роль належить організаційно-технологічним інструментам, які спрямовані на підвищення ефективності використання наявних у підприємства ресурсів у коротко- і середньостроковому періодах [3]. В переліку таких інструментів, що можуть використовуватися підприємством, є інсорсинг та аутсорсинг [4; 5].

Інсорсинг (від англ. *Insourcing* – внутрішнє джерело) – це використання внутрішніх ресурсів підприємства; це передача проекту особі чи підрозділу підприємства, а не третій стороні. Інсорсинг відбувається з двох причин: наявності тимчасової надлишкової потужності (це рішення базується на низьких граничних витратах при збільшенні завантаження драйвера процесу); через наявність конкурентної переваги (наявність ефективного процесу, наявність унікального ресурсу, бази даних, технології).

Інсорсинг передбачає створення власних автономних структурних одиниць, що надають спеціалізовані послуги як підрозділам підприємства, так і зовнішнім контрагентам. Найчастіше такий інструмент застосовують для процесів, пов'язаних з фінансами (обробка витрат, нарахування заробітної плати); трудовими ресурсами (ведення трудових записів працівників, тренінги); інформаційними системами (системна підтримка, навчання). Метою використання інсорсингу є збереження персоналу, нарощування власних компетенцій, інформаційна безпека.

Аутсорсинг (*out* – зовнішній, *source* – джерело) – це використання зовнішніх джерел; це залучення зовнішніх ресурсів (виконавця) для вирішення завдань в інтересах замовника. Інакше кажучи, це перенесення завдань, операцій, робочих місць або процесів на зовнішню робочу силу, укладаючи контракти з третьою стороною протягом значного періоду часу. Підприємства зазвичай роблять це для зменшення витрат або підвищення ефективності виробництва. Функції, які передаються стороннім організаціям, можуть виконувати треті сторони як на території підприємства, так і поза ним.

На відміну від інших способів взаємодії підприємств, таких як підряд, субпідряд, сервіс та підтримка, лізинг персоналу, аутсорсинг є способом довгострокової, партнерської взаємодії декількох підприємств, що однаково зацікавлені в успіху спільної справи. Оскільки аутсорсинг як спосіб кооперування передбачає значні зміни в організаційній структурі та управлінні підприємством, що здійснюються на довгостроковій основі, його можна розглядати також як стратегію управління підприємством. Залучення аутсорсингу призводить до реструктуризації підприємства або до значних організаційних змін в ньому [6]. Аутсорсинг використовується як інструмент зниження витрат підприємства, можливості зосередитися на ключових компетенціях.

Таким чином, інсорсинг та аутсорсинг можуть використовуватися підприємством як два взаємодоповнюючі інструменти антикризового управління. При цьому підприємство має шукати оптимальний для нього компроміс між перевагами та недоліками використання внутрішніх та зовнішніх провайдерів для виконання необхідних для нього процесів. Це дозволить підвищити економічну стійкість підприємства, збільшити його вартість та підвищити прибутковість бізнесу.

#### **Список літератури**

1. Інноваційні інструменти управління підприємством в умовах кризи. 2019. URL: <https://bdpu.org.ua/wp-content/uploads/2019/02/2.7.pdf>.

2. Лігоненко Л. Антикризове управління: сучасний стан, методичне та кадрове забезпечення. *Економічний форум*. 2003. № 4 (22). С. 59 – 62.

3. Грибан С.В. Система антикризового управління підприємством. *Ефективна економіка*. № 11. 2013. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2467>.

4. Рикованова І. С., Донець Д. М. Теоретичні підходи до формування стратегічних рішень при плануванні системи постачання основних фондів підприємства. 2016. URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/2761/visnyk2016-151-156.pdf>.

5. Луцкая Н. В. Аутсорсинг и инсорсинг как взаимодополняющие инструменты менеджмента для формирования оптимальной организационной структуры предприятий. *Организатор производства*. 2016. Т. 69. № 2. С.41 – 57.

6. Григоруک П. Багатомірне економічно-статистичне моделювання: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Львів, 2006. 148 с.

**УДК 658.012.8**

**Усова М. О.**

аспірант кафедри економіки та бізнесу  
Державний біотехнологічний університет

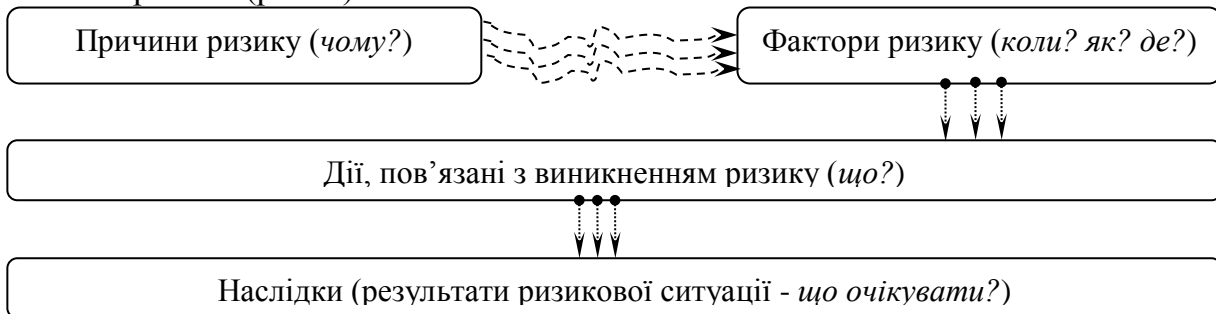
### **РИЗИКОСТІЙКІСТЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасне підприємство являє собою сукупність складних соціально-економічних підсистем, що функціонують в умовах мінливого зовнішнього середовища, яке є постійним джерелом можливостей і загроз для його розвитку. Динамічність і невизначеність зовнішнього середовища, агресивність конкуренції на споживчому ринку, нерациональне використання наявного потенціалу та недосконалість методів стратегічного управління ставлять під загрозу подальше існування підприємства на ринку. В даних умовах все більшого значення набуває проблема підвищення ризикостійкості вітчизняних підприємств.

Сучасне зовнішнє середовище підприємства можна охарактеризувати як складну гетерогенну (від грец. *«heterogenes»* – неоднорідний за складом) структуру, що охоплює широке коло елементів, взаємопов'язаних як з суб'єктом господарювання, так і між собою. «Гетерогенність» в науковій літературі трактується як «...неоднорідність, різнорідність, змішаність, несхожість, «особливість» за природою або походженням частин певної системи» [4, с. 14]. У сукупності елементи зовнішнього середовища, як гетерогенної структури формують свого роду системно-організований «простір», в якому функціонують і розвиваються різні процеси, що обмежують або активізують діяльність підприємства. Дані процеси протікають з різною інтенсивністю, впливають один на одного, збігаються за напрямком або мають протилежну спрямованість.

Складність, невизначеність, мінливість та взаємозалежність чинників зовнішнього середовища що, переважно зумовлено недетермінованістю економічних процесів і відсутністю повної інформації. В означеному аспекті слід повністю підтримати погляд Г. М Азаренкової, яка зазначає, що «...у сучасних умовах будь-яка організація повинна не лише при звичаїтись до зовнішнього середовища шляхом

адаптації своєї внутрішньої структури і поведінки на ринку, але і активно формувати зовнішні умови своєї діяльності, постійно виявляючи в зовнішньому середовищі загрози та потенційні можливості» [1, с. 202]. Неможливість безризикового ведення підприємницької діяльності вимагає від суб'єктів господарювання своєчасної ідентифікації ризику (встановлення причин та факторів ризику, оцінки дії, пов'язаних з виникненням ризику та постійного обліку можливих наслідків прийнятих рішень (рис. 1).



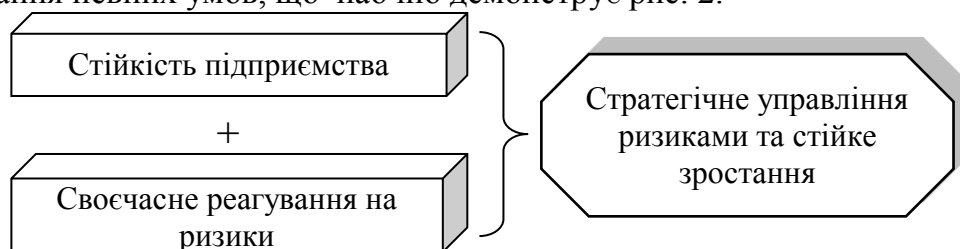
**Рис. 1. Базові елементи ідентифікації ризику**

Джерело: [5]

Вивчення економічної літератури [2 – 5] дозволило зробити висновок про те, що під ризиком зазвичай розуміється об'єктивно суб'єктивна категорія в діяльності підприємств, що відображає ступінь відхилення від цільових векторів розвитку, розмір недоотриманого цільового прибутку в результаті здійснення операційної діяльності. Деякі види ризиків є досить простими і зазвичай не враховуються менеджерами і керівниками підприємств, проте можуть надавати прямий вплив на репутацію, імідж, фінансовий стан і ефективність діяльності підприємства. До того ж, частина ризиків носить прихований характер. Наслідком їх прояву є зниження лояльності споживача, що, відповідно, призводить до втрати конкурентних переваг підприємства [5].

Ризикостійкість – це здатність системи управління адекватно реагувати на загрози факторів ризику, враховуючи внутрішні вразливості, використовуючи зарезервовані ресурси з метою нормального ведення основної діяльності [2, с. 332].

Ризикостійкість підприємства визначається за двома важливими параметрами: вірогідністю виникнення ризикової ситуації на підприємстві та рівнем компетентності персоналу та підприємства у вирішенні проблем протистояння ризику та забезпечення реалізації стратегії стійкого розвитку [3, с. 43]. Оцінка ризикостійкості має дуже важливе значення з точки зору оцінки та аналізу стану підприємницької діяльності для подальшого її розвитку, планування діяльності та прогнозування певних умов, що наочно демонструє рис. 2.



**Рис. 2. Значення ризикостійкості в діяльності підприємства**

Вважаємо, що оцінка рівня ризикостійкості підприємства повинна здійснюватися систематично за наступними групами ризиків: товарні, цінові, конкурентні, логістичні, організаційні, комунікаційні, дистрибутивні, збутові, ресурсні, інформаційні (DG-ризиками) і компетентнісні (HR-ризиками). Саме комплексний підхід до оцінки рівня ризикостійкості підприємства підвищує обґрунтованість вибору альтернативного управлінського рішення, спрямованого на підвищення ефективності діяльності підприємства призводить до зміни рівня невизначеності підприємницького середовища і здійснення подальшої діяльності в умовах можливої реалізації широкого спектру ризиків.

Таким чином, ризикостійкість господарюючого суб'єкта являє собою можливість управляти внутрішніми ризиками і адаптуватися до зовнішніх.

#### **Список літератури**

1. Азаренкова Г. М. Адаптація підприємства до умов зовнішнього середовища як інструмент забезпечення його фінансової безпеки. *Причорноморські економічні студії*. 2017. С. 201 – 204.

2. Башинська І. О. Ризикостійкість як критерій безпекоорієнтованого управління промисловим підприємством. *БІЗНЕС ІНФОРМ*. 2019. № 11. С. 330 – 336.

3. Кулакова С. Ю., Касмініна К. О. Ризикостійкість підприємства як передумова його розвитку: сутність та індикатори визначення. *Агросвіт*. 2017. № 12. С. 42 – 47.

4. Стадник В. В. *Менеджмент гетерогенних організацій: навчальний посібник*. Хмельницький: ПП А.С. Гонта, 2017. 274 с.

5. Kuchmieiev O. Risk management methodology at wholesale enterprises. *European journal of economics and management*. 2020. Vol.6 (5). P. 37 – 42.

**УДК 005.552.3**

**Шемігон О. І.**

к.с.-г.н, доцент кафедри менеджменту,  
Білоцерківський національний аграрний університет,

**Венгер Е. Ю.**

здобувач вищої освіти другого  
(магістерського) рівня,

Білоцерківський національний аграрний університет

### **ДО ПИТАННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ**

Зміни зовнішнього та внутрішнього середовищ організацій потребують постійного оновлення механізмів управління технологічними процесами, оскільки останні є складовими для досягнення їх найбільшої ефективності.

Механізм управління, як складова усієї системи управління, забезпечує вплив на ті фактори, від стану яких залежить результат діяльності організації.

Механізм управління – категорія, що включає цілі управління, елементи об'єкта та їх зв'язки, на які здійснюється вплив, дії в інтересах досягнення цілей, методи впливу, матеріальні та фінансові ресурси, соціальний та організаційний потенціали.

Реальний механізм управління завжди конкретний, оскільки спрямований на досягнення конкретних цілей за допомогою впливу на конкретні фактори і цей вплив здійснюється через використання конкретних ресурсів [1, с. 37, 49].

Г. С. Жулай [2], пропонує механізм управління розділити на наступні підсистеми: економічну, організаційну, соціальну, технічну, інформаційну, екологічну.

Наші позиції у цьому збігаються, за виключенням того, що ми пропонуємо додати ще й технологічну підсистему, оскільки остання, на нашу думку, має забезпечувати формування та використання матеріально-технологічних цінностей організації.

Управлінням технологічними процесами на виробництві мають займатися технологи, інженери та інші фахівці відповідного профілю. Проектування та налагодження технологічного процесу у сучасних умовах має стати однією з стрижневих функцій технологічної підготовки виробництва.

Спробуємо детальніше охарактеризувати згадані підсистеми.

Своє бачення управління економічною підсистемою механізму управління пропонує О. Зборовська [3]. Перш за все, на думку автора, економічний механізм – це складові управлінського і правового сегментів. Також обов'язковими елементами останнього є державний та ринкові механізми. Щодо ринкових то це, перш за все, ціновий та фінансовий механізми. Фінансовий же, в свою чергу, складається з кредитного, податкового, страхового та інвестиційного механізмів. Щодо державного впливу, то він реалізується через державні преференції та механізм державної підтримки.

Щодо організаційного наповнення управлінського механізму то, на думку Б. О. Бойка [4], це сукупність складових у механізмі управління (мета та завдання управління, функції та технології управління, методи управління, норми та правила, організаційні процедури), що мають організаційне регулювання, управління в інтересах організації, ефективну діяльність всієї управлінської системи.

Особливістю цього механізму є те, що організаційний механізм управління – це завжди групи людей, які вступають у формальні і неформальні взаємодії. Ці взаємодії можуть бути спрямовані на досягнення мети організації, що є позитивом, або ж на чинення опору різним змінам, які завжди супроводжують нововведення, що часто спостерігається в трудовому колективі будь-якого підприємства і є негативним моментом.

Характеризуючи соціальну підсистему, своє бачення дають Л. С. Селіверстова, Н. В. Лосовська, [5]. Незважаючи на свою відносно нову функціональність у суспільстві, зазначають авторки, практика реалізації соціальної відповідальності бізнесу уже створила певні принципи, серед яких доцільно виділити основні: баланс інтересів держави, бізнесу та працюючих; дотримання правових норм і стандартів; добровільне виконання угод, підписаних в рамках соціального партнерства.

Під технічною підсистемою розуміють штучно створену сукупність елементів і відношень (зв'язків) між ними, що утворюють цілісну структуру об'єкта (в нашому випадку об'єкта управління, заув. авт.), що має властивості, які не зводяться до властивостей елементів і призначена для виконання корисних функцій. Функція ж є діяльність, роль об'єкта в рамках системи, робота, що виконується, в даному випадку, управлінським органом [6].

Сучасні ж інформаційні системи зі ступенем автоматизації мають електронну базу та об'єднують одночасно і програму і саму інформацію. Іншими словами, є інтегрованою сукупністю форми та змісту. Електронна інформаційна система в будь-якому випадку вимагає участі в її функціонуванні певного персоналу – операторів, програмістів, а також розробки спеціальної технічної платформи, програмного забезпечення[7].

I, насамкінець, екологічна підсистема. Законом України «Про охорону навколишнього природного середовища» (ст. 20, 22) передбачено створення державної системи моніторингу довкілля (далі – ДСМД) та проведення спостережень за станом навколишнього природного середовища, рівнем його забруднення. Виконання цих функцій покладено на Мінприроди та інші центральні органи виконавчої влади, які є суб'єктами державної системи моніторингу довкілля, а також підприємства, установи та організації, діяльність яких призводить або може призвести до погіршення стану довкілля [8].

Отже, механізм управління організацією в цілому і, технологічними процесами зокрема, має враховувати і економічну складову, оскільки вона є основою бізнесу, організаційну, адже – організація і як соціальне утворення, що об'єднує людей, діяльність яких має, у тому числі, і суспільно-корисну мету. Крім того, розуміння соціальної відповідальності на підприємствах є однією із фундаментальних складових необхідних для покращення економічної системи і в організації і в країні в цілому. Але не варто робити наголос на ці лише складові. Обов'язково у механізмі управління мають знайти місце і технічна, і інформаційна, і екологічна сторони управління. Адже, вивільнення ручної праці машинами є, у тому числі, кроком до послаблення людського чинника у процесі виробництва. Щодо інформації – то остання є специфічним предметом праці менеджера і вона також має знайти своє чільне місце у цьому процесі. I, насамкінець, ми маємо зрозуміти, що нехтуючи екологічною безпекою, ми можемо потрапити у «екологічну пастку» з якої не буде виходу.

### **Список літератури**

1. Нижник Н. Р., Машков О. А. Системний підхід в організації державного управління: навч. посібн. За заг. ред. Н. Р. Нижник. К.: УАДУ, 1998. 160 с.
2. Жулай Г.С. Механізм управління ефективністю діяльності підприємств. *Агросвіт*. 2015. № 20. С. 94 – 97.
3. Зборовська О. М. Економічний механізм управління розвитком промислового підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2010. № 2. URL: [www.investplan.com.ua/pdf/2\\_2010/7.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2010/7.pdf).
4. Бойко О.Б. Формування ефективного організаційного механізму управління машинобудівним підприємством. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 19. № 2. С. 26 – 32. URL: [file:///C:/Users/1111/Downloads/743-3896-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/1111/Downloads/743-3896-1-PB%20(1).pdf).
5. Селіверстова Л.С., Лосовська Н.В. Підходи до формування організаційно економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. *Економіка та держава*. 2019. № 7. URL://[www.economy.in.ua](http://www.economy.in.ua).
6. Кужель В. В., Танасійчук Ю. В. Реалізація функцій соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах агропродовольчої сфери. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 15. С. 77 – 80.



7. Юдкова К. В. Особливості визначення поняття «Інформаційна система». *Інформація і право*. 2015. № 2 (14). URL: [ippi.org.ua/sites/default/files/ukvovpis\\_14\\_2\\_2015.pdf](http://ippi.org.ua/sites/default/files/ukvovpis_14_2_2015.pdf).

8. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища». URL: [rada.info/upload/users\\_files/04415867/aadb55c50bb7df40e783aea09761d053.pdf](http://rada.info/upload/users_files/04415867/aadb55c50bb7df40e783aea09761d053.pdf).

**УДК 631.15**

**Шиманська О. П.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри економіки та економічної теорії  
Західноукраїнський національний університет,

**Петрик Т. В.**

магістрантка освітньо-професійної програми  
«Економіка та управління підприємством» (гр. ЕЕПзм-21),  
Західноукраїнський національний університет

### **КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАНІЇ NESTLÉ)**

Завдяки інноваціям, які, вочевидь, є рушієм економічного зростання, в довгостроковій перспективі усі фірми, застосовуючи їх, наблизатимуться до стійкого стану рівноваги та оптимальних розмірів бізнесу. У такий спосіб компанії, які й сьогодні працюють ефективніше за інших, з високою ймовірністю зможуть забезпечувати кращі результати своєї діяльності й у майбутньому. Основним аргументом на користь такого припущення, на нашу думку, є схильність фірм, компаній до генерування та запровадження нових знань, що визначатимуть їх конкурентні переваги саме у тій галузі, в якій вони функціонують. Інтерес до інновацій підтверджується не лише на мікро-, макро-, а й на глобальному рівні. Країни спроможні досягати вищих темпів економічного зростання, сприятливих торговельних умов, спеціалізуючись на наукоємних продуктах виробництва, які характеризуються вищою доданою вартістю. Це, загалом, слугує підґрунтям для розробки економічної політики у світі, яка б стимулювала зростання витрат на здійснення науково-дослідних робіт, підвищення ефективності інноваційного процесу.

Успіх будь-якої компанії в сучасних умовах жорсткої ринкової конкуренції значною мірою залежить від її здатності стратегічно «обійти» своїх конкурентів шляхом пропонування якісно кращих товарів і послуг, а також розширюючи номенклатуру останніх. Тоді, як ТНК користуються перевагами, що всебічно стимулюють зростання бізнесу, більшості місцевих компаній не вистачає для цього належних умов, які пов'язані з розмірами фірми, ресурсами (фінансовими, людськими), правовим захистом, ефективністю інновацій в аспекті диверсифікації бізнесу, гнучкістю реагування на зміни в ринковому середовищі і стимулами щодо належного використання існуючих та запровадження нових технологій. Тобто таким організаціям бракує інноваційних можливостей, що негативно впливає на ефективність їх діяльності на ринку. Інноваційна спроможність репрезентує на лише

вміння та знання, які необхідні для ефективного освоєння та вдосконалення існуючих технологій, а й створення нових [1]. В аспекті концептуалізації процесів управління конкурентоспроможністю підприємства з урахуванням інноваційних підходів digital-трансформація є одним з найважливіших драйверів подальшого розвитку, зокрема, швейцарської компанії Nestlé – одного з найбільших виробників споживчих товарів у світі. Digital-трансформація охоплює усі аспекти бізнесу цієї компанії, допомагає створювати нові платформи для зростання, підвищує швидкість реагування на запити споживачів та забезпечує підвищення ефективності. Nestlé прогресує на підґрунті цифровізації та новітніх способів передачі даних. Сучасний споживач, особливо молодь, усе більшою мірою об'єктивно стає залежним від цифрових технологій, більш відповідально ставиться до власного здоров'я та стилю життя. Виходячи з цього, сучасні бренди покликані якомога швидше реагувати на потреби споживача, який має бажання легко реалізувати свої запити та інтегрувати їх у повсякденному житті. Задля досягнення успіху у конкурентному світі Nestlé зосереджує свої зусилля, насамперед, на процесі цифровізації, який пов'язаний з: масштабним зростанням електронної комерції; використанням аналітичного інструментарію з метою кращого розуміння, залучення та створення цінності для споживачів та клієнтів; оцифруванням операцій з адміністрування тощо. Зокрема, завдяки зростанню масштабів електронної комерції, продажі компанії Nestlé у 2020 р. склали 12,8 % від загального їх обсягу, і загалом зросли на 48,4 % [2]. Компанія Nestlé постійно вдосконалює свою діяльність в аспекті запровадження цифрових інновацій задля утримання конкурентних переваг, насамперед, шляхом: використання засобів штучного інтелекту у формі чат-ботів задля підвищення зацікавленості споживачів до власної продукції (наприклад, послуги помічників у приготуванні їжі); розширення та персоналізації послуг (зокрема, поради щодо здорового харчування); пропонування послуг голосового пошуку та соціальної комерції задля зручності здійснення покупок тощо. Концептуально компанія Nestlé вдається до активного використання аналітиків, співпрацюючи з провідними світовими цифровими інноваторами задля зміни маркетингових та комерційних практик із врахуванням сучасних світових тенденцій, пов'язаних з процесами цифровізації економіки. Nestlé активізує зусилля в напрямку підвищення компетентностей працівників, здатних використовувати інформаційні комп'ютерні, й, насамперед, цифрові технології, з метою забезпечення вищого рівня задоволення потреб споживачів, досягнення кращих професійних результатів та підвищення ефективності бізнесу загалом. Таким чином, інноваційну модель бізнесу та інноваційну організаційну культуру доцільно розглядати в якості прерогативи компанії на шляху розвитку та поглиблення її конкурентних переваг. Лише через взаємне поєднання обох підходів компанія зможе забезпечити в майбутньому утримання конкурентних позицій на ринку.

#### **Список літератури**

1. Guan & Ma. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation*. Volume 23, Issue 9. P. 737 – 747. doi:10.1016/S0166-4972(02)00013-5.
2. Nestlé Alternative Performance Measures – July 2020 Edition. URL: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2020-07/nestle-group-alternative-performance-measures-july-2020-en.pdf>.

СЕКЦІЯ 8

SECTION 8

**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ  
НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ  
ECONOMICS AND MANAGEMENT  
OF THE NATIONAL ECONOMY**

УДК 338

**Гаймур К. С.**

к.е.н., викладач кафедри філософії,  
ХНУПС ім. І. Кожедуба,

**Павліченко О. О.**

к.іст.н., доцент кафедри філософії,  
ХНУПС ім. І. Кожедуба,

**Кудрявцева Н. А.**

старший викладач кафедри філософії,  
ХНУПС ім. І. Кожедуба

**СПЕЦИФІКА ВОЄННОЇ ЕКОНОМІКИ**

У своєму об'єктивному значенні воєнна економіка – це складова, специфічна частина національної економіки держави, що створюється і функціонує з метою задоволення всієї сукупності потреб, пов'язаних з організацією надійної оборони, підготовкою і веденням війни. У широкому значенні вона включає людські, матеріальні, науково-технічні, фінансові й інші ресурси, які цілеспрямовано використовуються в інтересах створення і зміцнення матеріальних основ оборонної могутності держави. Специфічність цього сектора господарства обумовлена тим, що саме в процесі його функціонування економічні ресурси перетворюються в особливі товари, необхідні для ведення збройної боротьби в умовах війни і для бойової підготовки збройних сил держави в мирний час.

Елементами внутрішньої структури сучасної воєнної економіки як особливої, специфічної частини економіки держави, призначеної для забезпечення воєнних потреб держави, є:

- оборонні галузі промисловості;
- базові галузі економіки в тій частині, в якій вони забезпечують оборонні галузі засобами виробництва, а трудові ресурси воєнної економіки і особовий склад збройних сил – предметами споживання;
- транспорт, зв'язок, система матеріально-технічного постачання, а також наука, охорона здоров'я, освіта та культура – в частині обслуговування виробництва воєнної продукції і функціонування збройних сил.

Воєнна економіка є відособлена, самостійна підсистема національного господарства, що має складну структуру.

Виробництво кінцевої воєнної продукції – головний структурний елемент воєнної економіки.

Воєнна економіка є найбільшим споживачем засобів виробництва – знарядь і предметів праці. Рівень розвитку засобів виробництва у вирішальному ступені визначає якість озброєння і бойової техніки.

Складовою частиною функціональної структури воєнної економіки є виробництво предметів особистого споживання для робітників оборонного виробництва.

Дуже важливою характеристикою воєнної економіки є її відтворювальна структура. Постійне, безупинне функціонування воєнної економіки тісно пов'язано із суспільним відтворенням у цілому, включаючи виробництво, розподіл, обмін і споживання матеріальних благ.

У процесі використання воєнної продукції виникають і реалізуються воєнно-економічні відносини, що являють собою особливу систему виробничих відносин суспільства в цілому. Тому воєнну економіку варто розглядати не тільки як частину національного господарства, але і як особливу, специфічну ланку самого відтворювального процесу, детермінованого надбудовними чинниками – воєнною і воєнно-економічною політикою держави.

Аналіз функціональної, галузевої, відтворювальної і територіальної структури воєнної економіки показує, що вона являє собою складне суспільне утворення, якому властива своя організація і своя система управління.

Отже, воєнна економіка, як об'єктивна реальність, є результатом складної взаємодії війни, політики й економіки. Тут чітко виявляються закономірні зв'язки і відношення, що складають внутрішню структуру цієї взаємодії. Їхній аналіз і оцінка повинні базуватися на строго науковій основі. Потреби практики привели до того, що в системі суспільних наук сформувалася нова галузь знань – воєнна економіка, воєнно-економічна наука. Як будь-яка наука, вона має свій предмет і методологію.

#### **Список літератури**

1. Воробйов Г. П. Економічна теорія : навч.-метод. посіб. Х.: ХУПС, 2011.
2. Воробйов Г. П., Науменко М. О. Економіка та організація підприємства: навчальний посібник. Х.: ХУПС, 2010.
3. Інформаційно-довідкові матеріали щодо досвіду застосування військових частин та підрозділів Збройних Сил України, залучених до проведення АТО у східних областях України. ХНУПС., 2014 – 2017.
4. Основи економічної теорії : підручник / за ред. Ю. Г. Козака, С. С. Шаповал. К.: Центр учбової літератури, 2012.

**Карп'як І. Т.**  
студентка,  
Університет банківської справи,  
**Пилявка М. В.**  
студентка,  
Університет банківської справи,  
**Дребот Н. П.**  
к. е. н., доцент кафедри  
фінансового консалтингу та банківництва  
Університет банківської справи

### **ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ**

Відповідно до Бюджетного кодексу України, державний борг є загальною сумою боргових зобов'язань держави з повернення отриманих та непогашених кредитів (позик) станом на звітну дату, які виникають унаслідок державного запозичення [1].

Державний борг виникає у результаті фінансових запозичень держави, договорів і угод про надання кредитів та позик, пролонгації та реструктуризації боргових зобов'язань минулих періодів. Сукупність боргових зобов'язань держави також містить гарантований державою борг, який виникає у результаті прийняття державою на себе гарантій за зобов'язаннями третіх осіб, або прийняті на себе державою зобов'язання третіх осіб.

За роки незалежності в Україні борг формувалася значною мірою під впливом потреб оперативного фінансування поточних бюджетних видатків, що сформувало його структуру та обсяги.

За даними Міністерства Фінансів України, рівень державного боргу України у 2020 р. зріс на 553,66 млрд. грн. (27,7%) у порівнянні з 2019 р. Сукупний внутрішній борг зріс за 2020 р. на 194,28 млрд грн. (23,15%) у порівнянні з 2019 р. Сукупний зовнішній борг збільшився за 2020 р. на 359,71 млрд грн. (36,7%) у порівнянні з 2019 р. (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Державний та гарантований державний борг України  
з 2009 по 2021 рр. (млн. грн.)**

	Загальний борг		Зовнішній борг	Внутрішній борг
на 31.12.2009	316 884,6		211 751,7	105 132,9
на 31.12.2010	432 235,4	+36,4%	276 745,6	155 489,8
на 31.12.2011	473 121,6	+9,5%	299 413,9	173 707,7
на 31.12.2012	515 510,6	+9,0%	308 999,8	206 510,7
на 31.12.2013	584 114,1	+13,3%	300 025,4	284 088,7
на 31.12.2014	1 100 564,0	+88,4%	611 697,1	488 866,9
на 31.12.2015	1 572 180,2	+42,9%	1 042 719,6	529 460,6
на 31.12.2016	1 929 758,7	+22,7%	1 240 028,7	689 730,0
на 31.12.2017	2 141 674,4	+11,0%	1 374 995,5	766 678,9
на 31.12.2018	2 168 627,1	+1,3%	1 397 217,8	771 409,3
на 31.12.2019	1 998 275,4	-7,9%	1 159 221,6	839 053,8
на 31.12.2020	2 551 935,6	+27,7%	1 518 934,8	1 033 333,8

*Джерело: Міністерство Фінансів України [2]*

Основними причинами швидкого зростання державного боргу України можна вважати:

- необхідність збільшення валютних резервів для забезпечення стабільності національної грошової одиниці;
- зростання обсягів дефіциту бюджету;
- залежність від імпорту енергоносіїв;
- потреби модернізації технічного забезпечення більшості галузей національної економіки [3].

Стан боргової безпеки можна вважати одним із головних критеріїв в оцінці ефективності фінансової політики держави. Тому важливо на сучасному етапі розвитку нашої держави здійснювати заходи, які будуть спрямовані на підвищення її боргової безпеки.

У результаті проведеного аналізу можемо зробити висновки щодо напрямів забезпечення належного стану та підвищення рівня боргової безпеки держави:

- вдосконалення законодавчої бази щодо формування внутрішньої та зовнішньої заборгованості;

– для підвищення боргової безпеки держави необхідно якісно покращити системи судочинства щодо боргових правовідносин і нагляду за дотриманням чинного законодавства з цих питань;

– підвищити рівня боргової безпеки через спрямування запозичених коштів задля фінансування розвитку базових галузей економіки та інфраструктури, запровадження новітніх технологій з метою забезпечення майбутнього зростання доходів.

#### **Список літератури:**

1. Міністерство Фінансів України. Міністерство Фінансів України. URL: [https://mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovanij-derzhavju-borg\\_osn\\_inf](https://mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovanij-derzhavju-borg_osn_inf).

2. Державний борг України (2009 – 2021). URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/debtgov>.

3. Поливана М. А. Аналіз стану державного боргу України. *Publishing house Education and Science*. URL: [http://www.rusnauka.com/11\\_EISN\\_2010/Economics/61546.doc.htm](http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/61546.doc.htm).

**Годухін Г. І.**

студент,

Київський національний університет  
технологій та дизайну

**Науковий керівник:**

**Мельник А. О.**

завідувач кафедри економіки та  
сфери обслуговування,

д-р екон. наук, професор

Київський національний університет  
технологій та дизайну

### **DIGITAL-АУДИТ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ВИХОДУ УКРАЇНИ З COVID-РЕЦЕСІЇ**

Стрімке розповсюдження коронавірусу змусило багато бізнесменів змінити пріоритети. Навіть компанії, які традиційно надавали послуги в режимі офлайн, намагались адаптувати свої послуги під нові реалії. Незважаючи на негативний вплив пандемії на світову економіку, вона значно пришвидшила розвиток діджиталізації.

У зв'язку з цифровою трансформацією компаній виникає потреба в удосконаленні функцій аудиторів. Великі обсяги інформації необхідно ефективно використовувати для здійснення високоякісного аудиту. Миттєвий доступ до всієї необхідної інформації дозволить фахівцям швидше виявляти ризики та генерувати бізнес-рішення.

Згідно з дослідженням «Глобальне вивчення COVID-19: вплив на бізнес та протидія», яке було проведене Асоціацією присяжних сертифікованих бухгалтерів (ACCA), пандемія COVID-19 значно вплинула на аудит. [5]

Опитування представників аудиторських фірм щодо того, як позначилася пандемія на їхній щоденній роботі, виявило, що для багатьох аудиторських фірм пандемія значно ускладнила роботу з клієнтами.

Більше половини (53%) респондентів відповіли, що відчувають тиск, обслуговуючи клієнтів, а понад третина (36%) – що не в змозі дотримуватися термінів подання звітності, що було дозволено багатьма країнами, де термін подання звітності був пролонгований відповідно до ситуації, що склалася.

В умовах масової пандемії коронавірусу безліч суб'єктів господарювання стикнулися з питаннями організації подальшої діяльності, адже частина з них вже мусила подавати фінансову звітність. Під впливом обмежень, викликаних необхідністю самоізоляції, суб'єкти господарювання іще на самому початку карантину стикнулися із труднощами в підготовці звітності, а отже і у проведенні аудиту. Оскільки дані обмеження вплинули не тільки на можливість проведення зустрічей та переїзди, а і на безпосередню здатність аудиторів збирати необхідну кількість доказів, які були б достатніми для надання аудиторського висновку, виникла пряма необхідність у аудиторів розглянути альтернативні підходи до проведення аудиту [4].

Аудиторам необхідно враховувати вплив COVID-19 на наступні фактори:

1. Збір достатніх, відповідних аудиторських доказів. При цьому аудиторів повинні визнавати, що в умовах пандемії неможливо проводити типові аудиторські процедури у звичайному режимі, тому методи збору доказів потребуватимуть коригування або ж і тотальних змін. Можлива також необхідність розроблення альтернативних процедур.

2. У разі, якщо проводиться аудит групи компаній, необхідно звернути увагу на те, як планується проводитися аудит окремих підрозділів у межах цієї групи.

3. Значної уваги при проведенні аудиту потребуватиме здатність аудитора надати раціональну і обґрунтовану оцінку стосовно безперервності діяльності та відсутності необхідності чи передумов до ліквідації компанії, що перевіряється.

Варто зазначити, що і підприємствам, що перевіряються, у свою чергу вигідніше співпрацювати із аудитором та оперативно надавати достовірну інформацію, щоб аудитор міг переконатися, що рівень розкриття інформації під час пандемії не відрізняється від рівня розкриття, який би аудитор очікували побачити у фінансовій звітності за нормальних умов функціонування підприємства. Таким чином, у аудиторів з'явиться реальна можливість повідомити про існуючий ризик для бізнесу, галузі або конкретно для підприємства.

В Україні в 2019 році було створено Міністерство цифрової трансформації України, яке формує цифрову політику, та відповідний комітет у Верховній Раді, який підтримує її на законодавчому рівні.

Радою з міжнародних стандартів аудиту та підтвердження достовірності звітності (IAASB), було розроблено стратегію на 2020-2023 рр. з урахуванням активного розвитку технологій. Основні завдання на цей період включають:

- вдосконалення внутрішніх процесів роботи аудиторів за рахунок впровадження новітніх технологій;
- правильний розподіл ресурсів;
- відповідність зростанню потреб ключових стейкхолдерів.

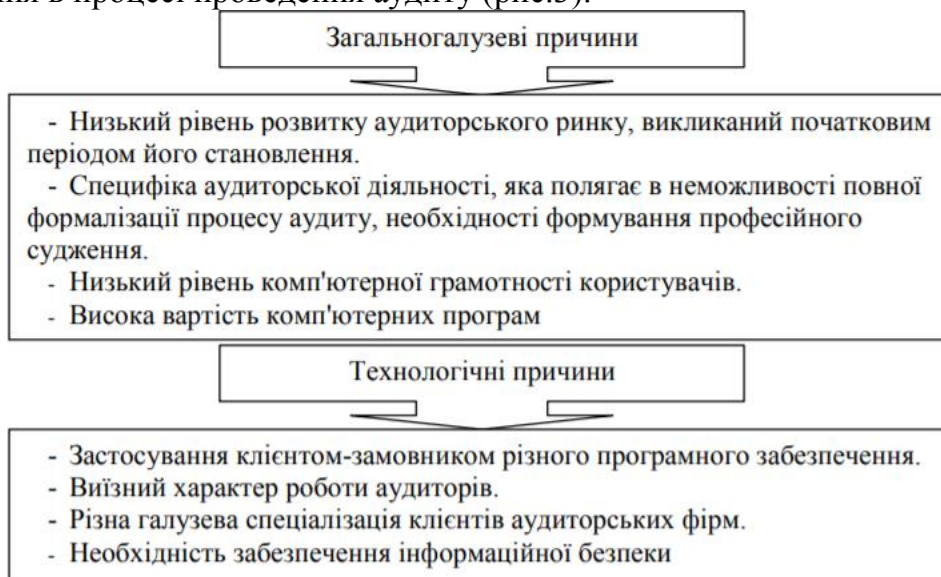
16 січня в Україні було прийнято зміни до ПКУ, які стали великим кроком для країни в процесі виконання Плану BEPS. Але Організація економічного співробітництва та розвитку підготувала пакет нових рекомендацій, умовно названих «План BEPS 2.0». Його завданням є здійснення заходів для вирішення податкових викликів, спричинених глобальною цифровізацією. Складається цей план з двох частин.

Перша частина визнає, як можна модифікувати діючі правила міжнародного оподаткування з урахуванням діджиталізації світової економіки і змін, які вона спричинить. У другій частині розглядаються інші питання, які залишилися відкритими. Зокрема, це необхідність позбавити транснаціональні корпорації можливості виводити прибуток в низько податкові юрисдикції.

В умовах карантину, враховуючи існуючі обмеження в пересуванні та фактичному доступі до підприємств, для отримання аудиторських доказів використовуються альтернативні процедури. Застосовують дистанційну фото- та відеофіксацію процесу інвентаризації, онлайн комунікації з персоналом клієнта через захищені канали зв'язку.

Однак, застосування автоматизованих програм при аудиті ускладнене певними чинниками. Серед них можна виділити те, що на підприємствах-клієнтах використовується різне програмне забезпечення, що не дозволяє в повній мірі виконувати автоматизовані аудиторські процедури. Отже, головною вимогою до аудиторських програм є їх гнучкість, тобто здатність підлаштовуватися до особливостей ведення обліку на конкретному підприємстві.

Можна виділити певні причини, які заважають впровадженню програмного забезпечення в процесі проведення аудиту (рис.3).



**Рис. 3. Фактори, що перешкоджають автоматизації аудиту**

*Джерело: [2]*

До основних перспектив розвитку програм з автоматизації аудиторської перевірки слід віднести:

- інтеграція з системою бухгалтерського обліку та програмного забезпечення ведення обліку;
- створення концепції та деталізованої інструкції з налаштування користувачами алгоритмів формування звітності на основі імпортованих даних бухгалтерського обліку підприємства;
- вбудовування і регулярне відновлення методології аудиту в частині робочих документів аудитора, бази потенційних (типових) порушень та викривлень;
- вбудовування можливості опису бізнес-процесів клієнта;
- розрахунок основних показників на основі звітних даних [3].



Отже, можна зробити висновок, що використання інформаційних технологій є актуальним і важливим питанням для успішної роботи аудитора, особливо в умовах пандемії. Діджиталізація аудиту – новий рівень в аудиторській сфері, який досить швидко розвивається і стрімко поширюється на підприємствах, особливо на тих, які використовують автоматизований спосіб обліку.

Програмне забезпечення, яке наразі використовується аудиторами, потребує вдосконалення у відповідності з вимогами, які висуваються сучасним світом. В найближчому майбутньому діджиталізація стане актуальною для всіх аудиторських фірм, які намагаються отримати конкурентні переваги та зайняти місце на ринку аудиторських послуг.

### **Список літератури**

1. Богданова Є. А., Кузнецов А. В., Макарова Л. М. Порівняльний аналіз функціональних і технічних можливостей вітчизняних програм з автоматизації аудиторської діяльності. *Системне управління: електронне наукове видання*. 2010. № 1 (7). С. 1 – 17.

2. Кудирко О. М. Комп'ютеризація аудиту в Україні: актуальні проблеми та реальні перспективи: наукова стаття. *Економіка та держава*. 2018. № 9.

3. Пчелянська Г. Б. Аудит в умовах використання комп'ютерних систем / Науковометодичні аспекти обліково-аналітичної системи підприємства: [монографія] / [В. В. Немченко, Ф. А. Трішин, Л. В. Іванченкова, Н. М. Купріна, Г. О. Ткачук та ін.] ; за заг. ред. д. е. н., проф. В.В. Немченко. Одеса: Фенікс, 2016. С. 271 – 280.

4. Аудит і коронавірус: FRC рекомендує розробити альтернативні аудиторські процедури для збору доказів. URL: <https://yur-gazeta.com/golovna/audit-i-koronavirus-frc-rekomendue-rozrobiti-alternativni-auditorski-proceduri-dlya-zboru-dokaziv.html>.

5. Дослідження Асоціації присяжних сертифікованих бухгалтерів (ACCA). URL: <https://www.accaglobal.com/gb/en/news/2020/april/ACCA-Covid-19-Research-Audit.html>.

6. EY Canvas. URL: [https://www.ey.com/en\\_gl/audit/technology/canvas](https://www.ey.com/en_gl/audit/technology/canvas).

**УДК 336.143**

**Паша Л. Г.**

аспірант кафедри фінансів та обліку,  
Донецький державний університет управління

## **БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ**

Соціально-економічний розвиток суспільства на даному етапі вимагає використання бюджетної системи як дійового інструменту впливу на економічне зростання, вирішення низки соціальних проблем. Розробка і реалізація бюджетної політики має спиратися на науково обґрунтовані положення та результати проведених досліджень з питань фінансово-бюджетних відносин, що безперечно посилять збалансованість державних фінансів та створить необхідні умови для підвищення рівня керованості економічними процесами в Україні. Нині розвитку фінансів необхідне переосмислення сутності бюджетної системи у процесі регулювання економіки, підвищення теоретико-методологічного рівня бюджетної

політики та, враховуючи вітчизняний і зарубіжний досвід, розробка на основі виявлених особливостей бюджетного процесу нової парадигми системи бюджетного регулювання, з одного боку, як інструменту впливу, з другого – як об'єкта регулювання економічного розвитку. Від якості та своєчасності прийняття рішень щодо управління державними фінансами залежить збалансованість бюджетної системи та результативність бюджетного регулювання.

Тому одним з основних завдань України в контексті євроінтеграції є формування оптимального складу та структури державних видатків у бюджетній політиці. Бюджет залишається найважливішим фінансовим інструментом держави, за допомогою якого можна систематично мобілізувати і розподіляти фінансові потоки залежно від конкретних стратегічних і тактичних цілей розвитку суспільства.

Основним компонентом єдиної фінансової політики є фіскальна політика, яка тісно пов'язана з фіскальною, монетарною, обмінною, інвестиційною та борговою політикою. І саме бюджетна політика відіграє провідну роль у забезпеченні економічної та соціальної стабільності в процесі формування та реалізації інтересів різних суб'єктів господарювання та різних політичних партій.

Основними напрямками середньострокової фіскальної політики є:

- гарантувати збалансовану бюджетну систему;
- знизити залежність пенсійної системи від державного бюджету;
- створити умови для надання якісних державних послуг та підвищити податкову ефективність податкової системи;
- поліпшити міжбюджетні відносини, забезпечити прозорість і відкритість бюджетного процесу, зміцнити взаємозв'язок між бюджетним регулюванням і циклічним характером економічного розвитку;
- вдосконалення програмно-цільового методу бюджетного планування, розробка довгострокових бюджетних стратегій, взаємопов'язаних із завданнями соціально-економічного розвитку суспільства, що сприятиме підвищенню керованості національної економіки.

За таких обставин будуть створені умови для того, щоб держава могла виконувати свої функції, підтримуючи фінансову стабільність в країні і, таким чином, можна домогтися економічного зростання. Підвищення якості фіскальної політики з урахуванням міжнародного досвіду сприятиме ефективній інституційній трансформації соціального розвитку [1].

Бюджетна політика як інструмент державного регулювання економіки забезпечує реалізацію функцій, покладених державою на суспільство:

- забезпечення соціального захисту населення та підтримка соціальної сфери;
- розвиток пріоритетних галузей економіки;
- безпека, Національна оборона;
- підтримувати державний апарат для правильного виконання його завдань, підтримувати міжнародні відносини.

Слід зазначити, що вибір напрямку фіскальної політики має ґрунтуватися на стратегічних напрямках державної політики – створенні економічних умов для інноваційного розвитку. Для цього фіскальна політика повинна перетворити державний бюджет на механізм сприяння інноваційному розвитку та економічному зростанню, раціональній структурній перебудові економіки. Зростання і розвиток народного господарства, виділення коштів для досягнення стратегічних і тактичних цілей і завдань розвитку суспільства можливе з використанням прогресивних методів фіскальної політики.

Бюджетна політики є дієвим інструментом впливу на рівень розвитку економічної системи та повинні підтримувати фінансові стимули активної економічної діяльності. Бюджетне регулювання впливає як одночасно, так і з лагами у часі на темпи соціально-економічного розвитку, а також на стійкість і збалансованість фінансової системи. Основним завданням бюджетної політики є забезпечення виконання завдань соціально-економічного розвитку держави та адміністративно-територіальних одиниць, однак водночас важливою є підтримка передусім запасу стійкості бюджетної системи. З метою розробки і реалізації збалансованого бюджетного регулювання протягом певного періоду бюджетна політика має визначатися виходячи з циклічності економічного розвитку, а також зі стану державних фінансів і запасу стійкості бюджетної системи, суттєве зменшення якого може призвести до ускладнень у проведенні ефективного бюджетного регулювання щодо позитивного впливу на економічне зростання. Інституційний підхід передбачає розгляд бюджетного регулювання як динамічної системи, що постійно вдосконалюється та адаптується до основних завдань соціально-економічного розвитку [2].

З метою посилення впливу бюджетної системи на соціально-економічний розвиток суспільства необхідно здійснювати заходи, спрямовані на підвищення рівня збалансованості і прозорості бюджету, ефективності витрачання бюджетних коштів, удосконалення міжбюджетних відносин, забезпечення якісного виконання бюджетів усіх рівнів, здійснення дієвого фінансового контролю. Взагалі необхідним є не тільки розробка прогнозних бюджетних показників на середньострокову перспективу але й визначення довгострокової бюджетної стратегії з урахуванням циклічності економічного розвитку, що підвищить керованість бюджетного процесу.

Від вираженості та своєчасності прийняття зазначених рішень залежить рівень ефективності бюджетної політики та функціонування бюджетної системи загалом. Державне регулювання економічної та соціальної політики реалізується за допомогою бюджетного механізму, який включає як з одного боку процес перерозподілу вартості валового внутрішнього продукту, так і вплив на соціально-економічний розвиток держави та адміністративно-територіальних одиниць. Перспективне прогнозування доходів і видатків бюджету є одним із вагомих елементів державного регулювання сталого розвитку та забезпечення економічного зростання. Одним з основних завдань бюджетного регулювання є забезпечення виконання завдань соціально-економічного розвитку держави та адміністративно-територіальних одиниць, однак при цьому важливою є підтримка запасу стійкості бюджетної системи у необхідних межах. Слід зазначити, що бюджетна система є потужним інструментом впливу на економічне зростання, разом з цим вона з лагом у часі виступає як об'єкт впливу з огляду на макроекономічне становище країни, тому важливим є визначення ступеня взаємовпливу з лагами у часі бюджетної системи і соціально-економічного розвитку країни [3].

Вагомим чинником ефективної бюджетної політики є якість інституційного середовища, зміна якого відбувається у тому числі під впливом розвитку інформаційного потенціалу економіки. Розвиток суспільства зумовлює необхідність відповідних інституційних змін у взаємовідносинах між учасниками бюджетного процесу та підвищення ефективності бюджетної системи як вагомому інструменту державного регулювання економіки. Бюджетна політика має створювати інституційні умови функціонування бюджетного механізму з метою дієвого впливу на економічне зростання, всебічний розвиток суспільства, підвищення добробуту населення. Інституційна структура бюджетної системи як важлива складова

державного регулювання є ефективним інструментом соціально-економічного розвитку країни. Бюджет є дієвим адаптивним інструментом впливу на динаміку соціально-економічних процесів, що виконує відтворювальну, регулюючу, стимулюючу, соціальну функції, які визначають його економічну сутність та призначення. Від виваженості та своєчасності прийняття рішень у сфері бюджетних відносин залежить реалізація структурних перетворень економіки, макроекономічна стабільність у країні.

#### **Список літератури**

1. Музыка А. Трансформация подходов к определению бюджета. *Право Украины*. 2002. № 2. С. 42 – 47.

2. Бюджетно-податкова політика у системі регулювання економіки: монографія / І.Я. Чугунов, Т.В. Канєва, М.Д. Пасічний та ін.; за заг. ред. І. Я. Чугунова. К.: Глобус-Пресс, 2018. 354 с.

3. Державне фінансове регулювання економічних перетворень: монографія / І. Я. Чугунов, Т. В. Канєва та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2015. 376 с.

**Мазурець А. В.**

магістр, студент економічної кафедри,  
Донецький національний університет ім. Василя Стуса

### **ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ**

Сьогодні державний фінансовий контроль є обов'язковою умовою успішного функціонування фінансової системи будь-якої держави, головною функцією її управління. Рівень економічного і соціального розвитку держави, поліпшення якості роботи в усіх галузях суспільного життя залежить саме від організації та форм вияву державного контролю. Однією з форм державного контролю є державний аудит.

У відповідності до Господарського Кодексу України, державний фінансовий аудит визначається як різновид державного фінансового контролю і полягає у перевірці та аналізі фактичного стану справ щодо законного та ефективного використання державних чи комунальних коштів і майна, інших активів держави, правильності ведення бухгалтерського обліку і достовірності фінансової звітності, функціонування системи внутрішнього контролю [1].

Для підвищення ефективності урядового контролю, розвитку та посилення функції аудиту, підвищення його дієвості як інструменту уряду з метою попередження порушень, усунення виявлених порушень і недопущення їх надалі, оцінки ефективного, законного, цільового, раціонального, результативного використання та збереження державних фінансових ресурсів, необоротних та інших активів, досягнення економії бюджетних коштів у 2015 р. розпочато реформування діяльності органів державного фінансового контролю шляхом реорганізації в Держаудитслужбу (рис. 1).

Упродовж січня – серпня 2021 року завершено близько 7,7 тис. заходів державного фінансового контролю (у тому числі майже 1,2 тис. ревізій та перевірок, понад 6,4 тис. моніторинрів закупівель, 100 державних фінансових аудитів) на підприємствах, в установах та організаціях різних форм власності. При цьому виконано 620 доручень Офісу Президента України, Кабінету Міністрів України,

Верховної Ради України (у тому числі депутатські запити) та інших центральних органів виконавчої влади. За результатами завершених заходів державного фінансового контролю (ревізій та перевірок) на 828 підприємствах, в установах і організаціях всіх форм власності виявлено фінансових порушень, що призвели до втрат фінансових та матеріальних ресурсів (недоотриманих доходів, незаконних, нецільових витрат та недостач), на загальну суму понад 10,9 млрд гривень.

Зокрема, бюджетами усіх рівнів, бюджетними установами і організаціями, державними і комунальними підприємствами втрачено можливість отримати належні їм доходи на суму понад 5,0 млрд грн (з них бюджетами – більш як 3,3 млрд грн), що становить 46% від загальної суми порушень, пов'язаних із використанням державних і комунальних ресурсів. Питома вага зазначених порушень наведена на рис 2.

Державна аудиторська служба України

Мета

- Здійснення державного фінансового контролю за використанням і збереженням державних фінансових ресурсів, оборотних та необоротних активів, правильністю визначення потреби в бюджетних коштах та взяттям зобов'язань, ефективним використанням коштів і майні, станом і достовірністю бухгалтерського обліку і фінансової звітності у міністерствах та інших органах виконавчої влади, державних фондах, фондах загальнообов'язкового державного соціального страхування, бюджетних установах і суб'єктах господарювання державного сектору економіки, а також на підприємствах, в установах та організаціях, які отримують (отримували у періоді, який перевіряється) державне чи комунальне майно, за дотриманням бюджетного законодавства, дотриманням законодавства про державні закупівлі, діяльністю суб'єктів господарської діяльності незалежно від форми власності, які не віднесені законодавством до підконтрольних установ

Форми проведення

- державний фінансовий аудит
- інспектування
- перевірка державних закупівель
- моніторинг закупівлі

Методи проведення

- Ревізія проводиться шляхом документальної та фактичної перевірки (інвентаризація, обстеження та контрольний обмір виконаних робіт, організація контрольних запусків у виробництво, контрольний аналіз готової продукції та інші аналогічні дії за участю відповідних спеціалістів органу державного фінансового контролю або інших органів, підприємств, установ та організацій

Результати проведення

- Акт

**Рис. 1. Характеристика Державної аудиторської служби України**  
*Джерело: [2]*

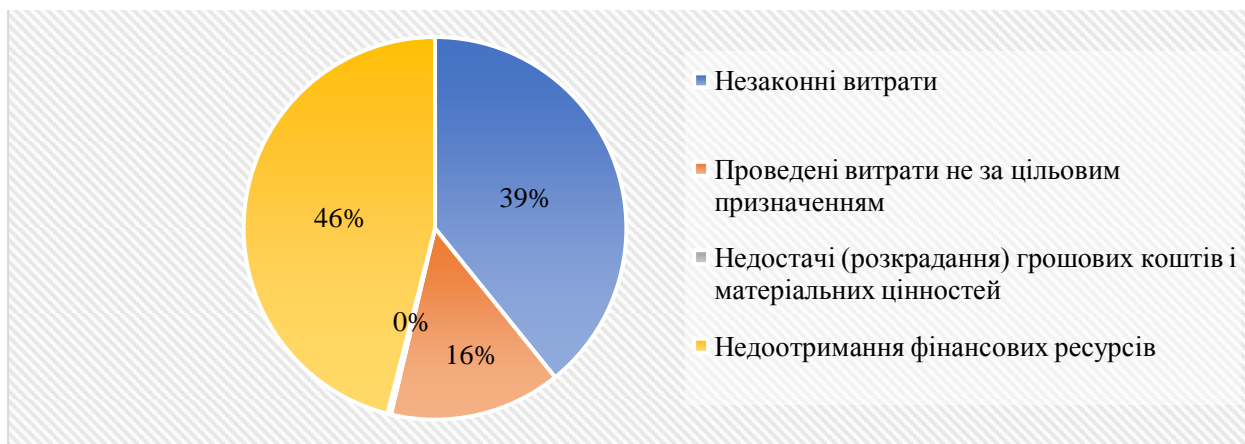


Рис. 2. Питома вага зазначених порушень

Джерело: [3]

Із року в рік найбільш поширеними порушеннями фінансово-бюджетної дисципліни в державі залишаються [3]:

– порушення вимог Бюджетного кодексу в частині нецільового використання бюджетних коштів, взяття до сплати зобов'язань понад затвержені асигнування, відволікання бюджетних коштів у довготривалу дебіторську заборгованість;

– зайве витрачання бюджетних коштів унаслідок оплати завищених обсягів та вартості виконаних робіт і наданих послуг;

– витрачання бюджетних коштів на придбання меблів, обладнання, автотранспорту та інших матеріальних цінностей із перевищенням граничних нормативів, а також на утримання автотранспорту понад встановлені ліміти;

– незаконна передача державного та комунального майна суб'єктам недержавної форми власності;

– незастосування обов'язкових процедур державних закупівель;

– зниження вартості активів унаслідок непроведення індексацій, а також у результаті неоприбуткування придбаного майна та залишків товарно-матеріальних цінностей.

Розвиток ринкових відносин в Україні потребує реорганізації системи контролю, а саме зміни його ідеології та мети, яка полягає не у тому, щоб знайти після закінчення бюджетного періоду якнайбільше порушень, коли збитки важко або і в загальному неможливо відшкодувати, а допомогти розпорядникам бюджетних коштів попередити їх або хоча б мінімізувати наслідки уже вчинених порушень. Тобто, сьогодні виникає необхідність запровадження у бюджетній сфері нової менш фіскальної, але більш оперативної та партнерської форми контролю – державного фінансового аудиту.

Вдосконалення процесів стандартизації процедур проведення державного фінансового аудиту існуючих та впровадження нових його видів і форм (а саме: аудиту бюджетних програм, аудиту місцевих бюджетів, аудиту державних (регіональних) цільових програм, аудиту інвестиційних проектів, аудиту фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування) є тими необхідними заходами, що формують цілісну та результативну систему вітчизняного державного фінансового контролю. Для досягнення намічених цілей важливим є також поглиблення співробітництва з міжнародними організаціями та державними органами інших розвинених країн в сфері контролю державних фінансів.

#### Список літератури

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо запобігання фінансовим правопорушенням, забезпечення ефективного використання бюджетних коштів, державного і комунального майна: Закон України від 01.10.2018. № 3202-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3202-15#Text>.

2. Порядок проведення органами державної контрольно-ревізійної служби державного фінансового аудиту діяльності суб'єктів господарювання: НПА від 25 березня 2006р. № 361. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/32508704>.

3. Державна аудиторська служба України: Про стан фінансово-бюджетної дисципліни при використанні бюджетних коштів, державного і комунального майна URL: <https://dasu.gov.ua/ua/plugins/userPages/730>.

**Комаров А. С.**

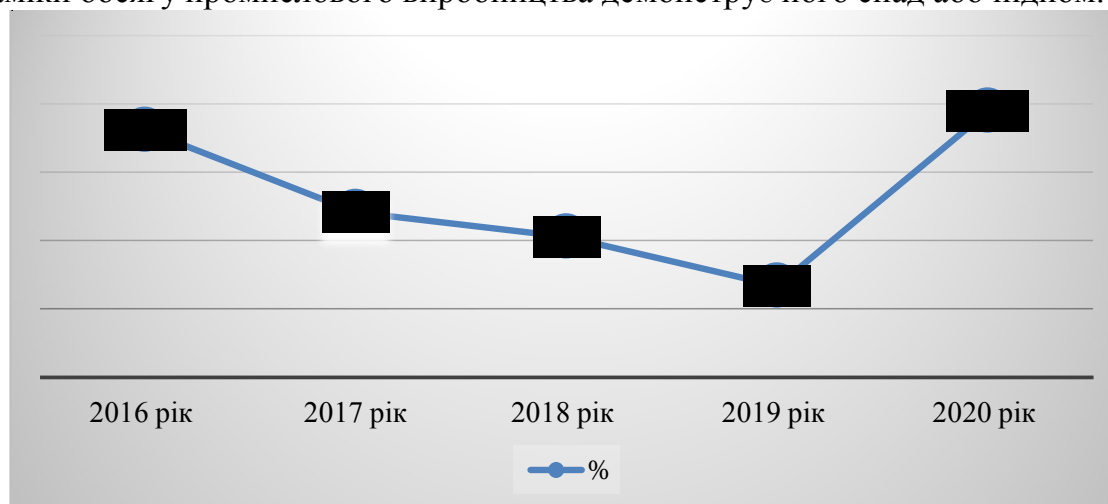
аспірант кафедри обліку та аудит  
Приазовський державний технічний університет

### СУЧАСНИЙ СТАН ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ І ЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ЇЇ РОЗВИТКУ

Протягом останнього часу склад української економіки зазнав суттєвих змін. Незважаючи на конкурентні переваги української промисловості від початку її становлення, а саме завдяки наявності потужної розвиненої сировинної бази, стратегічно важливих у виробництві природних ресурсів, це не допомогло врятувати галузь від сучасних викликів. Регулярне зменшення обсягів виробництва в більшості сфер промисловості, падіння попиту на продукцію та низька конкурентно-спроможність зумовила певні ключові зміни у галузі [1, с. 6]. Згідно даних МВФ спад промисловості набуває тривожного характеру.

Даній проблемі в функціонуванні галузі присвячені роботи багатьох вітчизняних науковців: В. П. Вишневського, Н. П. Гончарової, М. Г. Білопольського, Н. Л. Любченко, В. Мазур. Значну увагу у своїх працях вони приділяли інвестуванню як важелю для розвитку промислової галузі [2, с. 5].

Розглянемо сучасний стан промисловості. Для кращої наочності побудуємо графік, заснований на індексі промислового виробництва. Він як відносний показник динаміки обсягу промислового виробництва демонструє його спад або підйом.



**Рис. 1. Індеси промислового виробництва за 2016 – 2020 роки**

Джерело: [6]

Побудувавши графік, наочно видно певні зміни в індексах промислового виробництва. За період 2016 – 2019 роки іде спад з 103,1% до 91,7% на 11,4%. Але якщо порівнювати 2019 та 2020 роки, іде зростання на 12,8%. Отже, з побачених цифр видно, що стан дещо вдалось вирівняти через збільшення інвестицій. Незважаючи на певне зростання, знос основних засобів промисловості подекуди досягає 69,4% на 2020 рік.

Вчені вважають, що основними факторами, які стримують промислове виробництво, є :

- недостатній попит;
- нестача робочої сили;
- нестача сировини, матеріалів або застаріле устаткування;
- фінансові обмеження [5].

У промисловості існують проблеми, зумовлені низьким рівнем переробки вторинної сировини, високою ресурсозатратністю виробництва, застарілими консервативними технологіями, недостатнім асортиментом продукції – як наслідок низька конкурентоспроможність та низький попит.

Для поліпшення ситуації у галузі, та покращення конкурентоспроможності – найкращий спосіб – залучення інвестицій для модернізації виробництва. Це дозволяє модернізувати технологічні процеси, сприяє розвитку підприємств без збільшення боргових зобов'язань.

Щоб розв'язати поставлені задачі необхідно розробити інвестиційна направленість, що представляє собою процес вкладення інвестицій, а саме- грошових коштів, матеріальних ресурсів, інтелектуальних ресурсів у різні сфери галузі з метою отримання прибутку в подальшому [3, с. 5].

За умов постійних інвестицій, відновлення зростання промисловості в Україні вимагає побудови нової моделі економічного розвитку, заснованої на мобілізації та ефективному спрямуванні значних інвестиційних ресурсів у розбудову промислового комплексу, який має стати рушійною силою економічного зростання в Україні [4, с. 3].

#### **Список літератури**

1. Амоша О., Вишневський В., Збаразька Л. Промислова політика України: концептуальні орієнтири на середньо-строкову перспективу. *Економіка України*. 2009. № 11. С. 4 – 14.
2. Білопольский Н. Г., Малигіна В. Д., Цибульська Л. А. Забезпечення ефективності управління промисловості підприємствами України в умовах реформування економіки: монографія. Донецьк: Дон-НУЕТ, 2008. 188 с.
3. Крупка Я. Д. Облік інвестицій: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2011. 302 с.
4. Мезенцева О. О. Міжнародна інвестиційна діяльність як чинник підвищення конкурентоспроможності металургійних підприємств. *Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка»*. Вип. 4. Суми: СумДУ, 2011. С. 79 – 88.
5. Державна служба статистики. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення 05.10.2021).
6. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/industrial/2020/> (дата звернення 05.10.2021).



**НАУКОВЕ ВИДАННЯ**

**СУЧАСНИЙ СТАН ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ,  
ФІНАНСІВ І ПРАВА ТА ЇХ ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ**

**Збірник тез доповідей Міжнародної  
науково-практичної конференції  
частина 1  
(5 жовтня 2021 р.)**

Українською та російською мовами

Відповідальний за випуск: Загородний І. Д.

Технічний редактор: Нестеренко В. О.

Художній редактор: Михайленко К. В.

Коректор: Остаповець Н. М.

Дизайнери й верстальники: Артеменко А. А, Григоренко Л. О.

Підписано до друку 04.10.2021 р. Формат 60x90/16

Папір офсетний. Друк – ризографія. Умовн. друк. арк. 4,3

Гарнітура Times New Roman.

Наклад 500 примірників. Зам. № 13195

Надруковано у ФОП Сидоренко А. В.

Свідоцтво про державну реєстрацію серія В01 № 710364 від 07.01.2007 р.

36000, м. Полтава, вул. Дмитра Коряка, 3

**Всі права захищені.**

**Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.**

**Редакційна колегія може не поділяти думок авторів.**



Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

