

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ
«ЛЬВІВСЬКА ЕКОНОМІЧНА ФУНДАЦІЯ»

ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ЛЬВОВСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ФУНДАЦИЯ»

Актуальні питання економіки в контексті глобальних викликів

Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної конференції
(Львів, 29 січня 2022 року)

Актуальные вопросы экономики в контексте глобальных вызовов

Материалы
Всеукраинской научно-практической конференции
(Львов, 29 января 2022 года)

Львів
2022

УДК 330(063)
А 43

Актуальні питання економіки в контексті глобальних викликів:
Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (Львів, 29 січня 2022 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – Львів: ЛЕФ, 2022. – 100 с.

Актуальные вопросы экономики в контексте глобальных вызовов:
Материалы всеукраинской научно-практической конференции (Львов, 29 января 2022 года) / ОО «Львовская экономическая фундация». – Львов: ЛЭФ, 2022. – 100 с.

УДК 330(063)
А 43

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

© Колектив авторів, 2022
© Львівська економічна фундація, 2022

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Видобора В. В.

ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ РИНКУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОГО
ЗРОСТАННЯ З ТОЧКИ ЗОРУ ВІДТВОРЮВАЛЬНОГО ПІДХОДУ 5

СЕКЦІЯ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Горбачова І. В.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ 8

Кицюк І. В.

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ 12

Роговська-Іщук І. В.

ФОРМУВАННЯ НОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО
РИНКУ АЛМАЗІВ ТА ДІАМАНТІВ ПІД ВПЛИВОМ ПАНДЕМІЇ 14

СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Свідерська С. Є.

СВІТОВИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК
ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ:
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 20

Франко Л. С.

ЕКО-ІННОВАЦІЇ ЯК ВАЖЛИВА ДЕТЕРМІНАНТА
ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ 22

СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Горбаньова В. О.

ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
У ЛОГІСТИЧНІ ПРОЦЕСИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ 27

Дяченко К. Г.

РОЗРОБКА БІЗНЕС ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ЗАКОРДОНОГО
ПРЕДСТАВНИЦТВА ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА 31

Кот Ю. А.

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ЯК ФАКТОР
УСПІШНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 36

Kukhta Pavlo, Popovych Nelik

TAKING INTO ACCOUNT OF THE INFLUENCE OF EXTERNAL
FACTORS ON THE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE 40

Титикало В. С.

ПРОСТОРОВЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ
ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА 44

Трифонов І. Д.

УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА З
МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ... 47

СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Кошова Л. М., Вальковська А. П. МАРКЕТИНГОВЕ ДИВЕРСИФІКУВАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ ПРИ ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: УМОВИ ЗЕЛЕНОГО РИНКУ	52
---	----

СЕКЦІЯ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Бессонова А. В. АКТУАЛЬНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	57
Надточій А. О., Волкова А. А. ЄДИНИЙ СОЦІАЛЬНИЙ ВНЕСОК: ПОШУК ШЛЯХІВ ДЕТІНІЗАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ.....	60
Перепелиця В. В. ІННОВАЦІЇ У СОЦІАЛЬНІЙ РОБОТІ З ВРАЗЛИВИМИ ГРУПАМИ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ	65
Черба В. М., Коврига А. В. ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «СОЦІАЛЬНА РОБОТА»: ПРОБЛЕМИ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ	69

СЕКЦІЯ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Лункіна Т. І., Бурковська А. В. ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ: ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД.....	74
Яструбецька Л. С. ОЗНАКИ ВИЯВЛЕННЯ РЕЙДЕРСЬКОГО ЗАХОПЛЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	77

СЕКЦІЯ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Гевчук А. В. ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТИТУТУ АГРАРНИХ РОЗПИСОК ЯК ФОРМИ РЕГУЛЮВАННЯ ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН БІЗНЕС ОДИНИЦЬ	80
Круглик В. О., Артюх О. В. МІНІМІЗАЦІЯ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ ЯК ОДНА ІЗ ГОЛОВНИХ ПРОБЛЕМ ОПОДАТКУВАННЯ.....	85
Саволюк А. М. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ЄДИНИМ ПОДАТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ	87
Шанюк О. М. АНАЛІЗ ВИТРАТ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ПРИКАРПАТТЯ.....	92

СЕКЦІЯ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Легошина О. Л., Черніков В. П. ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА: ПОНЯТТЯ, ЗМІСТ ТА СУТНІСТЬ.....	96
---	----

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Видобора В. В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри загальної економічної теорії
та економічної політики*

*Одеського національного економічного університету
м. Одеса, Україна*

ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ РИНКУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ З ТОЧКИ ЗОРУ ВІДТВОРЮВАЛЬНОГО ПІДХОДУ

Економічне зростання у світовому масштабі є перманентним процесом, що тісно пов'язаний із проблемою економічної диспропорційності, оскільки у ході еволюції суспільства одні країни демонструють стрімкий економічний ріст, тоді як інші характеризуються стійким відставанням в економічному рості та поглибленням залежності від розвинених країн, що часто пов'язано неефективною політикою відтворення капіталу та індустріального розвитку. Відповідно, важливим є аналіз цих проблем з точки зору аналізу спадщини політичної економії на основі відтворювального підходу, суть якого полягає у тому, щоб пояснити процеси виробництва й обігу як цикл виробництва й реалізації суспільного продукту як передумов для подальшого поновлення виробництва – відтворення.

Такий підхід дає відповіді на питання: які пропорції повинні складатися та підтримуватися в економіці, щоб потоку всіх вироблених суспільством товарів відповідав зустрічний потік доходів. З точки зору капіталу мова йде про відповідність обсягу і структури засобів праці, пропонованих до продажу, з обсягом і структурою попиту на них [1, с. 8].

Питання збереження ринкової збалансованості та забезпечення на цій основі економічного зростання з позиції відтворювального підходу досліджували як іноземні, так і вітчизні економісти: Л. Жданова, Ф. Кене, В. Ленин, Р. Люксембург, В. Мільютін,

К. Маркс, Е. Райнерт, Дж. Робінсон, А. Сміт, С. Сімонді, М. Туган-Барановський, А. Франк та інші.

Систематизуючи головні ідеї економістів (від класиків економічної думки до сучасних дослідників) щодо пояснення причин макроекономічної диспропорційності, спричинених невідповідністю обсягів суспільного виробництва та споживання, можемо зробити узагальнень щодо основних положень застосування відтворювального підходу у дослідженні проблеми незбалансованості ринку:

– відтворювальний підхід як циклічна методологія (Ф. Кене, А. Сміт), що ґрунтується на аналізі кругообігу суспільного виробництва, що включає різні підрозділи власне виробництва та реалізації суспільного продукту. При цьому фокус лежить на формуванні умов, необхідних для відновлення процесу виробництва знову. Крізь цю призму формулюються економічні закони простого відтворення.

– відтворювальний підхід як основа аналізу ланцюга «виробництво – розподіл – обмін – споживання». В даному випадку в якості предмета дослідження виявляються окремі фази (або стадії) відтворювального процесу (С. Сімонді, К. Маркс, Ф. Енгельс, В.І. Ленін, М.І. Туган-Барановський, Р. Люксембург та ін.). При цьому, з одного боку, підкреслюється початкове значення стадії виробництва, яка розглядається як початок усього ходу економічного процесу.

З другого боку, наголошується на тому, що в якості кінцевої мети відтворення виступає споживання. У чистому вигляді відтворювальний цикл показується на прикладі матеріального виробництва, коли капітальна вартість прокочується в порядку самозростання від виробництва до споживання. Це передбачає аналіз стосунків, що складаються між людьми з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріального продукту.

– відтворювальний підхід, в центрі якого теорія реалізації, і підхід «виробничого ланцюга» (Л.Л. Жданова, Е. Райнерт, А. Франк) зводяться до того, що в їх основі лежить рух вартості суспільного продукту. Якщо цей товарно-функціональний рух порушується виникають різні економічні диспропорції.

Таким чином, відтворювальний підхід в абстрактно-теоретичному відношенні причиною диспропорцій в економіці визначає різницю капіталу, вираженого у різних формах, та його соціально-економічну природу з урахуванням тенденції суспільно-економічного розвитку, зокрема змін у тенденціях створення та нагромадження капіталу, впливу ринкових сил та методів стимулювання сукупного попиту.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Жданова Л.Л. Відтворення і нагромадження капіталу: теорія, методологія, економічна політика. Одеса : Астропринт, 2014. 296 с.

СЕКЦІЯ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Горбачова І. В.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних
економічних відносин та європейської інтеграції
Поліського національного університету
м. Житомир, Україна*

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА МІГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

В даний час більшість країн світу переживає бурхливі процеси економічної, політичної, інформаційно-комунікаційної та культурної глобалізації, що проявляється, зокрема, у створенні та розширенні діяльності міжнародних економічних та політичних об'єднань та союзів, посилення ролі транснаціональних корпорацій, появи та розвитку глобальних інформаційних систем. Глобалізація, будучи одним з векторів суспільного розвитку, виступає основною тенденцією, яка визначає роль і моделі міграції в сучасному світі. Глобалізація обумовлює інтенсивний розвиток міграції в міжнародному масштабі, яка, у свою чергу, являється суттєвим фактором економічного, політичного, соціального, демографічного та культурного розвитку багатьох країн світу. Актуальність дослідження обумовлена наступними обставинами: глобалізація визначає складність і неоднозначність наслідків міграції. З одного боку, сучасна наука визнає ключовий вплив процесів глобалізації на корисність трудової міграції, з іншого боку, міграцію зараховують до однієї з найгостріших і складних проблем сучасності.

Метою дослідження є поглиблення теоретичних положень щодо впливу глобалізації на міграційні процеси та установлення тенденцій розвитку цього процесу.

Глобалізація є синонімом явища прискорення та перетворення. Протягом останніх років стрімкі зміни вплинули на політичний, економічний та соціальний розвиток. Перетворення спостерігається у значних технологічних змінах, медіареволюції, глобальній економічній інтеграції та масштабних змінах у виробничих системах та на ринках праці. Глобалізація стала визначальним фактором

відкриття кордонів. Економічна глобалізація заохочує до укладання угод про вільну торгівлю між країнами, стимулює розвиток транснаціональних корпорацій та прискорює вільний рух товарів по всьому світу. Усі ці швидкі збільшення транснаціонального потоку капіталу, торгівлі та технологій суттєво вплинули також на наслідки міжнародної міграції.

Досліджено, що глобальна економічна реструктуризація призвела не лише до кризи у менш розвинених економіках чи країнах, що розвиваються; це також стало фактором безробіття, зниження заробітної плати або невпевненості в роботі домінуючих ринкових економіках. Виявлено, що процес глобалізації посилив тиск конкуренції між окремими підприємствами та суттєво вплинув на стабільність та безпеку робочих місць.

Міграція – це не нове явище. Люди завжди залишали свої домівки в пошуках кращих економічних можливостей як на своїй батьківщині, так і за її межами. Але економічна глобалізація створила глобальні міграції, спричиняючи безпрецедентні масштаби «виривання» людей та їх переміщення. Оскільки економічна глобалізація посилює нерівність між державами, міграція для багатьох стає не вибором, а економічною необхідністю.

Встановлено, що міграція є глобальним процесом, практично не залишилося регіонів і країн, які не були б залучені в міграційні процеси. За підрахунками МОП, в даний час в світі 90-95 млн. іноземців є економічно активними, тобто працюють за наймом, є самозайнятими або іншим чином беруть участь в оплачуваній економічній діяльності. Це становить приблизно половину з 200 млн осіб, які проживають в даний час не в тих країнах, де вони народилися або громадянами яких є (оцінка 2019 року) [1]. Особи, що народилися за кордоном, становлять 10% робочої сили в країнах Західної Європи. У багатьох країнах Африки, Азії, Південної та Північної Америки спостерігаються аналогічні або навіть більш високі показники, а в країнах Перської затоки, наприклад, іноземні працівники становлять 50% і навіть 80% від загального числа зайнятих [1].

Виявлено, що в результаті дії економічних, демографічних і технологічних факторів зростаюча кількість робочих місць в розвинених країнах не може бути заповнена місцевими

працівниками. Насамперед це пов'язано з процесами старіння національної робочої сили та скороченням чисельності населення вцілому. Для прикладу, Латвія, Литва, Україна вже зіткнулися зі скороченням чисельності населення на 10% в порівнянні з 1990 р., включаючи населення працездатного віку. Показники народжуваності в Угорщині, Італії, Іспанії і в багатьох інших країнах набагато нижчі рівня простого відтворення.

Сьогодні міграційні мережі, як сукупність контактів і взаємодій мігрантів, яка забезпечує передачу необхідної їм інформації між країнами імміграції та еміграції, а також сприяє організації міграційного процесу, стрімко розвиваються інтенсифікуючи зв'язки між країнами походження та призначення. Доведено, що люди, які подорожують та рухаються, тим самим допомагають формувати матеріальну та духовну культуру відповідних місць: тому міграція повинна розглядатися як центральна складова глобалізації, поряд з торгівлею та фінансами.

На основі поглибленого дослідження міграційних процесів, визначено, що нині США, Канада та Західна Європа стали лідерами на світовій карті міжнародної міграції [1]. І з огляду на передбачувані демографічні та економічні дисбаланси, можемо передбачити, що Європа залишиться на цій карті і продовжить керувати економічно мотивованою міграцією для власної вигоди. Також можемо стверджувати, що через глобалізацію темпи міграції прискорились, а різноманіття походження мігрантів зросло. Різна національна політика країн світу також є визначальною та формує світові центри імміграції.

Досліджено, що політика міграції у багатьох західних країнах не є інтегративною. Наслідком цієї політики є маргіналізація мігрантів. Маргіналізація має форму низьких доходів та некваліфікованих робочих місць. Такі фактори, як нерівні можливості, упередження та дискримінація, можуть сприяти тривалим періодам маргіналізації. Різниця між багатими та бідними країнами зростає, кордони стають дедалі більше закритими для людей. Мігранти також стикаються з расизмом, незважаючи на те, що багато громадян країн, куди вони прибувають, також є іммігрантами або дітьми іммігрантів.

Варто виділити причини гальмування глобалізації міграції. Перша причина – регіоналізація, яка є невід'ємною властивістю

найновішої економічної глобалізації і сприяє, окрім інтенсифікації, зменшенню надходження чинників виробництва продукції до відносно невеликого числа країн. Це відповідним чином позначилося на мобільності міжнародної робочої сили. Другою причиною є світовий економічний спад 2008 року, який призвів не лише до відмови від стимулювання приїзду іноземних працівників, а й сприяв запровадженню значних імміграційних обмежень [2]. Пізніше секторальні потреби в робочій силі задовольнялися завдяки іноземцям, які проникали через різні «щілини» в системі обмежень, наприклад, возз'єднання сімей, повернення власних емігрантів, нелегальна міграція.

Таким чином, наведені докази засвідчують, що глобалізація реально впливає на міграцію, однак цей вплив проявляється дуже специфічно.

Висновки. Результати дослідження зумовили формулювання висновків методологічного та науково спрямування:

1. Глобалізація як порівняно нове явище, що виникло у другій половині 20 століття, спричинила зближення економічних та соціальних сил, інтересів та зобов'язань, цінностей, викликів та можливостей. Глобалізація, будучи одним з векторів суспільного розвитку, виступає основною тенденцією, яка визначає роль і моделі міграції в сучасному світі.

2. В другій половині ХХ ст. і на початку ХХІ ст. міграція проявила себе одним з головних чинників соціальних перетворень і розвитку всіх регіонів світу. Міграція є одним з результатів інтеграції локальних общин і елементів національної економіки в глобальні структури. Водночас це – причина наступних соціальних перетворень як в тих країнах, звідки мігранти виїжджають, так і в тих, які їх приймають.

3. Зв'язок між глобалізацією і міграцією є взаємним. Перша виступає як новітній стимул міграції і джерело появи нових видів і форм переміщення людей, а міграційні процеси навзаєм є одним із проявів глобалізації, а також її або стимулятором, або обмежувачем.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Блиндюк О.К. Міжнародна міграція населення в системі глобалізаційних процесів. Економіка і управління в умовах глобалізації : матеріали

- III міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. 29 січня 2014 р., м. Донецьк.
Донецьк : Вид-во: «Ноулідж», 2020. С. 245–247
2. Риндзак О. Т. Міграційна політика в Україні: виклики та інтеграційні перспективи : монографія / НАН України, ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього»; наук. ред. д. е. н., проф. У. Я. Садова Львів : Каменяр, 2019. 422 с.

Кицюк І. В.
*доцент кафедри міжнародних економічних відносин
та управління проектами
Волинського національного університету імені Лесі Українки
м. Луцьк, Україна*

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Динамічний розвиток та зростання невизначеності в контексті глобальних викликів вимагають від суб'єктів господарювання переорієнтовуватися на довгострокове зростання, беручи до уваги розвиток комплексних та взаємопов'язаних екосистем (екологічних, соціальних, економічних та політичних), в межах яких вони функціонують [1, с. 5].

Окрім того, проблема сталого розвитку є однією із найбільш актуальних для сучасного суспільства. Компанії у всьому світі також постають перед вимогою про забезпечення добробуту і якості життя як нинішнього, так і майбутніх поколінь. Що, у свою чергу, вимагає радикально нового підходу до їхньої управлінської та господарської діяльності, і стосується корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ), а також розкриття інформації про сталий розвиток. Як зазначає Анатолій Колот: «Суспільство в цілому заінтересоване в тому, щоб кожна бізнес-структура набула статусу організації, орієнтованої на стійкий розвиток. У відповідь, «чимраз більша кількість бізнес-організацій сприймає КСВ не як примус або діяльність на злобу дня, а як корпоративну стратегію стійкого розвитку» [2, с. 4]. Таким чином, щороку стає все більше компаній,

які зацікавлені у дотриманні принципів КСВ, демонструючи при цьому вплив на суспільство та навколишнє середовище, а також ризики, пов'язані з їхньою діяльністю (нефінансову звітність).

Дотримуємося думки, що КСВ стала найбільш досліджуваною та обговорюваною темою в науці про менеджмент. До того ж, соціальна відповідальність бізнесу сприймається не лише як реакція підприємств на появу різного роду серйозних проблем та викликів, пов'язаних, для прикладу, із соціальною нерівністю, деградацією навколишнього середовища, або ж зі зростанням потужності великих корпорацій, а й також становить вагомий орієнтир діяльності фірми, розвиваючи який можна чіткіше усвідомити потреби та очікування різних груп зацікавлених осіб (стейкхолдерів). Окрім того, погоджуємося із твердженням, що активна діяльність підприємств щодо впровадження та реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу однаково позитивно впливає як на формування іміджу, побудову організаційної культури, так і на інноваційність продукції та операційних процесів [3, с. 1].

Корпоративний сталий розвиток починається із системи цінностей компанії та підходу до ведення бізнесу, що заснований на дотриманні відповідних принципів. Це означає працювати таким чином, щоб, як мінімум, виконувати основні обов'язки у сферах прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Відповідальні підприємства застосовують ті самі цінності та принципи у всіх напрямках своєї діяльності, адже знають, що хороша практика в одній сфері не компенсує шкоди в іншій. Включаючи основні принципи сталого розвитку у стратегії, політику та процедури та формуючи культуру доброчесності, компанії не тільки виконують свої основні обов'язки перед людством та планетою, а й створюють основу для довгострокового успіху [4].

Окрім того, звітність щодо сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності також розкриває місію, бачення, цінності та модель управління компанії, а також демонструє зв'язок між її стратегією та залученням до забезпечення сталого розвитку світової економіки в цілому.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Stages of Corporate Social Responsibility. From Ideas to Impacts / S. O. Idowu & S. Vertigans (Eds.). Springer International Publishing Switzerland, 2017. 247 p. DOI: 10.1007/978-3-319-43536-7
2. Колот А. Сучасна філософія корпоративної соціальної відповідальності: еволюція поглядів. *Україна: аспекти праці*. 2013. № 8. С. 3–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2013_8_3 (дата звернення: 10.11.2019).
3. Aluchna M. Społeczna odpowiedzialność biznesu a innowacyjność. *Czy społeczna odpowiedzialność firmy wspomaga jej innowacyjność?* / red. Piotr Płoszajski. Warszawa : Oficyna Wydawnicza SGH, 2017. Str. 35–61.
4. The Ten Principles of the UN Global Compact. *United Nations Global Compact* : веб-сайт. URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles> (дата звернення: 26.01.2022).
5. Кицюк І. В. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на інноваційність та конкурентоспроможність бізнесу. *Маркетинг та менеджмент у фокусі викликів нової економіки* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 квітня 2018 р. Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2018. С. 383–386.
6. Кицюк І. В. Корпоративна соціальна відповідальність та конкурентні переваги бізнесу в глобальному економічному середовищі. *Науково-виробничий журнал «Держава та регіони»*. Серія: Економіка та підприємництво. 2020. № 2(113). С. 15–20. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2020/2_2020/4.pdf (дата звернення: 17.01.2022).

Роговська-Іщук І. В.

кандидат економічних наук,

асистент кафедри міжнародної економіки

Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

м. Чернівці, Україна

ФОРМУВАННЯ НОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ АЛМАЗІВ ТА ДІАМАНТІВ ПІД ВПЛИВОМ ПАНДЕМІЇ

Світові сировинні та фінансові ринки щороку стикаються з новими викликами, зумовленими трансформацією світового господарства. Ключовими рисами сьогодення залишаються глобалізація, регіоналізація, геополітичні проблеми, а вони, в свою чергу, зумовлюють поширення фінансових криз, загострення

конфліктів, посилення глобальних проблем тощо. Світовий ринок алмазів та діамантів не є винятком, тому залишається достатньо чутливим до зовнішнього впливу, який став особливо помітним у період поширення коронавірусної інфекції та запровадження запобіжних заходів у більшості країн світу.

Дослідженню різних аспектів функціонування та розвитку світового ринку алмазів і діамантів приділяють увагу як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. Вони досліджують ринок природного каміння та синтетичних кристалів, міжнародні торговельні операції та можливості інвестицій у діаманти тощо. Серед вітчизняних дослідників варто назвати Добровольського В. В., Ксенжука О. С., Ніколаєва Ю. О., Сінянську А. О., Татарінцева В. І. та Химич І. Г. Проте, більшість питань функціонування та розвитку ринку залишаються актуальними і потребують уточнення в сучасних умовах адаптації до пандемії та протиепідемічних заходів.

Світовий ринок алмазів та діамантів можна розглядати як частину товарного ринку дорогоцінного каміння, або як сегмент світового фінансового ринку. Діаманти на сьогодні використовують як у промислових цілях, так і для виготовлення ювелірних виробів, у медицині та стоматології, а також для збереження вартості активів. Досліджуючи тенденції розвитку ринку діамантів, варто зважати на широке коло сфер застосування діамантів, з одного боку, та на особливості формування вартості кінцевого продукту, з іншого.

Прийнято розподіляти ланцюги формування вартості діамантів на три етапи: видобування, обробку, реалізацію. Видобуток є специфічною сферою, достатньо ресурсовитратною та залежною від покладів дорогоцінного каміння. Тому ринок видобувних компаній можна охарактеризувати як олігопольний. Обробка, шліфування, полірування та виготовлення ювелірних виробів на сьогодні зосереджено лише в кількох країнах світу, на долю двох з них припадає майже 80% ринку. Реалізація готових виробів має прив'язку до потенційних споживачів, адже торгівля відбувається нетиповим, унікальним товаром, недоступним для більшості.

Попри зростання обсягів виробництва діамантів у останні роки, не відбулось очікуваного зростання попиту на ювелірні вироби з діамантами. Цьому завадили торговельні бар'єри, головним чином між США та Китаєм; політична нестабільність у ключових торгових

місцях, таких як Гонконг; і погіршення настроїв клієнтів у ключових регіонах. Проте найбільше вразила ринок пандемія COVID-19. Через кризу великі гірничодобувні компанії скоротили виробництво на 20% і дозволили замовникам відкласти покупки.

Ціни на полірування та обрізку алмазів знизилися на 3%. Запаси середнього потоку скоротилися, що перерозподілило прибутки вздовж ланцюга формування вартості алмазів: рентабельність видобутку знизилася приблизно на 22%, роздрібна націнка знизилася на 1–3%, а прибуток середнього потоку збільшився на 5% [3].

Пандемія прискорила структурні зміни в алмазній промисловості. Впровадження електронної комерції зросло в секторі роздрібної торгівлі та розширилося до B2B торгівлі необробленими та полірованими алмазами, при цьому розбіжність в цінах між діамантами нижчої та вищої якості поглибилася.

Загалом можна говорити про спадну тенденцію у доходах за останні три роки. Виручка від продажу полірованих та оброблених алмазів в 2020 році скоротилась на 25% в порівнянні з 2018 роком [4]. На роздрібному ринку діамантів також формується негативний тренд: за останній звітний рік зниження становило 15%. Таким чином можемо зробити висновок, що на фоні загальних негативних тенденцій на ринку алмазів, достатньо помітний слід залишили наслідки локдаунів та поширення коронавірусної інфекції у світі. Проте, менш чутливим до таких негативних факторів впливу залишився ринок готових виробів з діамантами. Причина полягає в тому, що діаманти в кризові періоди починають виконувати функцію вигідного та надійного капіталовкладення, адже вони не втрачають своєї цінності.

Ринок необроблених алмазів представлений кількома найбільшими компаніями, які є лідерами галузі протягом тривалого часу – це Де Бірс, Ріо Тріно, Петра Даймонд та АЛРОСА. Беззаперечно Де Бірс залишається лідером, компанія продавала найбільше необроблених алмазів протягом усього досліджуваного періоду, з нею в окремі роки конкурувала російська АЛРОСА (рис. 1).

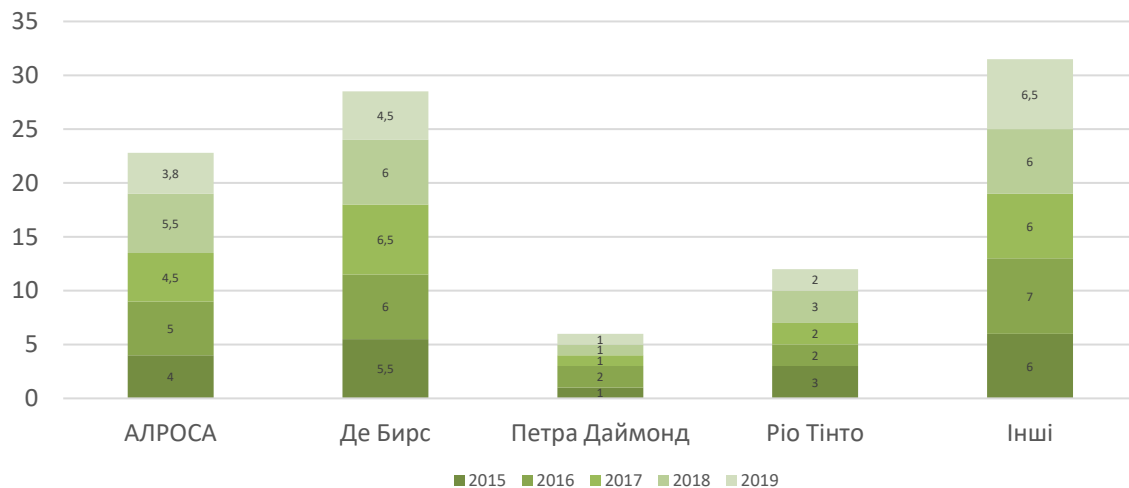


Рис. 1. Продаж необроблених алмазів на світовому ринку за виробниками в млрд. дол. США

Загалом пандемія COVID-19 скоротила сукупний продаж обох вищезазначених компаній на 26%. Вона серйозно порушила видобуток і матеріально-технічне забезпечення, спричинивши закриття шахт і обмеживши транскордонні переміщення. У 2020 році видобуток скоротився на 28 мільйонів каратів (20%). Найбільше скорочення відбулося в Росії, Канаді, Ботсвані та Австралії. Вплинула вона і на логістику на середньому сегменті. Продаж шліфованих алмазів впав на 25%, а чистий імпорт необроблених алмазів до ключових країн огранювання та полірування зменшився на 26% за рік [3].

Основними імпортерами алмазів залишаються Індія та Китай, де зосереджено найбільше обробних заводів. Проте індійський чистий імпорт необроблених алмазів скоротився на 23%, але країна зберегла близько 95% ринку світового виробництва полірованих алмазів. Китайські виробники ж відновили виробництво в березні та квітні і зуміли зберегти 3% ринку світового виробництва полірованих діамантів.

Основним експортером алмазів та діамантів традиційно є ЄС та США, їм належить 22% світового експорту. За рахунок наявності в країні алмазної біржі та продажу через неї особливо цінних екземплярів, Ізраїль займає 4% експорту у вартісному еквіваленті.

Закриття магазинів, скасування весіль та обмеження на поїздки до традиційних торгових місць завдали шкоди ринку. Проте, до прикладу китайський ринок завдяки урядовій політиці репатріації

(наприклад, зниженню імпорتنих мит), гармонізації цін між брендами та заборонам на міжнародні поїздки відновився доволі швидко. Нові канали продажу, такі як podcasting та інші соціальні медіа (наприклад, Weibo, TikTok, Red, Bilibili, WeChat), продажі в інтернет-магазинах (наприклад, Taobao) і продажі VIP-членства, дозволили роздрібним продавцям звертатися до клієнтів у більш інтерактивний спосіб. Роздрібні торговці співпрацюють із новими амбасадорами брендів, лідерами ключових думок та споживачами, які користуються популярністю серед покоління Z, щоб просувати продукти та впливати на продажі.

Ринок ювелірних виробів США відчув зниження міжнародного туризму й пов'язаних з цим витрат на предмети розкоші та прикраси преміум-класу. Однак значна державна підтримка, підвищення рівня зайнятості, позитивні новини про вакцини та передсвятковий маркетинговий поштовх допомогли змінити ситуацію. Європейські ринки, які в значній мірі покладаються на звичайні продажі алмазів, були менш стійкими. Ключові ринки по всій Європі зазнали другої хвилі суворих локдаунів, що зашкодило різдвяним розпродажам.

Відновлення попиту навряд чи буде лінійним або рівномірно розподіленим через відмінності в політиці та тривалості локдаунів, механізмах державної підтримки та поширенні онлайн-продажів.

Отже, пандемія дещо змінила тенденції розвитку ринку діамантів та алмазів. Ці зміни подібні до тих, які спостерігаються на всіх інших товарних і фінансових ринках. Видобувні компанії через обмеження, які сприяли призупиненню роботи деяких шахт, зіткнулись з проблемами добування алмазів. Через скорочення роздрібного продажу та повільного налагодження нових каналів збуту запаси діамантів збільшились. В результаті, усі ланки формування вартості постраждали. Відбулось незначне зміщення акцентів на ринку діамантів та алмазів з товарного сегменту на фінансовий. Частина капіталу зосередилась у рідкісних дорогоцінних каменях для зменшення або уникнення ризиків скорочення активів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Добровольський В.В. Глобальні аспекти світового ринку алмазів.
URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/433/1/Dobrovolskiyarticle%2015.11.2017.pdf>

2. *International Diamond Market Snapshot – August 2021.*
URL: <http://www.jewellermagazine.com/Article/9910/International-Diamond-Market-Snapshot-August-2021>
3. Global diamond output fell 20% in 2020 – report. URL: [https:// www.rough-polished.com/en/news/120232.html](https://www.rough-polished.com/en/news/120232.html)
4. Global production of rough diamonds from 2005 to 2020.
URL: [https:// www.statista.com/statistics/274921/worldwide-production-of-rough-diamonds/](https://www.statista.com/statistics/274921/worldwide-production-of-rough-diamonds/)

СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Свідерська С. Є.

аспірант кафедри менеджменту

інноваційної та інвестиційної діяльності

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

м. Київ, Україна

СВІТОВИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Останнім часом споживання парфумерії та косметичних товарів зростає як на глобальному рівні, так і в Україні. Косметичний ринок є досить динамічним і значним за розмірами. Індустрія постійно нарощує свій вплив на різні цільові аудиторії, намагаючись охопити всі категорії населення відповідно до розміру їх доходу. Основною характеристикою цього ринку на глобальному рівні є висока конкуренція, що визначає ключову роль інновації в забезпеченні розвитку косметичних компаній. Тому інноваційні зрушення стосуються організаційних структур, операційних процесів, виробництва, клієнтського сервісу будь-якого гравця косметичного ринку.

Нині у світі домінують тенденції до впровадження систем відкритих інновацій та колаборацій, персоналізованого досвіду споживача, продуктових інновацій, розвитку електронної та мобільної комерції, а також більш сталого розвитку бізнесу. Аналіз річних звітів компаній-лідерів світового ринку парфумерно-косметичних товарів демонструє критичну необхідність діджиталізації процесів, що обґрунтовано зростанням покупок в онлайн-режимі, а також високою волатильністю та стагнацією офлайн-попиту, затримками у виробництві, спричиненими карантинними обмеженнями.

Особливо актуальною є необхідність впровадження та розвитку цифрового підходу до залучення обслуговування клієнтів, постійного оновлення системи підтримки прийняття рішень,

включаючи інструменти аналізу великих даних та поведінки споживачів. Конкуренція загострюється настільки, що для покращення власних позицій раніше ізольовані лідери ринку змушені змінити стратегію та вступити у співпрацю, погоджуючись на процес створення відкритих інновацій з конкурентами.

Якщо ж звернути увагу на український ринок, основна конкуренція на ньому розгортається між імпортними парфумерно-косметичними товарами, частка українських товарів на полицях досить мала, хоч і активно зростає із кожним роком. Для споживачів до основних переваг іноземних брендів над українськими виробниками є авторитет у питаннях якості продукту та досконале вивчення поточних запитів, а відповідно й грамотно сформований комплекс маркетингу.

Актуальні дані українського ринку наразі доступні за 2015–2020 роки. У цей період на ринку парфумерно-косметичних товарів в Україні спостерігалися такі тенденції:

- зростання онлайн-продажів, що більшою мірою пов'язано з карантинними обмеженнями останніх років;
- розвиток ринку б'юті-послуг у професійних локаціях, що стимулює зростання попиту на косметичні засоби;
- зростання частки корейської косметики на ринку;
- екотренд у сфері краси;
- середній український споживач парфумерно-косметичних товарів стає молодшим;
- зростання вимогливості споживача до складу придбаної продукції;
- зменшення обсягів споживання декоративної косметики на користь сегменту по догляду за шкірою, що також є наслідком карантинних обмежень;
- мінімізація споживачами витрат викликає підвищення попиту на упаковки більшого розміру та обрання товарів зі знижками;
- збільшення обсягу реалізації засобів для догляду за дітьми.

Отже, зважаючи на глобальні тенденції, виробникам і дистриб'юторам парфумерно-косметичних товарів в Україні варто звернути увагу на такі аспекти, як посилення впливу в онлайн-каналах та можливість надання споживачеві повноцінного доступу до цих каналів збуту (повноцінний сайт, повнота асортименту,

комфортна доставка та умови повернення), а також приділення уваги інноваційному аспекту власного продукту, що особливо стосується саме українських виробників, бо у випадку з імпортованими продуктами, інноваційна складова цих брендів формується материнською компанією. Також цікавим і актуальним для подальшого дослідження є питання легалізації тіньового ринку парфумерно-косметичних товарів в Україні та з'ясування потенційної частки ринку, що зможе стати доступною легальним гравцям ринку у випадку прийняття відповідних регулюючих актів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Аналіз ринку косметики в Україні. *Pro Consulting*. 2021. Лютий. 50 с.
2. Gerstell, E., Spagnuolo, E., Marchessou, S. and Schmidt, J. How COVID-19 is Changing the World of Beauty. *McKinsey&Company*. 2020. May 05. 8 p.
3. L'Oréal Annual Report. 2019. 68 p.

Франко Л. С.
*завідувачка кафедри міжнародної економіки
та міжнародних економічних відносин
Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
м. Полтава, Україна*

ЕКО-ІННОВАЦІЇ ЯК ВАЖЛИВА ДЕТЕРМІНАНТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Зростаюча стурбованість екологічним майбутнім планети спонукає країни заохочувати дослідження та впровадження екологічних інновацій в економіку. Доступ до зовнішніх знань, співпраця в галузі досліджень і розробок та відкриті інновації визнані основними рушійними силами екологічних інновацій. Процес зменшення впливу господарської діяльності на навколишнє середовище, раціональне використання природних ресурсів передбачає еко-інновацію, яка вважається ключем до конкурентоспроможності не тільки суб'єкта підприємництва, а й

країни в цілому та є важливим фактором у вирішенні питань природних ресурсів, енергетичної безпеки та зміни клімату. У контексті проблем, пов'язаних з навколишнім середовищем, а також з обмеженнями, пов'язаними з його природним середовищем ресурсів, виникла потреба в нових економічних моделях, що супроводжуються високоефективними технологіями.

Результати огляду академічних дискусій щодо теми еко-інновацій демонструють зростаючий інтерес з боку наукової спільноти та відображають підвищену зацікавленість українських дослідників. Серед останніх ґрунтовних досліджень слід виділити напрацювання Приходько І. В., Савчук О. Я. та Яворскої Н. П. щодо узагальнення підходів до трактування сутності поняття «інновації» [1; 4]; Загвойської Л. Д. щодо концептуалізації еко-інновацій у контексті сучасного еколого-економічного дискурсу [3]; Горбач Л. М. щодо обґрунтування екологічних інновацій як визначального елементу нової моделі природокористування [4].

Вперше поняття еко-інновацій було використано понад два десятиліття тому в спеціальній літературі, і назвали їх як «нові продукти та процеси, які забезпечують цінність для споживачів і бізнесу, але значно зменшують вплив на навколишнє середовище» [5]. Приходько І. В. зазначає, що під еко-інноваціями доцільно розуміти економічно вигідний результат інноваційного процесу, наслідком якого є якісно новий продукт у формі ідеї, знання чи технології, що спрямований на покращення стану довкілля [1, с. 48]. Горбач Л. М. стверджує, що еко-інновації – сукупність прогресивних техніко-технологічних змін у виробництві, які обумовлюють перехід на нові екологічні технології з метою зменшення тиску на довкілля, відновлення екологічної рівноваги і підвищення самовідновлюваної здатності екосистем [2]. Загвойська Л. Д. надає тлумачення еко-інноваціям як альтернативним підходам, заходам і засобам задоволення потреб, яке досягається водночас із зменшенням довкільного відбитку діяльності впродовж усього життєвого циклу, інструмент формування «зеленої» економіки і забезпечення конкурентних переваг інноватора [3]. Еко-інновації за твердженням Савчук О. Я. та Яворскої Н. П. – це нові продукти, послуги, процеси, технології, методи або форми організації виробництва, що створюються з метою зменшення або запобігання

екодеструктивного впливу на навколишнє середовище протягом усього свого життєвого циклу, під час забезпечення прибутковості господарської діяльності [4].

Згідно з Р. Кемпом і П. Пірсоном, екологічні інновації визначаються як «виробництво, засвоєння або експлуатація продукту, виробничого процесу, послуги чи управління, методу ведення бізнесу, який є новим для організації (розробка або впровадження) і що призводить до скорочення екологічного ризику, забруднень та інших негативних впливів використаних ресурсів (включаючи використання енергії) порівняно з відповідними альтернативами» [6].

Часто поняття еко-інновації використовується у співвідношенні з іншими поняттями в подібних контекстах, такими як: екологічні інновації, стійкі інновації, екоефективність, еко-дизайн тощо.

Узагальнюючи напрацювання вчених сформулюємо власне бачення категорії «еко-інновацій» як форми інновацій, що здатна забезпечити конкурентоспроможність та економічний розвиток держави за рахунок раціонального та ефективного споживання ресурсів, продуктів, технологій та зменшення негативного впливу економічної діяльності на навколишнє середовище. Як суттєвий компонент інновацій, еко-інновація є чинником прогресу соціального та економічного характеру з переважною роллю у створенні можливостей для сталої економічної діяльності. При цьому еко-інновації доцільно розглядати у таких аспектах:

1. Соціальному. На соціальному рівні еко-інновації спрямовані на підвищення якості життя та створення нових та стійких робочих місць.

2. Екологічному. Стосовно довкілля, еко-інновація спрямована на збереження біорізноманіття та збереження екологічної рівноваги, сприяючи зменшенню впливу на навколишнє середовище, сталому та відповідальному управлінню природними ресурсами та відкриваючи нові погляди на проблему зміни клімату.

3. Економічному. Що стосується економічного сектора, еко-інновація спрямована на зниження витрат на енергію та матеріали, просування продуктів, послуг, ринків, споживачів, а також нових бізнес-моделей.

Як частина стратегії зростання національної економіки, комплексний процес впровадження еко-інновацій передбачає

створення бізнес-моделей, розроблених для конкурентоспроможності та створення робочих місць з урахуванням збереження та сталого розвитку навколишнього середовища. У якості стійких інновацій екологічні інновації включають різноманітні види діяльності, пов'язані з багатьма сферами, такими як: водопостачання, управління відходами та біоекономіка, зелена енергія, біотехнологія, продовольча безпека тощо.

Бажаний економічний ефект від реалізації еко-інновацій може бути досягнутий у разі створення відповідного комплексу умов:

- позитивне ставлення компаній до складного процесу еко-інновацій;
- сприятлива політична та законодавча база, здатна до підтримки та просування еко-інновацій;
- створення державної інфраструктури підтримки процесу реалізації еко-інновацій;
- наявність достатнього обсягу фінансових ресурсів, необхідних для впровадження еко-інновацій.

Слід зазначити, що країни європейського простору приділяють значну увагу розвитку еко-інновацій. Зокрема, цілі Стратегії «Європа 2020» підтримуються ініціативами у сфері інновацій, сталого використання ресурсів та промислової політики, адаптованої до епохи глобалізації [7]. Так, через ініціативу «Союз інновацій» ЄС прагне досягти екологічних цілей за допомогою інновацій; через ініціативу «Ресурсоефективна Європа» ЄС прагне стимулювати інновації, зменшуючи тиск на навколишнє середовище. Фінансовим інструментом, що забезпечує впровадження еко-інновацій, є рамкова програма досліджень та інновацій «Горизонт Європа 2021–2027», метою якої є посилення ролі еко-інновацій та надання фінансових засобів для переходу до екологічної економіки. Програма передбачає застосування інноваційних технологій, ефективне та раціональне використання природних ресурсів та орієнтована здебільшого на країни, що розвиваються, оскільки вони надають реальні можливості для європейських інноваторів у сфері екології.

Основні глобальні екологічні проблеми та європейська екологічна політика призвели до появи значного та конкурентоспроможного сектору екологічних товарів та послуг на європейському просторі. Таким чином, європейська екологічна

промисловість стала важливою економічною галуззю, яка полегшує позицію Європейського Союзу у виконанні його ролі у глобальному переході до більш стійкої економіки. Позитивний досвід ЄС щодо стимулювання еко-інновацій є прикладом до наслідування, оскільки підтверджує гіпотезу про те, що еко-інновації позитивно впливають на підвищення економічної ефективності підприємств, на збільшення їх ресурсозбереження, на запобігання забрудненню навколишнього середовища.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Приходько І. В. Підходи до трактування сутності поняття «інновації». *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2018. № 2(42). Т. 2. С. 45-49.
2. Горбач Л.М. Екологічні інновації як визначальний елемент нової моделі природокористування. *Економіка природокористування і охорони довкілля*. 2013. № 4. С. 89–94.
3. Загвойська Л.Д. Концептуалізація еко-інновацій у контексті сучасного еколого-економічного дискурсу. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечнікова*. 2014. Т. 19. № 2/5. С. 17–20.
4. Савчук О.Я., Яворская Н.П. Концептуальные подходы к уточнению понятия «эко-инновация». *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. № 22.4. С. 106–113.
5. Fussler C., James P.. *Formats and Editions of Driving eco-innovation*. Pitman Publishing, 1996. 364 p.
6. Kemp R., Pearson P., *Final report MEI project about measuring ecoinnovation*. UM-MERIT, February 2007. URL: <http://www.merit.unu.edu/MEI>
7. *EIT Strategy 2021 – 2027*. European Institute of Innovation & Technology. URL: <https://eit.europa.eu/who-we-are/eit-glance/eit-strategy-2021-2027>

СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Горбаньова В. О.

*аспірантка кафедри менеджменту
Міжнародного гуманітарного університету
м. Одеса, Україна*

ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЛОГІСТИЧНІ ПРОЦЕСИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Сьогодні в усьому світі заявлений курс на цифрову трансформацію бізнесу та побудову цифрової економіки. Цифрову економіку можна розглядати як систему соціальних, економічних та технологічних відносин між державою, бізнесом і громадянами, у якій відбуваються цифрові перетворення, засновані на впровадженні низки проривних (цифрових) технологій і концепцій.

У разі глобалізації сегментування ринків, посилення конкуренції підвищуються вимоги до управління підприємствами. Найближчими роками лідерство належатиме підприємствам з переважним розвитком цифрових технологій. Основна гіпотеза зводиться до того, що діяльності підприємств з підвищення рівня цифровізації перешкоджає, передусім, відсутність стратегії управління. Сьогодні застосування цифрових технологій сприймається топ-менеджментом багатьох компаній як суто технологічне завдання. У той час як сенс цифровізації, що відбувається, полягає в тому, що змінюються не стільки технології, скільки сама система управління людським капіталом і організації діяльності підприємств.

Цифрові технології стають повсякденною частиною економічного, політичного та культурного життя населення та господарюючих суб'єктів, двигуном розвитку суспільства в цілому. Інтернет, мобільні телефони та інші пристрої збору, зберігання, аналізу інформації та обміну нею у цифровій формі поширюються швидкими темпами та дозволяють полегшити споживачеві отримання необхідних послуг, заощадити час та оперативно вирішувати будь-які питання на відстані (кредитування, оренда, доставка, купівля-продаж та т.д.) [1]. Перевагою сучасних

проривних технологій є те, що виробничі процеси стають швидшими, дешевшими та ефективнішими.

У діяльності суб'єктів бізнесу масове впровадження та засвоєння цифрових технологій є стратегічним пріоритетом, необхідним для підтримки конкурентоспроможності. Цифровізація поступово охоплює різні сфери господарську діяльність і залучає у цей процес значної частини суб'єктів.

Впровадження цифрових технологій дозволяє модифікувати традиційні бізнес-процеси, утворює їх нові форми та дозволяє:

- знижувати витрати, підвищувати ефективність, перейти на нові бізнес-моделі, що сприяють збереженню конкурентних позицій компанії, і здійснювати випуск нових видів якісніших продуктів;

- знижувати собівартість, підвищити надійність, забезпечити рівень охорони праці та вирішити інші операційні завдання;

- розробляти та впроваджувати інноваційні рішення;

- збільшувати швидкість та гнучкість бізнес-процесів та використання ресурсів (швидка реакція на зміну зовнішніх умов, клієнтоорієнтованість);

- контролювати процес діяльності компанії та підвищувати якість прийнятих бізнес-рішень, мінімізувати ризик фальсифікації форм звітності та виключати людські помилки за допомогою збору нових даних та оцифрування вже наявних показників;

- підвищувати продуктивність праці;

- зменшувати проміжок часу між досягненням результатів та появою даних про них, значною мірою збільшувати кількість джерел даних та показників, необхідних для планування, моніторингу та оцінки результативності та ефективності діяльності в економіці;

- реалізовувати рішення зовнішнім споживачам.

Застосовуючи нові цифрові стратегії компанії мають можливість вийти на новий рівень розвитку своєї діяльності, освоїти нові ринки збуту, у тому числі й закордонні, залучати інвесторів та брати участь у глобальній конкуренції.

Найважливішою частиною ефективної роботи підприємства є логістика.

При переході від традиційної логістики до цифрової виникають деякі важелі розвитку для підприємства: 1) оптимізація ланцюжка поставок у реальному часі; 2) оптимізація розмірів партії [2].

Розглянемо цифрові технології, які сприяють розвитку цієї галузі для підприємства з допомогою цифрових технологій.

SCM (Supply Chain Management) – це системи управління ланцюгами поставок, призначені для автоматизації та управління всіма етапами постачання підприємства, а також для контролю всього руху товару. Як працює SCM? По суті, ця технологія є прикладним програмним забезпеченням, призначеним для автоматизації та управління всіма етапами постачання підприємства.

Ця система відповідає за такі функції як: 1) прогнозування тижневих та денних продажів товару; 2) оптимізаційне планування гарантійного запасу, резервів для підприємства; 3) планування постачання всередині логістичної мережі компанії з урахуванням планованих продажів, постачання від виробника, наявності залишків, транспортних потужностей; 4) побудова короткострокового та довгострокового прогнозу; 5) облік довільних факторів, що впливають на продаж в автоматичному режимі і т.д.

Застосування даної технології здатне вплинути не тільки на управління та оптимізацію ланцюгів поставок, але і на такі важливі бізнес-процеси на підприємстві як: термін виведення продукту на ринок за рахунок оптимізації складської політики, тобто скорочення простоїв на складах або запобігання ситуаціям, за яких виробничі запаси для підприємства бракує виробництва. Також вона впливає скорочення надлишків продукції складі готової продукції. Ця технологія дозволяє скоротити витрати на зберігання запасів на 20-50%. SCM-система управління ланцюгами постачання – це комплекс підходів, що допомагає ефективній інтеграції постачальників, виробників, дистриб'юторів і продавців. Ланцюжок постачання являє собою безліч ланок, пов'язаних з інформацією, грошима і потоками товарів. Він починається з придбання сировини у постачальників і закінчується продажем готової продукції і послуг клієнту [3].

Управління ланцюжком постачання включає такі етапи.

1) Planing (планування). Тут визначаються джерела постачання, аналізуються пріоритети у споживчому попиті, визначаються вимоги до системи розподілу, планові запаси й обсяги виробництва, а також кількість сировини/матеріалів і готової продукції. Дані процеси дають змогу знайти баланс між попитом і постачаннями для

вироблення на пряму дій, які найкраще відповідають вимогам Source (закупівлі), Make (виробництво), Deliver (доставка).

2) Source (закупівлі). На цьому етапі формуються основні елементи управління постачанням, перевіряється якість постачання, оцінюються і вибираються постачальники і з ними укладаються контракти. Слід зазначити, що управління послугами та поставками товарів має відповідати запланованим або поточному попиту.

3) Make (виробництво). Цей етап включає в себе процеси: виробництва; управління структурними елементами (тобто контроль технологічних змін); управління виробничими циклами і потужностями (обладнанням, будівлями і т. п.), якістю виробництва, графіком виробничих змін і т. д. Окрім того, виконуються конкретні виробничі процедури, включаючи контроль якості, упаковку, власне виробничі процедури та цикли, зберігання продукції.

4) Deliver (доставка). Фаза доставки складається з трьох основних процесів: управління замовленнями; управління складом (підбір, збірка, упаковка і відвантаження товарів); транспортування (визначається правилами управління каналами доставки і замовленнями). Вищезазначені процеси повинні бути узгоджені із запланованим та/або поточним попитом.

5) Return (повернення). На цьому етапі визначають елементи повернення товару, стан продукту, графіки повернень і напрями знищення і/або переробки [4]. Ланцюг постачання – складна багаторівнева система, яка включає в себе велику кількість підрядників, пов'язаних технологічним ланцюжком. Проектувати, а потім управляти подібним ланцюгом постачань так, щоб при цьому витрати всієї системи були мінімальні, а обслуговування залишалось на певному рівні, дуже складно.

Технології доступні підприємству з метою наскрізного відстеження, візуалізації, обробки та зберігання вантажів. У результаті застосування інноваційного інструментарію дозволяє вирішити проблеми зі споживачами продукції та пропускну здатністю товароруку в ланцюгах постачання. Застосування та впровадження сучасних технологій можливе з розвитком цифровізації та трансформації логістичної діяльності у цифрову логістику.

Таким чином, цифрова економіка трансформує соціальну парадигму людей, розширює можливості здобуття нових знань та навичок, спрощує повсякденність. Цифрова трансформація економіки є рушійною силою економічного зростання, яка здатна привести до значних зрушень і зробити великий внесок у розвиток держави, бізнесу та життя суспільства в цілому. Застосування цифрових технологій у різних сферах діяльності дозволить усьому суспільству придбати звані цифрові дивіденди, пов'язані зі зростанням національного добробуту.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Київ, жовтень 2020 р. Центр Разумкова, Видавництво «Заповіт», 2020.
2. Трішкіна Н.І. Процеси маркетинг-логістичного забезпечення виробничо-торговельного ланцюга. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 20. С. 593–597.
3. Саєнсус М.А., Карнаухова Г.С. До питання управління ризиками в ланцюгах постачань в умовах стохастичної невизначеності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 22. С. 525–531.
4. Хашман Т.Т. Управление цепочками поставок. *Гуманитарный вестник*. 2013. Вып. 10. URL: <http://hmbul.bmstu.ru/catalog/econom/log/114.html>

Дяченко К. Г.
студент

*Льотної академії національного авіаційного університету
м. Кропивницький, Україна*

РОЗРОБКА БІЗНЕС ПЛАНУ СТВОРЕННЯ ЗАКОРДОНОГО ПРЕДСТАВНИЦТВА ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Питання складання бізнес-планів з урахуванням економічної ситуації розглянуті у наукових працях відомих вчених: Н. Крилової, В.А. Чичина, К. Кіпермана, І.В. Ліпсіса, М.М. Алексеєва, Г.Д. Львовського, В.Д. Маркової, С.Ф. Покропивного, М. Муллей, О.І. Пальчик, Ю. Смаковської, Г. Пітерса, А.Р. Полякова, Х. Роузена, Ю.І. Скирко, В. Хруцького та ін.

Водночас, багато аспектів цієї проблеми з огляду на особливості розвитку сучасної економіки потребують більш повного та предметного дослідження. На сьогодні існує декілька наукових підходів до розробки бізнес-планів на підприємстві, які обґрунтовані зарубіжними економістами і менеджерами: П. Тіффані, Стівеном Д. Пітерсоном, Х. Роузенем, Р. Уотерменом та іншими.

Реалізація поставленої мети передбачила розгляд та вирішення наступних завдань теоретичного та практичного характеру, а саме:

- визначення поняття бізнес план та етапів її реалізації;
- вивчення основних складових плану покращення діяльності підприємства;
- аналіз господарської діяльності туристичної фірми «Поїхали з нами»;
- проведення дослідження ринку з використанням первинної та вторинної маркетингової інформації;
- аналіз менеджменту турфірми «Поїхали з нами»;
- розробка рекомендацій щодо вдосконалення товарної політики з урахуванням потреб споживачів та позиції конкурентів;
- розробка пропозицій щодо збільшення доступності туристичних послуг для клієнтів.

Ґрунтуючись на актуальності теми дослідження, можна визначити основну мету роботи, яка полягає у вивченні розробки бізнес-планів, на туристичних підприємствах.

Бізнес-планування включає в себе три етапи:

підготовчий період – підбір виконавців, консультантів та експертів, постановка завдання і розподіл обов'язків між виконавцями, розробка календарного плану (графіка) виконання робіт, збір вихідної інформації;

розробка бізнес-плану;

презентація бізнес-плану – доведення основних положень бізнес плану до потенційних інвесторів.

Складанню бізнес-плану передуює визначення цілей власного бізнесу в загалі і бізнес-плану зокрема.

Бізнес-план охоплює як зовнішні, так і внутрішні цілі. Основна зовнішня ціль полягає в тому, щоб запевнити майбутніх партнерів і кредиторів в успіху справи. Головна внутрішня ціль бізнес-плану – бути основою управління підприємницькою діяльністю. Конкретні

цілі розкривають зміст і особливості планових заходів, особливості самого підприємства, специфіку його діяльності.

Бізнес-план дає змогу розв'язати цілий ряд завдань, основними серед яких

1) обґрунтування економічної доцільності напрямків розвитку підприємств

2) розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності підприємства, насамперед обсягів продажу та прибутку;

3) визначення джерел фінансування обраної стратегії, тобто способів концентрації фінансових ресурсів;

4) підбір працівників, спроможних реалізувати даний план.

При вивченні фактичних результатів роботи порівняно з бізнес-планом виявляються позитивні та негативні сторони організації, які можна використати для усунення відхилень між плановими і фактичними показниками.

Фінансовий розділ попереднього бізнес плану може використовуватись як засіб об'єктивного спостереження за розвитком бізнесу. Фінансові прогнози, закладені у плані, становлять основу бюджету підприємства. Відхилення від розрахунків виявляються у статтях, де або думки про необхідні ресурси були хибними, або контроль в період виконання плану був недостатнім. Отже, крім управлінської функції бізнес-плану, його можна використовувати як засіб моніторингу.

Відповідно бізнес-план розробляється підприємством перед його створенням (для обґрунтування доцільності інвестицій та ефективності господарювання, а також розміру статутного капіталу); для планування розвитку (у випадку діючого підприємства); для обґрунтування економічної доцільності започаткування нових видів діяльності чи створення нових стратегічних господарських підрозділів, бізнес-одиниць підприємства).

Під час вибору форми здійснення операцій за кордоном міжнародна туристична компанія враховує такі чинники:

1. *Правове середовище країни*, в якій передбачається розгорнути діяльність, має першочергове значення. Найнесприятливіше середовище означає заборону окремих форм діяльності іноземних фірм. Крім того, кожна країна встановлює свої ставки податків,

вимоги щодо дотримання антимонопольного законодавства, порядку репатріації доходів, націоналізації приватної власності та ін.

2. *Розмір витрат* на впровадження та підтримання виробництва за кордоном, відкриття філіалу чи представництва в

Специфічними стратегіями, характерними для міжнародних корпорацій, є стратегії, пов'язані з вибором форм здійснення операцій за кордоном. До них належать:

– стратегія створення нових підрозділів (дочірнє або спільне підприємство);

– ліцензування;

– франчайзинг;

– експорт;

– офшорне виробництво.

У інших країнах може стати дуже важливим фактор вибору форми діяльності. Якщо такі витрати значні, то для міжнародної корпорації вигідніше відмовитися від 100%-ї власності і скористатися послугами сторонніх організацій. Місцева фірма, яка володіє надлишковими потужностями, може швидше та з меншими затратами налагодити виробництво, ніж це зробить іноземна корпорація.

На етапі виявлення способів створення бізнес представництва тур.підприємства за кордоном теж важливими є методи збору інформації, але при цьому змінюється підхід до її аналізу. Замість пошуку причин, що зумовили проблему, відшукується інформація, яка могла б допомогти її вирішити. При напрацюванні можливих варіантів розв'язання проблеми можна скористатися різними джерелами, починаючи від спеціальних досліджень і розробок і закінчуючи інформацією, яка надходить від споживачів чи є результатом аналізу діючих фірм. Так, *споживачі* досить часто можуть наштовхнути на ідею щодо нового продукту чи послуги. Тому організаціям слід напрацьовувати методичку зворотного зв'язку, виявляючи думки споживачів щодо їх товару чи товарів-аналогів. Ідеї щодо вдосконалення технології виготовлення продукту можуть з'явитися завдяки ретельному моніторингу дій *конкурентів та інших фірм*, що діють на ринку. Вони навіть можуть послужити у якості концепції діяльності організації. Корисним джерелом нових ідей

може бути і діяльність урядів та законодавчих органів країн, де організація здійснює свій бізнес.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2002. 379 с.
2. Тарасюк Г. М. Бізнес-план : розробка, обґрунтування та аналіз : навч. посіб. Київ : Каравела, 2006. 280 с.
3. Попов В.М., Захаров А.А. Бизнес-план. Step by step : Практическое пособие. СПб. : Издательский дом «Бизнес пресса», 2005. 240 с.
4. Класифікація видів економічної діяльності : ДК 009:2010 : затв. наказом Держспоживстандарту України від 11.10.2010 р. № 457. [Чинний від 2012-01-01]. Київ : Держспоживстандарт України, 2011. 56 с
5. Про підприємництво : Закон України від 07.02.1991 р. № 698-12 // Відомості Верховної Ради України. 1991. № 14. Ст. 168.
6. Про підтримку розвитку туризму в Україні : Указ Президента України від 02.03.2001 р. № 127/2001 // Відомості Верховної Ради України. 2001. № 1. Ст. 12.
7. Бизнес-план инвестиционного проекта: отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация : учеб. пос. / под ред. В.М. Попова. 5-е изд., перераб и доп. Москва : Финансы и статистика, 2002. 432 с.
8. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навч. пос. / О.П. Гребельник, О.О. Романовський. Київ : «Деміур», 2003. 296 с.
9. Класифікація послуг зовнішньоекономічної діяльності : ДК 012-97 : затв. наказом Держстандарту України від 02.06.1997 р. № 324. [Чинний від 1997-10-01]. – Київ : Держстандарт України, 1997. 1234 с.
10. Новак В.О. Інформаційне забезпечення менеджменту : навч. посіб. / В.О. Новак, Л.Г. Макаренко, М.Г. Луцький. Київ : Кондор, 2007. 462 с.
11. Новікова І.В. Маркетинг сфери послуг : навч. пос. / І.В. Новікова. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2004. 72 с
12. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями / за ред. В.М. Попова. 4-е вид., перероб. і доп. Київ : ЦУЛ, 2003. 382 с.

Кот Ю. А.

студентка

Навчально-наукового інституту публічної служби та управління

Національного університету «Одеська політехніка»

м. Одеса, Україна

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ЯК ФАКТОР УСПІШНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Бізнес планування – це важлива частина підприємницької діяльності у сучасному світі. Кожне підприємство складає бізнес план для успіху в організації, управлінні та контролі над формуванням процесу.

Чинне українське законодавство не вимагає складання бізнес-планів, але в деяких випадках бізнес-план має бути складено для участі в інвестиційних державних проєктах, отримання кредитних ліній та займів.

С. В. Князь, Н. Г. Георгіаді та Я. С. Богів визначають, що «технології бізнес-планування відрізняються рівнем деталізації і переліком показників, які використовуються для обґрунтування економічних вигод від реалізації бізнесових ідей. Аналіз технологій бізнес-планування на промислових підприємствах показав, що більшість із них базується на стандартах ЮНІДО, ЄБРР, КРМГ, BFM Group, а також MasterPlans, TACIS» [1, с. 199–200].

Нижче коротко розглянемо склад бізнес-плану.

Перший стандарт – це розробка ЮНІДО.

«Першим етапом технології ЮНІДО є підготовка резюме. Цей розділ, як відомо, є презентаційною частиною основних положень бізнес-плану. Наступним етапом технології бізнес-планування є оцінювання ринків збуту продукції (послуг). У цьому розділі подаються розрахунки, призначені для обґрунтування значень показників, а саме: місткість ринку є показником, значення якого свідчить про необхідні виробничі потужності, потрібний обсяг інвестицій, потребу в географічній диверсифікації виробничих підрозділів тощо. На цьому етапі технології бізнес-планування, здійснюють структурування фактичного поточного попиту на продукцію (послуги) у розрізі сегментів ринку, ідентифікування цільових ринків, встановлення рівня конкуренції і визначення

основних конкурентів, прогнозування динаміки зміни попиту на продукцію (послуги) і способи проникнення продукції конкурентів на ринки. За результатами оцінювання ринку збуту відбувається планування маркетингу. Цей етап технології бізнес-планування складається з двох частин. Одна з них присвячена розкриттю суті стратегії маркетингу, інша – тактичному плануванню маркетингу» [1, с. 200].

«Виробнича програма складається з двох розділів: плану виробництва продукції в натуральному (умовно-натуральному) вираженні та плану виробництва у вартісному вираженні. В основу розроблення виробничої програми повинна бути покладена потреба в конкретній продукції» [2, с. 78].

«Завершальним етапом технології бізнес-планування є фінансове планування і фінансовий аналіз. Він охоплює побудову стратегії фінансування проекту реалізації бізнесової ідеї, складання плану доходів і витрат, побудову плану додатних і від'ємних грошових потоків, формування плану активів і пасивів, побудову графіка беззбитковості, оцінювання ризиків і передбачення можливих шляхів їхньої ліквідації або мінімізації» [2, с. 80].

Однією із найпоширеніших є також технологія бізнес-планування відповідно до стандарту ЄБРР.

«Ураховуючи те що ЄБРР був створений для сприяння промислового й торговельного розвитку країн Центральної Європи та Центральної Азії, то практично всі проекти, які ним реалізуються, мають міжнародний характер, вони передбачають залучення іноземних інвестицій і кредитів. Висока ймовірність реалізації ризиків проектів під час виконання інвестиційних проектів зумовила те, що технологія бізнес-планування, яка здійснюється відповідно до стандартів ЄБРР, розпочинається з узгодження юридичних умов реалізації проекту у формі підписання меморандуму про конфіденційність інформації. У меморандумі про конфіденційність наводиться інформація про те, що особа, яка знайомиться з бізнес-планом, бере на себе зобов'язання і гарантує непоширення цієї інформації без дозволу автора» [3, с. 105].

«Відповідно до стандартів ЄБРР, наступний етап технології бізнес-планування такий самий, як і в стандарті ЮНІДО, а саме – підготовка резюме. Щоправда, керуючися цим стандартом,

наповнення резюме бізнес-плану дещо інше. Різниця полягає в тому, що за стандартом ЄБРР у резюме більше уваги приділяється маркетингу, зокрема опису ринку, його сегментуванню, конкретизації цільових споживачів, розкриттю особливостей географії ринку. Характерною особливістю резюме, підготовленого відповідно до стандартів ЄБРР, є також те, що в ньому приділяється увага інноваційності пропонованого продукту, огляду технології його створення, особливостям проведення необхідних НДДКР на передінвестиційній стадії реалізації проєкту» [1, с. 202].

«Черговим етапом технології бізнес-планування відповідно до стандарту ЄБРР є аналіз підприємства, на якому планується реалізувати проєкт. Після етапу аналізування підприємства технологією бізнес-планування за стандартами ЄБРР передбачено етап формування ідеї пропонованого проєкту. Характерною особливістю як цього етапу бізнес-планування, так і загалом стандарту ЄБРР є те, що в ньому здійснюється екологічне оцінювання проєкту» [1, с. 203].

До поширених технологій бізнес-планування належить також технологія, що базується на стандарті КРМГ.

«Технологія бізнес-планування, розроблена компанією КРМГ, стала стандартом, оскільки КРМГ запропонувала на ринок програмний продукт «Інтерактивна бізнес-модель підприємства», який є електронним документом у форматі MS Excel. Цей продукт уможливорює при формуванні бізнес-плану в будь-якому форматі розробляти інтерактивну бізнес-модель підприємства, яка є інструментом фінансового аналізу й джерелом отримання необхідних фінансових показників» [3, с. 110].

«Технологія бізнес-планування за стандартом КРМГ близька до технології бізнес-планування за стандартом ЮНІДО. Є лише певні відмінності в наповненні кожного з етапів технології бізнес-планування. Попри це перевагою бізнес-плану, підготовленого за стандартом КРМГ, є те, що в ньому приділяється увага обчисленню проєктної собівартості пропонованої продукції (послуг), що засвідчує прозорість використовуваного підходу до управління витратами й дозволяє на передпроектній стадії реалізації бізнесової ідеї аналізувати можливі резерви зниження собівартості. Щодо недоліків цієї технології, то в ній надто закритими є інформація щодо

особливостей матеріально-технічного забезпечення виконання виробничої програми підприємства та порядок забезпечення проєкту виробничими потужностями» [1, с. 204].

«Для проєктів, які передбачають впровадження продуктів, які є інновацією для ринку, прийнятною є технологія бізнес-планування, яка базується на стандарті TACIS. Перший етап технології присвячений розкриттю передісторії необхідності реалізації інновацій. На другому етапі акцентується увага на інноваційності пропонованого продукту. Третій етап дає уявлення про потенційні ринки й очікуваний рівень попиту на інноваційний продукт. Аргументування обраної моделі управління проєктом реалізації бізнесової ідеї відбувається на четвертому етапі. Завершується технологія бізнес-планування обґрунтуванням обсягу необхідних інвестицій та фінансовим плануванням, зокрема обсягу доходів витрат, активів, пасивів тощо. Недоліком цієї технології є те, що в ній не відображено виробничої програми підприємства, а також плану матеріально-технічного забезпечення її виконання. Як наслідок, непрозорою є інформація про виробничі потужності, необхідні для реалізації проєкту, графік їхнього впровадження й експлуатації. Крім того, технологія бізнес-планування відповідно до стандарту TACIS не конкретизує, яка частка проєкту фінансуватиметься за рахунок власних коштів підприємства, а яка за рахунок кредитів» [4, с. 230].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Князь С. В., Георгіаді Н. Г., Богів Я. С. Бізнес-планування інноваційних проєктів: сутність технологій, переваги і недоліки. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2. С. 199–207.
2. Подік С. М., Подік А. С. Бізнес-план банку. Київ : ФАДА, 2010. 255 с.
3. Тарасюк Г. М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз. Житомир : ЖДТУ, 2006. 258 с.
4. Селезньова Г.О., Сиров В. В. Система бізнес-планування на підприємстві та її елементи. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2016. Випуск 4(04). С. 228–232.

Kukhta Pavlo
PhD in Economics, Associate Professor
Department of Management of Innovative and Investment Activity
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Popovych Nelik
Master's degree
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Kyiv, Ukraine

TAKING INTO ACCOUNT OF THE INFLUENCE OF EXTERNAL FACTORS ON THE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Any enterprise is an open system that is in constant interaction with certain elements of the external environment. Due attention should be paid to the study of the external environment, as it determines the level of certainty in which management decisions are made. Under the external environment of the enterprise is understood a set of economic entities, economic, social and natural conditions, national and interstate institutional structures and other external to the enterprise conditions and factors operating in the global environment [1]. The dynamism of the external environment, diversification and the relationship of its factors prevent the accurate and simultaneous consideration of all possible consequences of the constant impact on the various activities of the enterprise. Timely and objective assessment of phenomena, processes and trends occurring in the external environment is also hampered by the lack of the necessary amount of reliable information.

Given the above, business leaders should limit the range of external factors that must be taken into account, giving preference to those of them that most significantly affect performance. Achieving this goal is largely due to the correct identification of the enterprise environment and the factors operating in it. Managers in assessing the impact of the external environment on the company need to consider the following factors:

– *suppliers of resources* (they are various business entities that provide the company with the necessary logistical, labor and information resources). Each production enterprise must carefully monitor the dynamics of prices for supply facilities, the regular supply of resources needed to implement the production program. Otherwise, problems with

the production and sale of manufactured products can quickly appear, and in the long run – there is a risk of losing the image of the company acquired over the years and the commitment of regular partners and customers. Therefore, modern companies are very picky about the choice of suppliers (especially if there are alternatives), but seek to maintain long-term relationships with those who work in the common interest. The great influence of suppliers on the activities of enterprises is evidenced at least by the fact that after the collapse of the Soviet Union, the abandonment of partnerships hit the economy of all post-Soviet countries very hard;

– *intermediaries* (these are the companies, organizations or individuals (entrepreneurs) who help manufacturers in the sale of their goods in the relevant markets). These include trade intermediaries, companies specializing in the organization of trade (including transport companies, warehousing network), agencies for the provision of marketing services (special research, consulting, advertising, etc.), as well as credit and financial institutions for commercial purposes (commercial banks, insurance companies). Effective cooperation with intermediaries can help the company gain a strong market position, work effectively and develop, and the poor choice of intermediaries who only “wind” the price of the product, rather than caring for its effective sale, can lead the company to bankruptcy. In particular, during the transition period in Ukraine, intermediaries very often parasitized on large manufacturing enterprises, sucking out working capital from them (although, unfortunately, in many cases it was the conscious actions of both parties);

– *consumers*. Manufacturers must carefully and constantly study their customers (consumers of products, services) in order to monitor market conditions and respond quickly to changes. It should be noted that such monitoring should be carried out in different clientele markets [2; 3]: consumer (goods and services for personal consumption), producers (products for industrial and technical purposes), intermediate sellers (goods for resale in order to obtain a certain profit), government and various commercial structures (wholesale and retail buyers), global, covering all the previously listed types of market clientele;

– *competitors* (commercial success in the domestic and foreign markets is usually achieved by the business entity, which comprehensively and systematically studies its competitors, offers

customers competitive products). Moreover, it is crucial to develop and adhere to a certain market strategy and tactics, taking into account many factors that directly affect the level and degree of competition. Competitive “wars” sometimes last for years, as is the case between Coca-Cola and PepsiCo, and sometimes lead to the final loss of market position even in the domestic market, which is typical of a large number of Ukrainian companies. But it should be noted that in some cases, competitors can become partners and thus significantly increase their competitiveness. Thus, over the past few years, the world economy has experienced a kind of surge in mergers and acquisitions (merger of “British Petroleum” (England) and “Amoco” (USA) in August 1998 – the largest in this century, the annual profit from the merger was \$ 108 billion, after the merger of Mercedes-Benz and Kraisler in the summer of 1998, the newly formed Mercedes-Kraisler became one of the world’s largest automobile companies, and in the fall of 2002, two leading Ukrainian software manufacturers, the corporation, merged (Kvazar-Micro and Telesens Ukraine). The purpose of the merger is to become one of the three largest national software manufacturers.

Significant direct impact on the activities of enterprises have the so-called “contact audiences”, which include:

- public authorities that take regulatory action and directly affect the level and degree of competition. These include state legislatures, various state representative and executive institutions that monitor compliance with the law and issue the necessary regulations, local administrative bodies, as well as trade unions and other public organizations and associations of citizens (eg, consumer associations, entrepreneurs, Green World Association, etc.);

- mass media (they can place articles-orders concerning certain aspects of activity of the organization or its representative. It can be both “image-information” and information – “killers”);

- local population, which may feel the negative impact of the enterprise (noise, environmental pollution, etc.), and therefore interfere with its activities, and can support – in the case when the enterprise creates new jobs, regularly pays taxes, participates in charitable activities.

Among the most important factors of direct action at the present stage a special place belongs to the Laws of Ukraine on Enterprise, Entrepreneurship, Property, Labor Protection, Consumer Protection,

Restriction of Monopoly and Prevention of Unfair Competition, government decrees and regulations, regulations of sectoral and territorial authorities. aimed at legal and organizational regulation of relations between state authorities and economic entities, regulation of norms and rules of their behavior (rules of the game) in the economic space [4]. The current legislation in the country can promote the general economic development, and can slow it down, can positively influence activity of some enterprises and create obstacles to their competitors. The state of legislation is characterized not only by complexity, but also by variability, and sometimes even by uncertainty, which is especially characteristic of the transition period [3]. Thus, the higher the degree of state intervention in economic processes, the narrower the “corridor” of entrepreneurial freedom, and, conversely, when establishing a market model of management includes mechanisms for development and self-regulation of economic relations, reducing the role of the state to arbiter relations. Managers also need to closely monitor the macro-factors of the external environment and properly assess the associated threats or benefits (prospects) in developing a business strategy, which include: economic, political, socio-cultural, scientific and technological and others.

REFERENCES:

1. Adizes, I. (2018) *Upravlinnia zhyttievym tsyklom korporatsij* [Managing the Life Cycle of the Corporation]. Kharkiv: Klub Simejnoho Dozvillia.
2. Pulina, T.V., Korotunova, O.V. and Klimush, G.S. (2014) “Justification of the Choice of Strategies for the Development of the Metallurgical Enterprise”. *Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Seriiia “Ekonomichni nauky”*, vol. 9, pp. 152–159.
3. Teslenok, I.M. and Kryms'ka, L.O. (2012) *Stratehichnyj analiz zovnishn'oho seredovyscha v systemi upravlinnia promyslovym pidpriemstvom* [Strategic Analysis of the External Environment in the Management System of an Industrial Enterprise]. Zaporizhzhia: ZNTU.
4. Vasylenko, V.A. and Tkachenko, T.I. (2003) *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management. Kyiv: TsUL.

Титикало В. С.
кандидат економічних наук, доцент
Національного медичного університету імені О. О. Богомольця
м. Київ, Україна

ПРОСТОРОВЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Постіндустріальний розвиток економіки вимагає від підприємств врахування при специфічних особливостей побудови процесно-орієнтованої і просторової побудови системи управління. Взаємне орієнтування бізнес-процесів і складових економічного потенціалу обумовлює необхідність формування позиції відносно основних конкурентів та стратегічної орієнтації через їхнє взаємне посилення в часі і просторі. Це дозволить створити економіко-інформаційний простір задля розробки системи моніторингу, здатну диференційовано діагностувати силу впливу небезпек та відображати характер адаптивно-гармонізаційної політики управління економічним потенціалом та зміну вектору використання довгострокових стратегічних ресурсів на підприємствах.

Просторова інтеграція як чинник формування передумов розвитку потенціалу підприємства займає значне місце при побудові архітектоніки ефективної співпраці із складовими зовнішнього середовища на засадах партнерських відносин та збалансованого підтримання інтересів сторін (власників, контрагентів, кредиторів, інвесторів, постачальників, споживачів та ін.). Чіткість встановлення своєї позиції, своєчасне і системне реагування на нові виклики у конкурентному оточенні сприятиме нівелюванню нових загроз при виникненні протиріч розвитку зовнішнього потенціалу сприятиме посиленню адаптивних функцій підприємства. Модель формування процесно-просторового управління економічним потенціалом підприємства (рис. 1) ґрунтується на використанні системного підходу при формуванні методичних положень щодо поєднання бізнес-процесів і складових економічного потенціалу на підставі функціонально-ресурсного наповнення і можливостей до змін.

Створення потенціалу підприємства та його розвитку можна представити як процес формування переліку можливостей, а також планування сценаріїв їх реалізації з метою здійснення

неотехнологічного відтворення та необхідного темпу зміцнення конкурентних позицій підприємства. Системність характеру розвитку економічного потенціалу підприємства обумовлює його формування і зміни, тобто необхідно на постійній основі здійснювати процеси змістовного наповнення складових потенціалу із реалізацією політики ресурсозбереження.

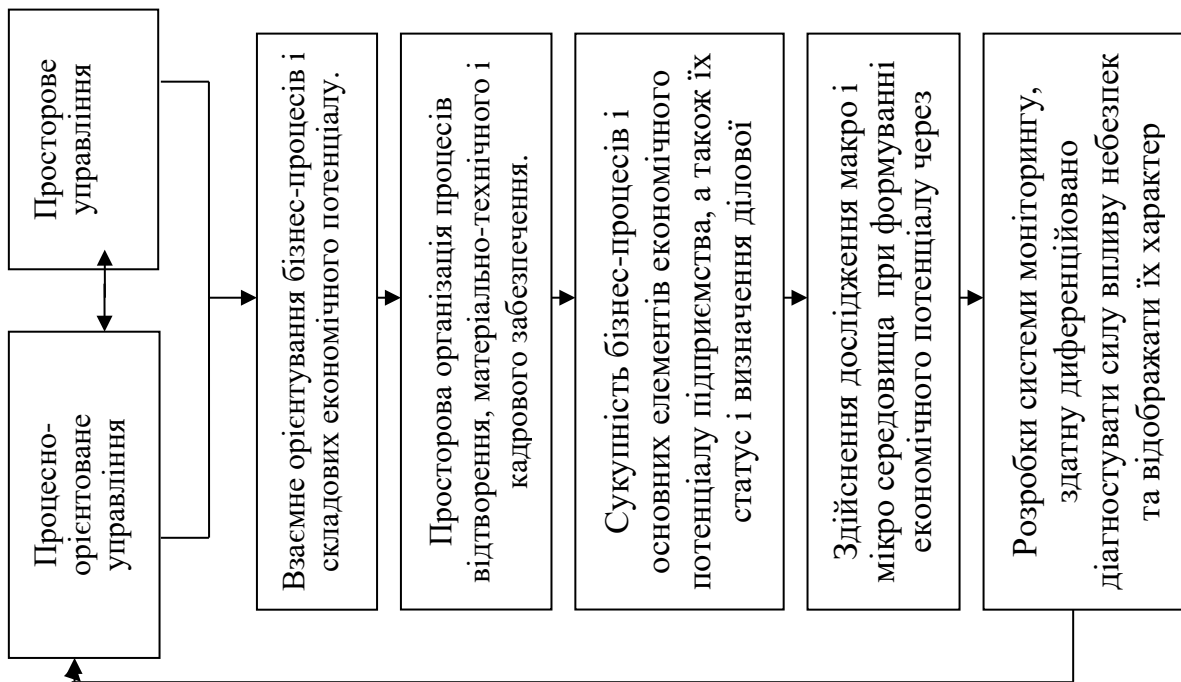


Рис. 1. Модель формування процесно-просторового управління економічним потенціалом підприємства

Формування та ефективність використання системи матеріально-технічного забезпечення підприємства суттєво залежить від того, наскільки режим забезпечення підприємства узгоджений із режимом виробничого споживання матеріальних ресурсів, якою мірою вартість, якість і технологічна готовність продукції, що постачається, відповідають вимогам підприємства. Особливо важливим є забезпечення взаємодії підприємств в інформаційному середовищі, що забезпечує координацію всіх видів діяльності [1, с. 126]. Просторова організація процесів відтворення, матеріально-технічного і кадрового забезпечення дозволяє підвищити ефективність діяльності і передбачуваність динаміки змін ринків, перспектив розвитку і потребу у визначеного типу ресурсів.

Аналіз факторів, що впливають на формування просторового управління економічного потенціалу, доцільно здійснювати відповідно до місця і сили впливу на перспективи діяльності підприємства: зовнішнє макросередовище, зовнішнє мікросередовище, внутрішнє середовище підприємства. Макроекономічні чинники поділяються на такі групи: економічні, політичні, правові, екологічні, науково-технічні, демографічні, соціально-культурні та сегментно-орієнтовані на відповідних ринках. При чому важливим є обґрунтування перерахованих груп чинників.

У разі потреби до внутрішніх факторів мікросередовища можна додати іноземних споживачів, посередників, конкурентів і партнерів, а також дослідити ринок праці для трудомістких виробництв. Після проведення аналізу зовнішнього макросередовища та аналізу зовнішнього мікросередовища, тобто постачальників, споживачів підприємства, доцільно здійснити аналіз внутрішнього середовища підприємства з позиції рівня використання складових економічного потенціалу за видами ресурсів. Внутрішнє середовище підприємства представляє собою при процесно-орієнтованому управлінні – бізнес-процеси, при просторовому управлінні це сукупність взаємопов'язаних складових економічного потенціалу, а також можливих внутрішніх змінних, що визначають перспективи його діяльності. Внутрішнє середовище має безпосередній вплив на функціонування підприємства і являє собою систему факторів, які діють всередині підприємства. Сукупність бізнес-процесів і основних елементів економічного потенціалу підприємства, а також їх статус і визначають ділову активність, стійкість, ресурси і можливості, якими воно володіє.

Управління на основі ранжування відбувається на основі моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства для визначення необхідності впровадження змін та готовності підприємства до швидкого реагування на них. За результатами моніторингу здійснюється оцінка зовнішніх тенденцій, у результаті чого оцінюється терміновість реагування підприємства на них [2, с. 28].

Аналіз навколишнього середовища підприємства починається з аналізу характер попиту на продукцію та параметри дії факторів, які

безпосередньо взаємодіють з нею, а також постачальників, конкурентів, які є найбільш значимі для підприємства.

Внаслідок впливу визначених чинників постійно мають відбуватись визначені структурні адаптації всередині самого потенціалу шляхом зміни пріоритетних функціональних стратегій задля забезпечення передумов розвитку потенціалу на конкурентних засадах, а також якісних (інноваційно спрямованих) та кількісних техніко-економічних показників діяльності, які відображають його наявні можливості і характеризують зрушення на підставі застосування економіки знань.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Ареф'єва О. В., Вовк О. М., Посипайко Є. А. Інтенсифікація формування матеріально-технічного забезпечення підприємства в умовах неоіндустріальної модернізації. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2020. № 2. С. 123–131.
2. Побережна З. М. Концептуальні засади стратегічного управління бізнес-моделлю авіапідприємства. *Підприємництво і торгівля*. 2021. № 31. С. 26–32.

Трифонов І. Д.

студент

*Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна*

УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Практичні рішення оцінки інвестиційної привабливості підприємств сучасних європейських організацій із надання послуг консультації та інвестиційних організацій наразі являються комерційною таємницею.

Тобто дані не доступні аудиторії у широкому розумінні та не є адаптованими, саме цей показник впливає на актуальність даної теми.

Розраховуючи інвестиційну привабливість, дивлячись на рівні доходу та ризику, слід зауважити, що з цього випливає саме співвідношення рівнів ризику та ставки дохідності.

Звідси, ми розуміємо, що незалежно від підходу, який використовує експерт або аналітик до визначення терміну «інвестиційна привабливість», наразі його імплементують саме для оцінки показника доцільності вкладень в ту чи іншу структуру, вибору інших можливостей і розрахунок ефективності територіального аспекту ресурсів. Для структури є можливим відобразити наступне розподілення інвестиційної привабливості – це вірогідна кількісна та якісна споріднена резюмуюча складова внутрішніх та зовнішніх здатностей підприємства плануемого інвестування виокремлювати та інтегрувати інвестиційні ресурси для подальшого розвитку і забезпечувати максимізацію економічного ефекту суб'єктам інвестування при мінімальному інвестиційному ризику.

Інвестиційна привабливість є необхідним показником для експертів, так як аналіз структури та її інвестиційної привабливості дозволяє мінімізувати ризик неправильного розподілення ресурсів.

Щодо отримання інвестиційної привабливості підприємства слід розуміти все можливе поле факторів, що впливають на його інвестиційну привабливість.

Серед підходів до управління акціонерним капіталом особливо актуальним є вартісно орієнтований підхід, що передбачає спрямування на підвищення вартості підприємства.

Кінцевий результат враховує усі найважливіші параметри (показники) цільової та виробничої роботи організації, в тому числі як і господарської діяльності в цілому. При її впровадженні використовуються дані про виробничий рівень організації, рентабельність його виробленого товару, ефективність використання виробничих і фінансових ресурсів, статус і розміщення активів, їх джерела та ін.

Модуль визначення інвестиційної привабливості підприємства необхідна коли інвестор працює із різноманіттям того чи іншого роду етапів, які треба змаштабувати у підрозділи об'єднані змістом. Подальша робота ведеться не з усіма показниками, а з масштабованим підрозділом – фактором.

Результати економічної звітності зазвичай являються найкращими при аналізі експертами та потенційними акціонерами привабливості підприємства.

Слід використання для тактичного акціонера є варіант вартісної оцінки. Щоб імплементувати даний метод, слід використовувати фінансову звітність, що доповнюється практичним об'ємом зовнішньої і внутрішньої інформації, у розрізі факторів вартості.

Отримана інформація щодо наявних варіативностей оцінки інвестиційної привабливості згідно до джерела результуючої інформації (зовнішні, внутрішні), дає можливість оцінити область застосування і, відповідно, можливість використання для оцінки інвестиційної привабливості підприємств усіх організаційно-правових моделей.

Цілі інвестиційного менеджменту споріднені із цілями інноваційного менеджменту, мають на меті саме виконання:

- оптимальних горизонтальних рухів економічного розвитку фірми (підприємства) за результатами ефективної інвестиційної діяльності;
- підвищення рівня доходів (прибутку від інвестиційної діяльності);
- зменшення інвестиційних ризиків;
- фінансової стійкості і конкурентності організації у процесі проходження інвестиційної діяльності;
- своєчасності реалізації інвестиційних проектів і програм.

Функції інвестиційного менеджменту:

- дослідження зовнішнього інвестиційного середовища та прогнозування кон'юнктури інвестиційної діяльності;
- розробка стратегічних напрямків інвестиційної діяльності суб'єкта підприємництва та формування інвестиційних ресурсів;
- інформація щодо інвестиційних переваг реальних проектів і вибір найефективніших;
- моделювання інвестиційного заходу за показниками дохідності, ризику та ліквідності;
- організація моніторингу інвестиційних програм і проектів;
- розроблення рішень про вихід з малоперспективних проектів
- ідеї інвестиційного менеджменту:

Інтеграція на тактичні цілі розробки організації – управлінські рішення в сфері інвестиційної діяльності не повинні вступати в протиріччя з метою й тактичними напрямками діяльності підприємства та системами управління.

Цілісність інвестиційних моделей, а також результатів інвестиційної політики та інструментів для її отримання проявляє у собі:

- проблематика інвестиційного менеджменту, що передбачає
- визначення ключових етапів
- структурування
- обрахування за інвестиційною діяльністю

Отже, для визначення інвестиційної привабливості підприємства слід міркувати та слідкувати за такими основними значеннями як:

- якість продукції підприємства
- кадрова політика
- інноваційна діяльність
- фінансова складова
- територіальна інтеграція
- соціальний клімат

Відновлення інвестиційного клімату є першочерговим завданням, досягти виконання якого можна, лише чітко притримуючись процесом покращення інвестиційної привабливості всіх секторів та елементів у них з огляду на інвестиційне поле та, в першу чергу, підприємств.

Метою покращення інвестиційної привабливості підприємства маємо на завданні саме вилучення кращих умов із наявних для вкладення власних і позикових фінансових коштів та інших можливих активів, задля досягнення позначки відповідності доходів щодо рівня вкладених коштів.

Для цього слід примножувати економічну діяльність підприємства, винаходити ліпші умови для покращення місця в погоні за конкурентоспроможністю.

Виходячи з розглянутих рівнів та показників й проходить процес формування інвестиційної привабливості структури, методи її визначення та описаний формуючий підхід, з встановленням періодичного простеження динаміки ефективності, дозволяють нам змодельовати своєчасні кількісні та якісні коефіцієнти, що

аналізують деталі інвестиційної привабливості цієї структури, а також вилучити об'єктивну та суб'єктивну схему статусу та ефективності розпорядження існуючим інвестиційним потенціалом та структурою інвестиційних показників.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Гребенюк Н.О. Інвестиційна привабливість: сутність та засоби покращення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 12. С. 12–17.
2. Бриль К.Г. Визначення складових механізму підвищення інвестиційної привабливості підприємства. *Інвестиції: практика і досвід*. 2010. № 24. С. 12–15.
3. Катан Л.І. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства. *Финансовые рынки и ценные бумаги*. 2010. № 17. С. 23–25.
4. Бутинко В.В. Інвестиційна привабливість підприємств: економічний зміст та дефініції. *Агросвіт*. 2013. № 9. С. 61–64.
5. Єпіфанов А.О., Дехтяр Н.А., Мельник Т.М. та ін. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання : монографія / за ред. А.О. Єпіфанова. Суми : УАБС НБУ, 2007. 286 с.
6. Бутов А.М. Методичні основи оцінки інвестиційної привабливості підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 2012. № 6(16). С. 77–81.
7. Боярко І.М. Оцінка інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 7. С. 90–99.

СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Кошова Л. М.

асистент кафедри маркетингу

Полтавського державного аграрного університету

Вальковська А. П.

студентка

Полтавського державного аграрного університету

м. Полтава, Україна

МАРКЕТИНГОВЕ ДИВЕРСИФІКУВАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ ПРИ ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: УМОВИ ЗЕЛЕНОГО РИНКУ

Однією з проблем розвитку суспільства характеризується суперечністю організації діяльності вітчизняних підприємств на сьогоднішній день яка вимагає обґрунтованих раціональних дій, оскільки не тільки зовнішнє середовище, але й самі екопідприємства та їх товарне пропонування під впливом часу та обставин істотно змінюються [1].

Для кожного екопідприємства особливо гостро стоять питання створення, збереження та посилення конкурентних позицій в довгостроковій перспективі, що неможливо, зокрема, без розробки маркетингового механізму забезпечення конкурентоспроможності органічних господарств при диверсифікуванні енергоресурсів та їх ефективного функціонування. Для сучасної екологічної діяльності характерним є високий ступінь конкуренції на ринку. Підвищення жорсткості методів та форм проявлення конкуренції, прискорення темпів змін параметрів ринку викликали об'єктивну необхідність розроблення та втілення на українських підприємствах принципово нових підходів до удосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства та його продукції. Підприємство можна охарактеризувати як конкурентоспроможне, якщо воно володіє та ефективно використовує прояви переваги над конкурентами у різних напрямках діяльності на ринку. Кожен регіон України слідкує за

екобезпекою області та виготовленням органічної продукції при цьому не створюючи негаразди навколишньому середовищу. Виробництво органічної продукції передбачає мінімізацію економічних та екологічних затрат, що передбачає підвищення маркетингового потенціалу до рівня задоволення потреб держави і кожного субєкта зокрема.

Так, на Полтавщині було встановлено сонячну електростанцію без «зеленого» тарифу [1].



Рис. 1. Сонячна електростанція на Полтавщині

У даному проекті використано майже десять тисяч сонячних батарей. Особливістю цього проекту є відсутність використання будь-яких дотацій чи «зеленого» тарифу. На промисловому майданчику Полтавського гірничо-збагачувального комбінату встановили пілотну СЕС потужністю 5 МВт. Про це повідомили в Державному агентстві з енергоефективності та енергозбереження.

Голова правління ПГЗК Віктор Лотоус повідомив: «Ми починаємо нову історію розвитку альтернативної електроенергетики. Ми відкриваємо першу СЕС серед усіх об'єктів гірничодобувної галузі України. Відомо, що сонячна електростанція [2] генеруватиме електроенергію для власних потреб підприємства – це перший крок до декарбонізації та підвищення своєї конкурентоздатності. Тут слід зазначити, що це гарний приклад для інших компаній, які хочуть бути енергонезалежними та успішними на зовнішніх ринках без ризиків механізму СВМ. СЕС вироблятиме 6,5-7 млн кВт*год електроенергії на рік і подаватиме її для споживання підприємствами групи на промисловому

майданчику. У цьому проекті використано майже десять тисяч сонячних батарей. Панелі встановлено на відвалах кар'єрів з метою раціонального використання площ. У майбутньому планують реалізувати проекти електростанцій для виробництва відновлюваної енергії потужністю від 250 до 1000 МВт. Компанія планує перехід на «чисту» енергію як частину програми декарбонізації виробленої продукції. Так протягом 2020 року до столичних електромереж було підключено 41 домашню сонячну електростанцію (СЕС). За даними компанії «ДТЕК Київські електромережі», таким чином їх загальна кількість зросла на 20% – до 222 [3]. За останні два роки український ринок виробництва «зеленої» електроенергії перейшов від стрімкого зростання до застою. Держава спочатку запропонувала фінансово привабливу для інвесторів та легку в адмініструванні схему «зеленого» тарифу. Схему, яка добре підходить для початкового запуску ринку, однак не для його постійного функціонування.

Проте влада не змогла вчасно перейти до нових моделей підтримки виробництва електроенергії з відновлюваних джерел енергії (ВДЕ). Коли це призвело до фінансових проблем, вона перестала платити інвесторам, аби вибити з них «добровільну» згоду на зниження «зеленого» тарифу.

Бажання вкладати кошти в такі проекти зникло і в інвесторів, і в банків. З 2020 року ЄБРР припинив фінансування таких проектів. Отже, старі моделі вже не працюють, а нових ще нема. Урядовці та експерти почали розробляти законопроекти стосовно таких бізнес-моделей. Причому увага приділяється інструментам, що підходять лише для великих гравців ринку. Мова йде про аукціони, що мають замінити «зелений» тариф, а також про приватні РРА (Power Purchase Agreement) – договори, що підписуються великими виробниками та споживачами.

Однак ринок ВДЕ суттєво відрізняється від традиційних енергетичних ринків. На «зеленому» ринку працюють сотні виробників різного масштабу. Серед них – багато малих учасників, кожен з яких володіє кількома десятками чи сотнями кіловат встановленої потужності. Типові приклади – фермери, власники пекарень, готелів чи СПА-салонів, які встановили сонячні панелі на дахах своїх будинків. Для такої розподіленої генерації аукціон як інструмент не підійде, зате може підійти випробувана у світі модель

net metering [4]. Маркетингова складова диверсифікування енергоресурсів ековиробництва при підвищенні конкурентоспроможності агропідприємств в Україні на сьогодні розвинута недостатньо. Але тут вступає в дію програма Зеленого ринку електроенергії, який складається з п'яти головних складових.

Такий механізм існує в розвинутих країнах. Він дозволяє малим виробникам продавати надлишки виробленого в мережу. Він відомий як **net metering** (система чистого вимірювання), а один з його популярних варіантів отримав назву net billing (система чистого обліку). За цими термінами прихований простий інструмент стимулювання виробництва енергії з ВДЕ Його ідея полягає у тому, що домашній споживач або супермаркет, які мають на даху сонячну електростанцію, можуть вільно віддавати надлишки електроенергії в мережу і платити лише за різницю між спожитою та відданою в мережу електроенергією.

Net metering має кілька варіантів. Наприклад, взаємозаліки між постачальниками та споживачами можуть проводитися на основі кількості відданих та спожитих кіловат-годин. В інших випадках основою для розрахунку може бути ціна електроенергії в кожен проміжок часу.

Такий механізм запровадили 70 країн, включно з багатьма державами ЄС та Північної Америки. Він працює в Австралії – на одному з найбільш інноваційних ринків електроенергії у світі. Є великий простір для застосування цієї моделі і в Україні.

При цьому, механізм підвищення маркетингового рівня диверсифікування енергоресурсів ековиробництва при підвищенні конкурентоспроможності вітчизняних екопідприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках необхідно орієнтувати на реалізацію невикористаних конкурентних переваг екопродукції, з урахуванням зеленої енергетики, тут доречно враховувати наступні принципи:

- системний розвиток всіх параметрів конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції без домінування окремих складових (зокрема, економічних);
- збалансування різносторонніх економічних інтересів товаровиробників, експортерів та держави в процесі забезпечення та

використання конкурентного потенціалу українського аграрного ринку;

– реалізація певних конкурентних переваг сільськогосподарської продукції на світовому ринку, які не повинні знижувати конкурентоспроможність вітчизняних товаровиробників та їх продукції на внутрішньому ринку.

Отже, маркетингове диверсифікування енергоресурсів ековиробництва при підвищенні конкурентоспроможності підприємства пояснюється виділенням основних напрямків щодо їх постачання що дасть змогу приймати високоефективні рішення щодо зниження імпортозалежності енергетики України із постійним розширенням видів маркетингового диверсифікування енергоресурсів при ековиробництві.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Маркетинговий механізм забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3388>
2. Сонячна електростанція генеруватиме електроенергію для власних потреб. URL: <https://glavcom.ua/news/na-poltavshchini-vstanovili-sonyachnu-elektro-stanciyu-bez-zelenogo-tarifu-foto-770288.html>
3. «ДТЕК Київські електромережі». URL: <https://glavcom.ua/news/na-poltavshchini-vstanovili-sonyachnu-elektro-stanciyu-bez-zelenogo-tarifu-foto-770288.html>
4. Модель net metering. «Зелений» тариф. Кінець ери дорогої енергетики для України. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2021/10/12/678651/>

СЕКЦІЯ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Бессонова А. В.

*аспірант кафедри економіки підприємств
Приазовського державного технічного університету
м. Маріуполь, Україна*

АКТУАЛЬНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Оцінка потенціалу кадрів є основою будь-яких заходів, пов'язаних з управлінням персоналом. Оцінка кадрового потенціалу – ефективний інструмент, який дозволяє побачити потенційні здібності працівників та оцінити окупність витрат на кадри. Залежно від цілей та завдань підприємства, потрібен певний набір критеріїв та методів оцінки персоналу. Для будь-яких підприємств оцінка кадрового потенціалу дає можливість управляти та коригувати напрямок потенціалу працівників, оцінювати ефективність його використання, а також, за необхідності, складати та впроваджувати програми навчання та розвитку працівників.

Нажаль, нині немає єдиного методу оцінки потенціалу персоналу. Кожне підприємство використовує ті напрацювання та методики, що відповідають специфічним вимогам галузі його роботи, соціальним та економічним умовам регіону та розвиненості власної кадрової служби [1].

Загалом виділяється п'ять груп методів оцінки кадрового потенціалу, які можна використовувати в організації.

До першої групи належать методи характеру оцінюваних показників. До них відноситься метод оцінки узагальнюючих показників (працездатність за віковими групами, ступінь підвищення продуктивності праці) та приватних показників (результативність праці, рівень компетенції, рівень професійних знань).

До другої групи належать методи оцінки залежно від процесу. До них відносяться непрямий метод (оцінка, аудит персоналу та робочих місць) та метод моніторингу (постійне отримання об'єктивної, всебічної, актуальної інформації та її аналіз).

Третя група включає до себе методи аналізу за способом збору даних. Сюди відносяться аналіз документів працівників (їх освіта, кваліфікація, стаж роботи), опитувальний метод (анкетування, інтерв'ю, круглі столи) та аналіз робочого процесу (фотографування робочого процесу та місця робіт). Завдяки цьому керівництво має змогу оптимізувати робочий процес на підприємстві.

До четвертої групи можна віднести методику за змістом та предметом оцінки. До групи включаються персональні та колективні здібності працівників (підрозділів, відділів фірми), а також сюди можна віднести і кількісні (вартісні, натуральні), якісні (описові), вартісні, витратні та результативні методи оцінювання.

П'ятий метод оцінки групується за способом аналізу даних. У цій добірці методик використовуються: метод статистичних даних (порівняння показників із попередніми даними за певний період); спосіб зіставлення планових і фактичних результатів після закінчення встановленого планом терміну; метод нормативних зіставлень (порівняння фактичних показників із нормативними); метод формування кількох проектів розвитку потенціалу кадрів та їх порівняння між собою [2].

У разі необхідності оцінки кадрового потенціалу підприємства керівництву слід визначити мету і можливу проблему, що виникла, або комплекс проблем, і сформулювати завдання, які ставить перед собою організація в процесі оцінки. Забезпечення ефективного використання кадрового потенціалу, його планування та розвитку, а також реалізації заходів у галузі оцінки потенціалу працівників є головною метою організації та її довгостроковою стратегією.

Оцінка кадрового потенціалу дає потенційні можливості для будь-якого підприємства у галузі аналізу рівня підготовки працівників до виконання їх професійних обов'язків, виявлення потенціалу для зростання продуктивності праці, перспективного зростання кожного співробітника та колективу в цілому [3].

Отже, головним стратегічним ресурсом та потенційною перевагою підприємства є його персонал. Для успішного просування та розвитку будь-якої організації необхідно ефективно використання прихованих можливостей співробітників, їхнього потенціалу. У складній, постійно мінливої економічної ситуації фірми будь-яких розмірів і форм організації повинні не лише швидко реагувати на

зміни середовища господарювання, а й виробляти свою довгострокову стратегію, прогнозувати майбутні зміни і бути готовими до них. У багатьох організаціях шляхом модернізації виробництва відбувається удосконалення робочого процесу, що потребує певних зусиль та здібностей від кожного працівника, а також вивільнення його трудових резервів. Тому кадровий потенціал є дуже важливою складовою діяльності підприємства та має бути всебічно вивчений та ефективно використаний.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Сайт спілки спеціалістів з управління персоналом «HR Liga». URL: <https://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=235>
2. Сайт електронного журналу «Sci-article» URL: <http://sci-article.ru/stat.php?i=1537508095>
3. Сайт навчального центру «Бизнес Класс» URL: <http://www.class.ru/digest/management/management74/>

Надточій А. О.
кандидат наук з державного управління, доцент
Навчально-наукового інституту
«Інститут державного управління»
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
Волкова А. А.
студентка
Навчально-наукового інституту
«Інститут державного управління»
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
м. Харків, Україна

ЄДИНИЙ СОЦІАЛЬНИЙ ВНЕСОК: ПОШУК ШЛЯХІВ ДЕТІНІЗАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

Кожен хоче бути захищеним від певних об'єктивних обставин та передбачуваних подій. Такий захист у соціальній сфері надає система соціального страхування. А провідником до такого захисту є сплата єдиного соціального внеску.

Єдиний соціальний внесок було запроваджено з січня 2011 р., а з вересня 2013 р. його адмініструванням опікується Державна фіскальна служба України (далі – ДФС). Він є єдиним, тому що збирається єдиним платежем, консолідовано, а потім перерозподіляється ДФС у певних пропорціях між фондами соціального страхування. Пропорції розподілу ЄСВ з 2006 р. по теперішній час наведено у табл. 1 [4].

Як видно із даних табл. 1, час від часу пропорції розподілу змінюються, але простежується загальна тенденція – збільшення частки ЄСВ, що перерозподіляється до Пенсійного фонду України. З липня 2017 р. частка ЄСВ, що перераховується до Пенсійного фонду України є незмінною, а змінюються лише частки, що перенаправляються між іншими фондами соціального страхування.

До 2016 р. фондів соціального страхування було чотири: Пенсійний фонд України, Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань, Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, Фонд соціального страхування на випадок безробіття. Згодом, у 2017 р., функції фонду соціального страхування від нещасних випадків на

виробництві та професійних захворювань та фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності було передано до об'єднаного Фонду соціального страхування України.

Таблиця 1

Пропорції розподілу ЄСВ з 2016 р. по теперішній час

№ з/п	Період	Пропорції розподілу ЄСВ у % між фондами соціального страхування			
		від нещасного випадку на виробництві	У зв'язку із тимчасовою втратою працездатності та від нещасного випадку на виробництві	на випадок безробіття	Пенсійний фонд
1	2	3	4	5	6
2	з 01.03.2016	6,5397	7,726	7,1767	78,5576
3	з 07.12.2016		14,2657	7,1767	78,5576
4	з 01.01.2017		11,1204	6,3596	82,52
5	з 01.04.2017		10,2754	5,8797	83,8449
6	з 01.07.2017		9,1472	5,2313	85,6215
7	з 01.01.2019		9,3759	5,0026	85,6215
8	з 01.08.2019		9,5727	4,8058	85,6215

Відтак, система загальнообов'язкового соціального страхування, головним джерелом власних доходів якої є єдиний соціальний внесок, страхує населення від широкого кола соціальних ризиків, серед яких: втрата працездатності (постійна, у зв'язку з настанням пенсійного віку) – Пенсійний фонд; тимчасова – Фонд соціального страхування), безробіття, втрата годувальника, нещасний випадок на виробництві, професійне захворювання та ін.

У випадку настання вищезазначених подій, людина, як у працездатному віці, так і у післяпрацездатному віці, може претендувати на виплати з системи соціального страхування у тому випадку, якщо була застрахованою особою, тобто за нею або вона сама сплачувала ЄСВ (табл. 2).

Щоб система соціального страхування побачила людину у статусі застрахованої особи, необхідно, щоб людина була офіційно працевлаштованою. І це слабе місце як системи соціального

страхування, так і людини, в даному випадку найманого працівника, яка є заручником тіньової зайнятості. Слабким воно є через те, що значна частка людей працюють неофіційно або отримують офіційно мінімальну заробітну плату, а решту – у конверті. За оцінками Державного комітету статистики України 3,2-3,5 млн. осіб отримують заробітну плату у конверті, а це кожен четвертий найманий працівник.

В свою чергу неофіційно працевлаштовані та ті, що отримують приховану заробітну плату, суттєво звужують потенційну фінансову спроможність всієї системи соціального страхування. За різними оцінками, сума, що недоотримає система соціального страхування становить 140 млрд. грн. [1], а це 40% усіх надходжень ЄСВ (табл. 2).

Таблиця 2

**Динаміка кількості платників ЄСВ,
кількості застрахованих та надходжень ЄСВ**

№ з/п	Кількість платників ЄСВ (юр. та фіз. осіб)		Кількість застрахованих осіб (найманих працівників)		Надходження ЄСВ, млн. грн.	Темп приросту, %	Період
	млн. осіб	темп приросту	млн. осіб	темп приросту			
1	2		3		4	5	6
1	3,93	100,0	10,78	100,0	131826,8	100,0	2016
2	4,19	106,62	10,47	97,12	180805,2	137,15	2017
3	4,47	106,68	10,385	102,3	228025,0	126,12	2018
4	4,74	106,4	10,263	99,07	273480,0	119,9	2019
5	3,39	71,52	10,21	96,23	294381,4	107,6	2020
6	-	-	-	-	349039,0	118,6	2021

Джерело: за даними ДФС [5]

Найпоширенішими інструментами приховування факту трудових відносин та реальної заробітної плати є:

– оформлення працівника як фізичну особу – підприємця, що надає послуги підприємству (роботодавцю). За розрахунками колишнього голови податкової служби лише 10% зареєстрованих ФОПів (150 тис.) є малими підприємствами, решта ФОПів – фактично є найманими працівниками [1];

– оформлення переважної частки заробітної плати на одну особу, щоб скористатися вузьким нормативним місцем –

максимальна база для нарахування ЄСВ складає 15 мінімальних заробітних плат. Від так сума нарахована заробітна плата, що перевищує 97500 грн. (6500*15) у 2022 р. – не оподатковується;

– фактично платити працівникам ринкову ціну робочої сили, а оформлювати трудові відносини за мінімальних норм оплати праці. Реально мінімальну ціну робочої сили платять лише працівникам бюджетної сфери, а бізнес лише використовує це як зручний інструмент ухиляння від податків. Так, за допомогою математичного моделювання з'ясовано, що реальна кількість працівників небюджетної сфери, що отримують мінімальну заробітну плату – 500 тис., а за даними звітів – 1,75 млн. [1].

Так, за даними табл. 3, можна простежити взаємозв'язок між найманими працівниками і ФОПами: за останні три роки кількість найманих працівників зменшилась на 5%, а кількість ФОПів – збільшилась на 10% (табл. 3).

Таблиця 3

**Динаміка кількості платників ЄСВ
та застрахованих осіб у 2016–2021 рр.**

Період	Кількість платників ЄСВ					Застраховані особи		
	Разом, в т.ч.	темп зрост., %	юрид. осіб	ФОП	Темп, зрост., %	Всього, в т.ч.	Наймані праців- ники	Темп зрост., %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
на 01.01.2016	2134,0	100	477,9	1656,1	100	12176,3*	9741,4	100
на 01.01.2017	2270,3	106,4	511,7	1758,6	106,2	12827,1	10148,5	104,2
на 01.01.2018	2504,6	110,3	545,6	1937,5	110,2	12699,4*	10159,5	100,1
на 01.01.2019	2367,0	94,5	584,8	1750,0	90,3	13191,5	10385,7	102,2
на 01.01.2020	2425,1	102,5	617,4	1778,8	101,6	13177,4	10263,1	98,8
на 01.01.2021	2467,5	101,7	646,4	1792,7	100,8	12823,5	9948,1	96,9
на 01.10.2021	2683,5	108,8	677,0	1976,6	110,3	12170,4	9754,3	98,1

Джерело: [2]

Порівняно стрімке зростання кількості ФОПів у 2021 р. може бути зумовлене пом'якшенням певних норм із сплати ЄСВ і так званою «амністією» по сплаті ЄСВ. Необхідність в амністії виникла, коли 01.01.2017 р. була запроваджена норма, відповідно до якої ФОПи, які були на загальній системі оподаткування і не отримували доходи, всі рівно мали сплачувати мінімальний розмір ЄСВ, що дорівнював 22% від мінімальної заробітної плати. З 01.01.2021 р. було внесені зміни в законодавство, згідно із якими ФОПи звільнялись від нарахованих боргів по ЄСВ за період з 01.01.2017 р. по 01.01.2021 рр., якщо не отримували доходів і були на загальній системі оподаткування. Так чином, надання ФОПам права, а не обов'язку, самостійного визначення бази нарахування ЄСВ [3], суттєво впливає на економічну активність, пожвавлюючи її.

Вважаємо, що ЄСВ суттєво впливає на трудові відносини, і, у принаймні третині випадків, сприяє зануренню їх в тінь. Таке відбувається не через високий рівень ставки ЄСВ, а через порівняно низький рівень життя. Люди шукають можливості збільшення своїх реальних доходів, показивши менші офіційні доходи і сплативши з них відповідно менші податки.

Розуміючи, що надходження від ЄСВ є практично єдиним джерелом доходів системи соціального страхування, зокрема і Пенсійного фонду України, який і так виплачує низькі пенсії переважній більшості пенсіонерів через свою неспроможність платити більше, вважаємо не доцільним подальше зниження ставки ЄСВ. Необхідно стимулювати людей виходити з тіньових трудових відносин іншими шляхами: підвищувати реальні доходи через зниження податку на доходи фізичних осіб (з 18% до прогресивної шкали 10-15%), скасувати військовий збір (1,5%) та збільшити мінімальну заробітну плату.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Винокуров Я. Схеми на 140 миллиардов: как бизнес уклоняется от налогов с зарплат. *Экономическая правда*. 9 декабря 2021 г. URL: <https://goo.su/aWfJ>
2. Звіт про роботу органів Пенсійного фонду України за 9 місяців 2021 р. URL: <https://goo.su/aTZU>
3. Лещук Г.В. Ефективність справляння єдиного соціального внеску в сучасних умовах. URL: <https://goo.su/9UnQ>

4. Про затвердження пропорцій розподілу єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Постанова КМУ від 26.11.2014 р. № 675. URL: <https://goo.su/awUO>
5. Про основні показники зі сплати єдиного соціального внеску за 2020 р. *Федерація профспілок України*. URL: <https://goo.su/9y81>

Перепелиця В. В.
*аспірант кафедри економіки підприємства
Донбаської державної машинобудівної академії
м. Краматорськ, Україна*

ІННОВАЦІЇ У СОЦІАЛЬНІЙ РОБОТІ З ВРАЗЛИВИМИ ГРУПАМИ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Вирішення соціальних проблем є одним з пріоритетних напрямів державної політики України. Нинішня система соціального захисту перебуває на етапі становлення, хоч і налічує безліч нових видів послуг, які надають різноманітні спеціалізовані заклади, поряд із якісним перетворенням вже існуючих. Разом з тим деякі теоретичні та практичні питання, зокрема щодо новітніх тенденцій та інноваційних процесів у системі соціальних послуг України, розроблені ще недостатньо, з цього витікає актуальність цієї теми.

Сучасні умови життя диктують необхідність впровадження нових технологій соціального обслуговування населення. Поряд з традиційними формами соціальної роботи розробляються і впроваджуються інноваційні технології, які підвищують якісний рівень соціальних послуг населенню в сучасних соціально-економічних умовах. Удосконалюється діяльність соціальної інфраструктури, впроваджуються нові види та форми соціального обслуговування.

Інноваційні практики – це практики у сфері соціальної роботи, які виникли як нові способи задоволення актуальних потреб клієнтів соціальних служб і спрямовані на досягнення максимально ефективного результату як у вирішенні проблем конкретних осіб, що потребують підтримки, так і соціальних проблем суспільства загалом. Існуюча сьогодні в Україні сфера соціальних послуг та її

діяльність регламентується багатьма законодавчо-нормативними актами, що визначають основні організаційні та правові засади щодо підтримки нужденних верств населення.

Основним правовим актом, що визначає організаційні та правові засади надання соціальних послуг, є Закон України «Про соціальні послуги», де під поняттям «соціальні послуги» розуміють комплекс правових, економічних, психологічних, освітніх, медичних, реабілітаційних та інших заходів, спрямованих на окремих індивідів чи соціальні групи, які перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги, з метою поліпшення або відтворення їх життєдіяльності, соціальної адаптації та повернення до повноцінного життя [1].

Без сумніву, численною та уразливою групою через різноманітність причин в будь-якій країні є діти. Для зазначених категорій населення організовано мережу закладів, багато з яких є інноваційними для сфери соціальних послуг України. Так, серед новітніх закладів кінця 90-х років минулого сторіччя і до 2006 р. включно різними міністерствами та відомствами було утворено такі заклади:

- центри соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді (ЦСС);
- соціальні центри матері та дитини (далі – СЦМД);
- дитячі будинки сімейного типу (ДБСТ) та прийомні (фостерні) сім'ї;
- соціальні гуртожитки (для одиноких осіб або сімей);
- на базі ЦСС було створено мобільні консультаційні пункти (МКП) з проведення соціальної роботи в сільській та гірській місцевостях, віддалених районах міст;
- центри ресоціалізації наркозалежної молоді тощо.

Інноваційні соціальні технології сьогодні визначаються основним засобом виходу з кризового стану, так як соціальна підтримка, соціальна допомога набуває не тільки масовий характер, але і стає об'єктивною необхідністю і пріоритетними напрямками соціальної політики держави.

Світовий досвід свідчить про те, що за допомогою соціальних технологій можна своєчасно вирішувати соціальні конфлікти, знімати соціальну напругу, запобігати катастрофи, блокувати ризиковані ситуації, приймати і виконувати оптимальні управлінські

рішення і ін. Нових рис набули реабілітаційні послуги. Сьогодні вони включають не тільки медичну допомогу, а й психологічну. Спеціалісти також розробляють згідно індивідуальних потреб реципієнта його особовий план з подолання хвороби та відновлення психофізіологічного стану, адаптації у суспільному житті, подальшої зайнятості, економічної і побутової самостійності.

Не меншої уваги та допомоги з боку держави потребують люди працездатного віку, що опинилися в складаних життєвих умовах через різні обставини. Поряд з уже існуючими видами послуг (основними з яких є допомога у пошуках роботи, забезпечення навчання чи перекваліфікації), для представників цієї групи було введено ряд нових послуг, спрямованих на правову та соціально-психологічну підтримку, медичну допомогу та ресоціалізацію.

Підсумком впровадження інновацій в соціальній сфері має стати підвищення якості життя населення у всіх регіонах, враховуючи, що у різних груп свої потреби. На допомогу державі у вирішенні соціальних проблем, зокрема щодо розвитку системи соціальних послуг, приходять великі приватні компанії, що займаються соціальним інвестуванням. Взагалі не тільки для України, а й для багатьох розвинутих країн світу соціальне інвестування ще залишається досить новим і недостатньо поширеним напрямом діяльності у соціальній сфері, проте його існування сприяє розподілу відповідальності за стабільний соціальний розвиток суспільства [2].

Інноваційний шлях розвитку соціальної сфери пов'язаний з рішенням наявних і прогнозуванням можливих проблем. Тому необхідна підготовка кваліфікованих кадрів. В умовах кризи економіки фахівці з соціальної роботи повинні вільно застосовувати знання з питань соціальних інновацій, володіти методами управління дослідження і розробками, бути здатними працювати в інноваційному середовищі. Соціальні працівники повинні мати чітке уявлення про зміст інноваційного процесу. Інноваційний процес являє собою сукупність процедур і засобів, за допомогою яких наукове відкриття, ідея перетворюються в соціальне нововведення. Таким чином, діяльність, яка забезпечує перетворення ідей у нововведення, а також формує систему управління цим процесом і є інноваційна діяльність [3, с. 21; 17; 18].

Досить новим та вже популярним у світі є реалізований експеримент з надання соціальної допомоги малозабезпеченим громадянам на основі соціального контракту. Соціальний контракт – це договір про взаємні зобов'язання між малозабезпеченим громадянином і державною установою, центром соціального обслуговування громадян похилого віку та інвалідів про надання йому та (або) його сім'ї соціальної допомоги у вигляді грошової виплати та соціальних послуг. Мета соціального контракту – підвищення доходів малозабезпеченої сім'ї і як результат вихід сім'ї на «Самозабезпечення». Суть соціального контракту полягає в тому, що в обмін на соціальну допомогу з боку держави виникають зустрічні зобов'язання з боку її одержувача. Прикладами таких зобов'язань можна вважати виконання будь-якої оплачуваної роботи або отримання додаткової освіти, відповідальну соціальну поведінку, відповідальне ставлення до своїх дітей.

Необхідність розширення як національного, так і наднаціонального, міждержавного регулювання відносин у сфері зайнятості населення обумовлено виникненням нових і нетипових форм трудових відносин («запозичена праця», дистанційна зайнятість, часткова зайнятість, робота вдома, аутсорсинг, аутстафінг, фріланс, працівники-мігранти та ін.). Потреба перегляду застарілих правових норм та окремих положень міжнародно-правових актів у сфері зайнятості населення, їх адаптації до сучасних умов, посилення уваги до реалізації міжнародних трудових норм актуальні через необхідність захисту економік окремих країн від впливу глобальних криз [4].

В даний час загострення соціальних проблем вимагає пошуку нових підходів до їх вирішення. Підвищуються вимоги до якості послуг установ соціальної сфери. Все це сприяє розвитку інноваційної діяльності у соціальній роботі з вразливими групами населення в Україні. Місія соціальної роботи спрямована на досягнення позитивних соціальних змін.

Досягнення більш вагомих результатів передбачає реформування системи сфери соціального обслуговування, шляхом відповідності надаваних послуг потребам населення, забезпечення їх доступності та адресності, підвищення їх якості. Отже, удосконаливши існуючу в Україні систему соціального захисту

населення, країна зможе підвищити свої соціальні стандарти і наблизиться до європейських, а також забезпечить українцям нову гарантовану якість життя.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Звіт про діяльність Центрів соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді протягом 2006 року Державної соціальної служби сім'ї, молоді та спорту до Міністерства у справах сім'ї, молоді та спорту. URL: http://dss.visti.net/ua_presentation.phtml
2. Економіка замкненого циклу: вплив на сферу зайнятості : наук. доп. / [Джинчарадзе Н. Г., Савченко Н. В.] ; за заг. ред. Р. В. Войтович. Київ : ІПК ДСЗУ, 2018. 24 с.
3. Лісогор Л.С. Європейський досвід прогнозування потреби у робочій силі в контексті формування інноваційних перспектив трансформації зайнятості в Україні. Ринок праці та зайнятість населення. 2016. № 1. С. 17–20.
4. Бакуменко В.Д. Методологічний підхід до аналізу процесів соціалізації в соціальних системах. *Наук. вісн. Акад. муніцип. упр. Серія : Управління.* 2012. Вип. 3. С. 6–15.

Черба В. М.

*доцент кафедри соціального забезпечення
та податкової політики
Університету митної справи та фінансів*

Коврига А. В.

*студентка
Університету митної справи та фінансів
м. Дніпро, Україна*

ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «СОЦІАЛЬНА РОБОТА»: ПРОБЛЕМИ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ

В Україні професійний проект соціальної роботи перебуває на етапі розвитку. Цьому процесу притаманна низка особливостей, зокрема необхідно узгодити категоріально-понятійний апарат, виробити власну наукову базу знань, належне законодавче підґрунтя тощо. Особливо актуальним є узгодження змісту професійної підготовки на третьому рівні вищої освіти з соціальної роботи, з урахуванням специфіки соціальної роботи як професійної

діяльності та академічної дисципліни, на основі компетентнісного підходу [2].

Серед вчених, які досліджували соціальну роботу, потрібно виділити праці В.І. Полтавець [3], Т.В. Семигіна, І.І. Мигович [4], Ш. Рамон [5], М.Н. Гуслова [6], С.И. Григорьева, Л.Г. Гусякова [7], М.П. Лукашевич [8], Н. Кабаченко, О. Карпенко, Н. Романова, О. Савчук та інших.

Поняття «соціальна робота» увійшло в соціально-гуманітарну літературу наприкінці ХІХ ст. у відповідь на соціальну потребу суспільства у змістовому відображенні практичної діяльності людей, які допомагали бідним. Це поняття спирається на власну теоретичну базу та дослідження, які постійно розвиваються, та на теорії інших гуманітарних наук, включно з (але не обмежуючись) розвитком громад, соціальною педагогікою, менеджментом, антропологією, екологією, економікою, освітою, доглядом, психіатрією, психологією, охороною здоров'я і соціологією [1].

Останніми роками активно відбувається процес професіоналізації соціальної роботи у всьому світі. Вона є одночасно міждисциплінарною і трансдисциплінарною, й спирається на широкий спектр наукових теорій і досліджень. Світова професійна спільнота узгоджує основні підходи до розуміння сутності соціальної роботи, її мети і завдань, базових концептуальних засад з метою формування напрямів її розвитку як науки, освіти, фаху. Особливої ролі набувають документи міжнародного значення, які окреслюють ключові стратегічні пріоритети соціальної роботи в освіті, дослідженнях, практиці [2].

Унікальність теорій і досліджень у соціальній роботі полягає у тому, що вони прикладні та спрямовані на вивільнення, або емансипацію.

«Соціальна робота – це базована на практиці професія та академічна дисципліна, яка сприяє соціальним змінам та розвитку, соціальній згуртованості, активізації та звільненню людей та визнає, що пов'язані між собою історичні, соціально-економічні, культурні, територіальні, політичні та індивідуальні фактори створюють можливості чи перешкоди людському благополуччю та розвитку» [1].

Центральне місце в соціальній роботі посідають принципи соціальної справедливості, прав людини, колективної відповідальності і поваги до різноманітності.

Визначення та зміст поняття «соціальна робота»

Автор	Визначення, провідна ідея
В.І. Полтавець [3]	«Соціальна робота – це система теоретичних знань і заснована на них практика, яка має на меті забезпечення соціальної справедливості шляхом наснаження і підтримки найменш захищених верств суспільства та протидії факторам соціального виключення».
Т.В. Семигіна, І.І. Мигович [4]	«Соціальна робота – це галузь наукових знань і професійна діяльність, спрямована на підтримання і надання кваліфікованої допомоги будь-якій людині, групі людей, громаді, що розширює або відновлює їхню здатність до соціального функціонування, сприяє реалізації громадянських прав, запобігає соціальному виключенню».
Ш. Рамон [5]	«Загальний механізм здійснення соціальної роботи так: зайняті нею люди намагаються надати допомогу окремій людині шляхом об'єднання та формування певної рівноваги всіх психосоціальних рівнів її існування, але такі завдання під силу лише професіоналам, які відіграють роль посередника між клієнтом і державою».
М.Н. Гуслова [6]	«Соціальна робота – це професійна діяльність, що має на меті сприяння людям, соціальним групам і спільнотам в подоланні особистісних і соціальних труднощів за допомогою підтримки, захисту, корекції та реабілітації, а також, шляхом зміни або реформування окремих елементів соціальної системи».
С.І. Григорьев, Л.Г. Гусякова [7]	«Соціальна робота розуміється як процес, діяльність зі сприяння оптимальному формуванню, здійсненню і реабілітації життєвих сил, індивідуальної і соціальної суб'єктності людини. Це дозволяє розглядати її в єдності структурної та психосоціальної роботи, у загальних традицій психолого-орієнтованих і соціолого-акцентованих теорій соціальної роботи. Інакше кажучи, комплексний підхід до соціальної роботи і тут є домінуючим».
М.П. Лукашевич [8]	«Соціальна робота – це професійна діяльність соціальних інституцій, державних і недержавних організацій, груп і окремих індивідів із надання допомоги у здійсненні успішної соціалізації особам чи групам людей у випадках, коли за відсутності належних умов у суспільстві або особистих вад їх соціалізація утруднюється, призупиняється або відбувається у зворотному напрямі (десоціалізація)».

Джерело: авторська розробка

Основними принципами в соціальній роботі є: повага до невід'ємної цінності і гідності людей; не завдання шкоди; повага до різноманіття; захист прав людини і соціальної справедливості.

У таблиці 1 систематизовано роботи та думка провідних вчених з визначеннями поняття категорії соціальної роботи та аналіз джерельної бази, який засвідчує наявність глибокого інтересу вітчизняних і зарубіжних науковців до проблеми професійної підготовки соціальних працівників.

Перш за все, соціальна робота – це професійна діяльність. Окрім того, ключове місце у структурі соціальної роботи займають саме потреби клієнтів, людей, які перебувають у складних життєвих обставинах, а не «задоволення їхніх інтересів». Недоцільним є також термін «життєдіяльність», адже в соціальній роботі прийнято говорити про «якість життя».

Отже, в Україні немає єдиного, затвердженого на національному рівні визначення соціальної роботи, а жодне із наведених вище визначень не відображає повної сутності соціальної роботи та її принципів. Водночас, згідно з програмним документом Міжнародної асоціації шкіл соціальної роботи та Міжнародної федерації соціальних працівників, «...визначення соціальної роботи є основним елементом утвердження ідентичності професійної групи», а соціальна робота «...заснована на практиці професія та академічна дисципліна, яка сприяє соціальним змінам та розвитку, соціальній згуртованості, активізації та звільненню людей. Центральне місце в соціальній роботі посідають принципи соціальної справедливості, прав людини, колективної відповідальності і поваги до різноманітності» [9].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Кабаченко Н. Освітня політика в Україні: випадок соціальної / Надія Кабаченко // Будуємо нову Україну : зб. конф. (26-27 листоп. 2014 р., м. Київ). Київ : Києво-Могилянська академія, 2015. С. 179–186.
2. Соціальна робота в Україні : Навч. посіб. / І.Д.Зверєва, О.В.Безпалько, С.Я. Марченко та ін.; За заг. ред.: І.Д. Зверєвої, Г.М. Лактіонової. Київ : Наук. світ, 2003. 233 с.
3. Соціальна робота в Україні: перші кроки / За ред. В. І. Полтавця. Київ : КМ Академія, 2000.

4. Семигіна Т. В., Мигович І.І. Міжнародна соціальна робота: глобальні пріоритети соціального розвитку і нове визначення соціальної роботи [Електронний ресурс] / Т. В. Семигіна // *Вісник АПСВ*. 2015. № 1–2. С. 6–11. URL: <http://bit.ly/1HFcODT>
5. Шанін Т. Соціальна робота як культурний феномен сучасності. *Соціальна політика і соціальна робота*. 1998. № 1-2. С. 39-67.
6. Теория и методика социальной работы : учебник для нач. проф. Образования / М.Н. Гуслова. Москва : Издательский центр «Академия», 2007. 160 с.
7. Учеб. пособие для ВУЗов. Ин-т «Открытое общество». Москва : Наука, 1994. 185 с. / Под редакцией профессора С.И. Григорьева.
8. Теорія і методи соціальної роботи : Навч. посіб. 2-ге вид., доп. і випр. Київ : МАУП, 2003. 168 с.
9. Global Definition of Social Work / *IFSW, IASSW*. 2014. URL: <https://www.ifsw.org/what-issocial-work/global-definition-of-social-work/>

СЕКЦІЯ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Лункіна Т. І.

*доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Миколаївського національного аграрного університету*

Бурковська А. В.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Миколаївського національного аграрного університету
м. Миколаїв, Україна*

ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ: ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД

Протягом останніх років індустріальна епоха правління монополій уже змінилася цифровою. А це передбачає розквіт компаній-платформ, які, маючи відносно невелику кількість штатних працівників, генерують не меншу, у порівнянні з монополіями, капіталізацію [2, с. 63]. Так, ринкова капіталізація однієї з найбільших у світі фінансових компаній Ant Financial, що заснована в Китаї у 2015 р. налічує у штаті 101 958 тис. працівників, становила (2019 р.) 60 млрд дол США, а найдорожчого банку у світі – JPMorgan Chase (заснованого у 1799 р., де працюють 235 тис. осіб) – 245 млрд дол. США [2, с. 63]. Показники доданої вартості у розрахунку на одного працівника в цих компаніях суттєво різняться (12 млн дол. США і 1 млн дол. США відповідно) [2, с. 63]. На 01.08.2018 р. у світі вже існувало 33 фінтех-компаній з мільярдною капіталізацією (так званих єдинорогів) [1, с. 28].

Напрями й особливості розвитку фінансових технологій:

- розвиток глобальної мережі-інтернет;
- розвиток та популярність смартфонів та різних додатків;
- швидке зростання та поширення соціальних мереж;
- створення нових інноваційних продуктів та послуг технологічних компаній «Великої п'ятірки», що сприяє формуванню

нових стандартів якості, швидкості та зручності для споживачів (Amazon, Facebook, Google, Apple, Microsoft;

- значне підвищення міграційних процесів, що призвело до переказів коштів;

- пошук джерел фінансування для малого та середнього бізнесу;

- альтернативні види платежів;

- маркетплейси;

- штучний інтелект;

- цифрова ідентифікація та біометрія тощо.

Заслуговує на увагу розвиток фінансових технологій в європейських країнах. Зокрема, в Великобританії завдяки створенню таких ініціатив як Група з постачання фінтех-послуг (FinTech Delivery Panel) та Група з фінтех-управління (FinTech Steering Group), які об'єднують банки, фінтех-компанії та державні інституції для обговорення та розробки програм розвитку ринку фінансових технологій. Співпраця різних інститутів ринку фінансових послуг реалізується завдяки функціонуванню, так званих, Фінтех-мостів (Fintech Bridges), які дозволяють ефективно обмінюватися інформацією про інновації та нові тенденції на ринку фінансових послуг як у межах Великобританії, так і з іншими країнами [4].

На відміну від Великобританії, у Франції відсутні особливі умови регулювання фінтех-бізнесу. Фінтех-компанії, які здійснюють банківські операції проходять стандартні процедури реєстрації та отримання ліцензії. Проте, підхід французьких регуляторів складається з персоналізованої допомоги фінтех-компаніям у наданні всебічної підтримки. Загалом, для розвитку ринку фінансових технологій у країнах ЄС ще у 2018 р. було презентовано план дій щодо впровадження спеціальних, більш гнучких, ніж до інших компаній правил регулювання, нагляду та контролю. Реалізувати даний план має Європейська фінтех-лабораторія (EU FinTech Lab) [3].

Безперечно цікавим є також і досвід Індії, фінтех-сфера якої регулюється такими інституціями: Резервний банк Індії (RBI), Рада з цінних паперів та бірж Індії (SEBI), Орган регулювання телекомунікацій Індії (TRAI), Орган регулювання та розвитку страхування (IRDA), Національна платіжна корпорація. Також в Індії запроваджено механізм фінтех-пісочниці для фінансових

стартапів, які протягом певного часу користуються пільговими нормативними вимогами та державною підтримкою фінансових експериментів.

В Україні, як і в інших країнах світу, діє практика підпорядкування фінтех-компаній загальним законам та нормативам, які регулюють діяльність на ринку фінансових послуг. Оскільки більшість фінтех-рішень направлені на надання платіжних послуг та грошових переказів.

Велика кількість українських фінансових компаній націлені на загальний європейський ринок. Протягом останнього часу спостерігається активний експорт інтелектуального ресурсу до інших країн. Це своєю чергою, формує інфраструктуру, необхідну для розвитку стартап-середовища із застосуванням акселераторів та інкубаторів.

Отже, одним із визначальних чинників розвитку сучасної фінансової системи є цілеспрямоване впровадження фінансових технологій. Варто зазначити, що відбулося збільшення попиту серед населення фінансових-технологій, особливо в період пандемії COVID-19, адже через поширення карантинних заходів майже всі установи припинили свою діяльність і в результаті відбулося зниження рівня рентабельності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Воробьев В. Вызовы в технологи формирования регулярного ландшафта для финтех-отрасли. Майбутнє. *Фінансовий добробут* (Future. Financial Wealth). 2018. № 1. С. 28–30.
2. Скиннер К. Человек цифровой. Четвертая технологи в истории человечества, которая затронет каждого / К. Скиннер ; пер. с техно. О. Сивченко ; [науч. техн. К. Щеглова]. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2019. 304 с.
3. Fintech (financial technology) and the European Union: State of play and outlook. European Parliament. 2019. URL: [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI\(2019\)635513](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI(2019)635513) (дата звернення: 05.10.2021).
4. Value of Fintech. KPMG. 2017. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/uk/pdf/2017/10/value-offintech.pdf> (дата звернення: 04.10.2021).

Яструбецька Л. С.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту
Львівського національного університету імені Івана Франка
м. Львів, Україна*

ОЗНАКИ ВИЯВЛЕННЯ РЕЙДЕРСЬКОГО ЗАХОПЛЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В складних економічних та політичних умовах функціонування бізнесу, ускладнених пандемією COVID-19, зростає рівень загроз фінансовій безпеці суб'єктів підприємництва в Україні в сфері захисту прав власників.

Над розкриттям різних аспектів фінансової безпеки як на рівні держави, так і на рівні ділових одиниць працювали вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема О. Ареф'єва, О. Барановський, І. Бланк, О. Власюк, О. Гривківська, А. Єпіфанов, М. Єрмошенко, М. Камлик, О. Колодізєв, М. Крупка, О. Підхомний, Б. Пшик та інші. Питання захисту прав власності є предметом дослідження в наукових роботах О. Барановського, Я. Бережного, О. Бурбело, З. Варналія, І. Дмитрієва, Д. Зеркалова, О. Островської та інших. Водночас, чимало теоретичних та практичних аспектів даної проблематики, зокрема методи протидії протиправним захопленням бізнесу ще потребують поглиблення і доопрацювання.

Згідно результатів дослідження «Портрет українського підприємця», проведеного Спільною українських підприємців у 2020 р, 54% власників бізнесу однією із основних проблем підприємницької діяльності в Україні називають незахищеність приватної власності та рейдерства [2].

Аналіз протиправного захоплення бізнесу в Україні впродовж 2015–2020 рр. засвідчив постійне зростання кількості рейдерських атак (див. рис. 1). Зокрема, в 2015 р. було відкрито 290 кримінальних проваджень за фактами рейдерства, в 2016 р. – 433, 2017 р. – 563, 2018 р. – 500, 2019 р. – 766, 2020 р. – 849. Водночас, до суду доходить лише 43 % зареєстрованих справ [3].

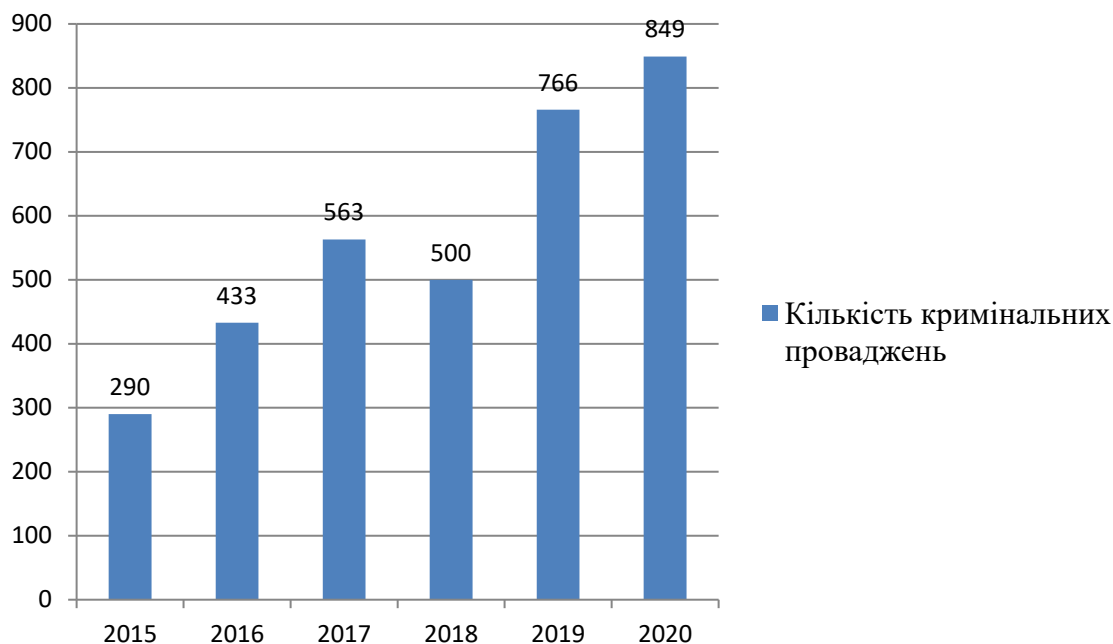


Рис. 1. Динаміка кримінальних проваджень за фактами рейдерства в Україні впродовж 2015–2020 рр.

Джерело: [3]

Керівництво значної кількості вітчизняних підприємств недооцінює заходи із попередження рейдерства, зокрема 93-95% власників і топ-менеджерів компаній звертаються по юридичну допомогу лише тоді, коли проти їхнього бізнесу уже ведуться агресивні дії. Крім того, більшість із них сподіваються або на свої внутрішні служби та можливості, або на корупційні відносини з державними та правоохоронними органами [2]. Водночас, на рівні суб'єктів підприємництва необхідно вчасно використовувати методи попередження протиправних захоплень бізнесу, передусім, виявляти ознаки підготовки рейдерського нападу (рис. 2).

Впровадження дієвих механізмів боротьби з рейдерством на рівні суб'єктів підприємництва, зокрема виявлення ранніх ознак його підготовки може значною мірою запобігти протиправним захопленням ділових одиниць.

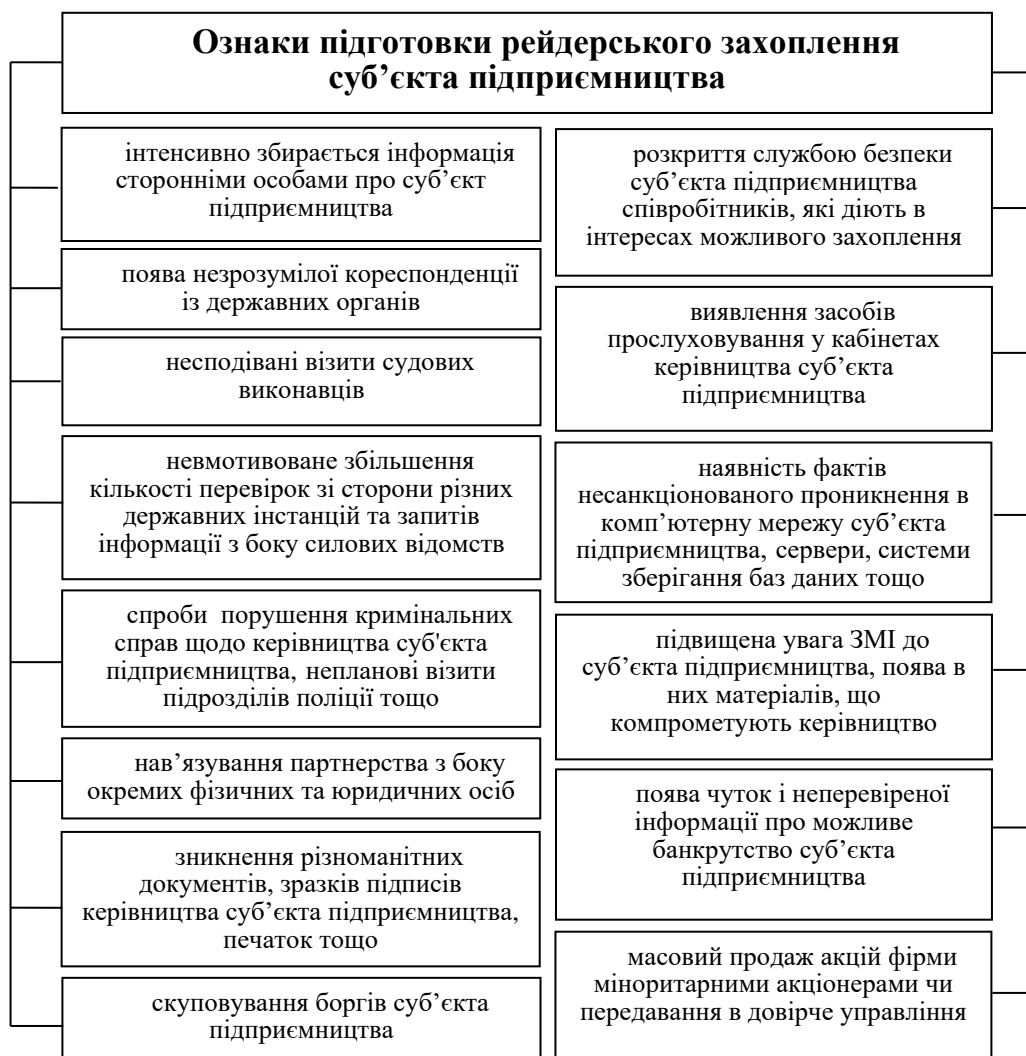


Рис. 2. Ознаки підготовки рейдерського захоплення суб'єкта підприємництва в Україні

Джерело: розроблено автором

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Економічна безпека підприємства в умовах рейдерських загроз : колективна монографія / О.А. Бурбело, С.К. Рамазанова, О.М. Заєць, Т.С. Гудіма, О.М. Кузьменко; за наук. ред. О.А. Бурбело, С.К. Рамазанова. Сєверодонецьк : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2015. 285 с. URL: <http://www.iepd.kiev.ua/wp-content/uploads/2014/03/maket-1.pdf> (дата звернення: 22.12.2021).
2. Как грамотно защититься от рейдерства: самые распространенные ошибки бизнеса/ Экономическая правда. URL : <https://www.epravda.com.ua/rus/projects/antyreid/2020/12/22/669323/> (дата звернення: 27.12.2021).
3. Сервіс моніторингу відкритих даних. URL: <http://opendatabot.ua/open/raiders> (дата звернення: 24.12.2021).

СЕКЦІЯ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Гевчук А. В.

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

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТИТУТУ АГРАРНИХ РОЗПИСОК ЯК ФОРМИ РЕГУЛЮВАННЯ ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН БІЗНЕС ОДИНИЦЬ

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

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

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

Погоджуючись із позицією Н.Д. Заріпової зауважимо, що у бізнес одиниць існує можливість вибирати, яким видом договору

будуть оформлені здійснювані господарські операції, так як юридично можуть бути оформлені різними договорами, наприклад договором поставки, оренди, тощо [3].

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

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

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

Вперше серед українських дослідників ґрунтовне визначення договірної політики надала К.В. Романчук, як «вибір підприємством умов договорів, для досягнення бажаного фінансового результату та структури активів, виходячи з положень чинного законодавства та особливостей діяльності» [5]. В розвиток дослідження даного питання Н.Н. Макарова [6] надає схоже визначення договірної політики, яке в загальному полягає у можливості альтернативного вибору суб'єктом господарювання виду договору, партнера за операціями, умовами господарських договорів для отримання економічних або будь-яких інших вигод в цілях як бухгалтерського обліку, так і оподаткування. Проф. М.Л. Пятов визначає договірну

політику як «використання можливостей варіювання видів господарських договорів, що юридично оформлюють здійснювані бізнесом операції та регламентують умови їх здійснення» [7]. Тоді як Гусева Т.А. вважає, що договірна політика – це «зміна умов господарських договорів з метою досягнення бажаного фінансового результату» [8].

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

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

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

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

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

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

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

Основу організації бухгалтерського обліку розрахункових операцій суб'єкта агробізнесу формують два види операцій: одержання товарів, робіт, послуг та виконання зобов'язань за ними. Виходячи з порядку організації облікової політики, доцільно виділити систему організації договірної політики та визначити основні елементи. Тобто облікова політика щодо розрахунків бізнес одиниць

повинна передбачати цілісність обліку та управління розрахунковими операціями і має охоплювати методичний, технічний, організаційний аспекти.

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

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

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

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

Таким чином, договірна політика як складова облікової політики є елементом локалізації інститутів, «баластом» стійкого типу поведінки, системою норм, джерелом нормативного регулювання, механізмом економічного узгодження взаємодій бізнес одиниць. Доведено, що операції з аграрними розписками забезпечують реалізацію ряду договорів між суб'єктами бізнесу.

Зауважимо, що переддоговірна та договірна робота бізнес одиниць прямо пов'язана з обліковою стороною, так як положення договору прямо впливає на порядок відображення операцій в системі бухгалтерського обліку. Проте не слід забувати, що і положення облікової політики прямо пропорційно впливає на положення договору. Виходячи з порядку організації облікової політики нами виділено систему організації договірної політики та визначено основні елементи в межах організаційної, методичної та технічної складових.

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

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

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

Круглик В. О.

студент

Одеського національного економічного університету

Артюх О. В.

доктор економічних наук, доцент

Одеського національного економічного університету

м. Одеса, Україна

МІНІМІЗАЦІЯ ПОДАТКОВИХ ПЛАТЕЖІВ ЯК ОДНА ІЗ ГОЛОВНИХ ПРОБЛЕМ ОПОДАТКУВАННЯ

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

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

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

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

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

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

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

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

Слід зазначити, що причини ухилення та уникнення від сплати податків мають як об'єктивний, так і суб'єктивний характер. Об'єктивними є: погіршення фінансового стану бізнесу й населення країни; податкова політика та особливості податкової системи; недотримання принципу справедливості при побудові податкової системи; лобіювання інтересів окремих груп платників податків; недостатня захищеність працівників податкових органів при виконанні ними службових повноважень. До суб'єктивних причин можна віднести: негативне ставлення до чинної податкової системи; низький рівень податкової культури населення; відсутність моральної відповідальності за ухилення від сплати податків; несприйняття платниками податків податкового законодавства [5, с. 180–181].

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

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Особливості, причини та наслідки правопорушень пов'язаних з ухиленням від сплати податків в 2017 році. URL: <http://www.vtei.com.ua/images/OFF/bo/konf/2.pdf> (дата звернення: 17.05.2021).
2. Проблемні питання ухилення від сплати податків в 2018 році. URL: http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65637.doc.htm (дата звернення: 17.05. 2021).
3. Оптимізація податкових платежів: податкове планування чи ухилення від сплати податків в 2018 році. URL: http://www.xktei.km.ua/files/Zbirnuk_2018.pdf (дата звернення: 17.05.2021).
4. Порівняльний аналіз фіскального ефекту від застосування інструментів уникнення оподаткування в Україні: нові виклики. URL: https://case-ukraine.com.ua/content/uploads/2020/09/CASE_Tax-avoidance.pdf (дата звернення: 20.05.2021).
5. Встановлення сутності та причини ухилення від сплати податків як фактор протидії розмиванню податкової бази та виведенню прибутку з-під оподаткування. URL: http://www.lsej.org.ua/5_2019/44.pdf (дата звернення: 18.05.2021).

Саволук А. М.

магістр

Вінницького національного аграрного університету

Науковий керівник: Коваль Н. І.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри обліку та оподаткування в галузях економіки

Вінницького національного аграрного університету

м. Вінниця, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ЄДИНИМ ПОДАТКОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ

Сільськогосподарський товаровиробник – юридична особа незалежно від організаційно-правової форми, яка займається виробництвом сільськогосподарської продукції або розведенням, вирощуванням та виловом риби у внутрішніх водоймах (озерах, ставках та водосховищах) та її переробкою на власних чи

орендованих потужностях, зокрема власно виробленої сировини на давальницьких умовах, та здійснює операції з її постачання¹ [1; 2].

Питанням оподаткування сільськогосподарської діяльності та сільськогосподарських товаровиробників присвячені наукові дослідження Н. Гудзенко, Д. Деми, В. Жука, Я. Іщенко, Н. Коваль, П. Лайка, О. Одосія, О. Подолянчук, Н. Прокопенко, Л. Тулуша, І. Якушика та інших вітчизняних науковців.

Специфіка галузі сільського господарства зумовлює застосування щодо сільськогосподарських товаровиробників спрощеного режиму оподаткування.

Сільгоспідприємства, зареєстровані юрособами (у т. ч. фермерські господарства), можуть застосовувати такі системи оподаткування: загальну систему зі сплатою податку на прибуток; спрощену систему зі сплатою єдиного податку (далі – ЄП) у третій групі (за ставкою 3 % та за умови реєстрації платником ПДВ або за ставкою 5 % без сплати ПДВ); спрощену систему зі сплатою ЄП у четвертій групі (рис. 1).

Ставки єдиного податку встановлюються:

- 1) для першої групи платників єдиного податку – у межах до 10% розміру прожиткового мінімуму;
- 2) для другої групи платників єдиного податку – у межах до 20% розміру мінімальної заробітної плати.

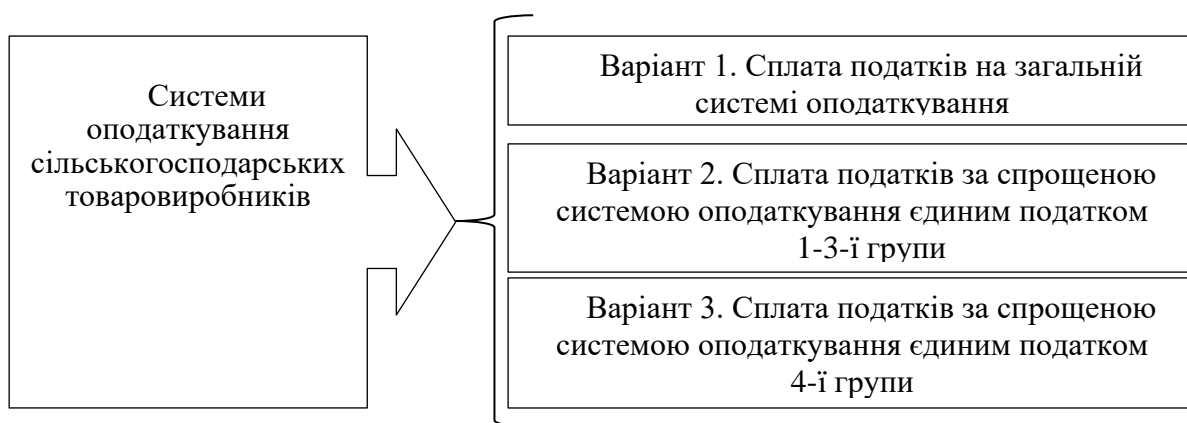


Рис. 1. Системи оподаткування сільськогосподарських товаровиробників

¹ Податковий кодекс України: Закон України від 2.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 15.02.2021 р.).

Відсоткова ставка єдиного податку для платників третьої групи встановлюється у розмірі:

1) 3% доходу – у разі сплати податку на додану вартість;

2) 5% доходу – у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку. Платниками єдиного податку 4-ї групи можуть бути як юридичні, так і фізичні особи-підприємці (табл. 1).

Об'єктом оподаткування для платників єдиного податку 4-ї групи є площа сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) або земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ), що перебуває у власності сільськогосподарського товаровиробника або надана йому в користування, зокрема на умовах оренди [2].

Підставою для нарахування єдиного податку платникам четвертої групи є дані державного земельного кадастру або дані з державного реєстру речових прав на нерухоме майно.

Таблиця 1

Платники єдиного податку 4-ї групи сільгосптоваровиробники

Платники	Характеристика
юридичні особи	незалежно від організаційно-правової форми, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75%.
фізичні особи-підприємці	які провадять діяльність виключно в межах фермерського господарства, зареєстрованого відповідно до Закону України «Про фермерське господарство», за умови виконання сукупності таких вимог: <ul style="list-style-type: none">– здійснюють винятково вирощування, відгодовування сільськогосподарської продукції, збирання, вилов, переробку такої власновирощеної або відгодованої продукції та її продаж;– провадять господарську діяльність (крім постачання) за місцем податкової адреси;– не використовують працю найманих осіб;– членами фермерського господарства такої фізичної особи є лише члени її сім'ї у визначенні норм Сімейного кодексу України;– площа сільськогосподарських угідь або земель водного фонду у власності або користуванні членів фермерського господарства становить не менше двох гектарів, але не більше 20 гектарів.

Джерело: [2]

Базою оподаткування податком для платників єдиного податку четвертої групи для сільськогосподарських товаровиробників є нормативна грошова оцінка 1 гектара сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень), а також для земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ) з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного станом на 1 січня базового податкового (звітного) року відповідно до порядку, встановленого цим Кодексом для справляння плати за землю [1; 2].

Розмір ставок єдиного податку для платників 4 групи залежить від категорії (типу) земель, їх розташування та встановлюється у відсотках бази оподаткування, тобто нормативної грошової оцінки [1; 2]: для ріллі, сіножатей і пасовищ (окрім ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, а також сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту) – 0,95%; для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях – 0,57%; для багаторічних насаджень (окрім багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях) – 0,57%; для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях – 0,19%; для земель водного фонду – 2,43%; для сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту – 6,33%.

Платники єдиного податку четвертої групи:

– самостійно обчислюють суму податку щороку станом на 1 січня і не пізніше 20 лютого поточного року подають відповідному органу, що контролює, за місцезнаходженням платника податку та місцем розташування земельної ділянки податкову декларацію на поточний рік за формою, встановленою у порядку, передбаченому статтею 46 цього Кодексу;

– сплачують податок щоквартально протягом 30 календарних днів, що настають за останнім календарним днем податкового (звітного) кварталу, у таких розмірах: у I кварталі – 10%; у II кварталі – 10%; у III кварталі – 50%; у IV кварталі – 30%.

Відповідно до вимог П(С)БО 16 «Витрати» податки, збори та інші обов'язкові платежі, передбачені законодавством, відносяться до адміністративних витрат. Виняток становлять податки, збори та

обов'язкові платежі, що включаються до виробничої собівартості продукції [2; 3].

Відповідно до Методичних рекомендацій з планування, обліку та калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств, у бухгалтерському обліку сума єдиного податку обліковується на окремому субрахунку рахунку 91 «Загальновиробничі витрати» [2; 4].

За дебетом рахунку 91 «Загальновиробничі витрати» відображається сума визнаних витрат, за кредитом – щомісячне, за відповідним розподілом, списання на рахунки 23 «Виробництво» та 90 «Собівартість реалізації».

Для відображення суми нарахованого єдиного податку 4 групи до рахунку 91 «Загальновиробничі витрати» відкривають окремий субрахунок «Єдиний податок 4 групи». Оскільки під час нарахування цього податку виникає податкове зобов'язання перед бюджетом, то для його обліку призначено рахунок 64 «Розрахунки за податками й платежами» субрахунок 641 «Розрахунки за податками», до якого відкривають аналітичний рахунок «Єдиний податок 4 групи» [4; 5].

У кінці звітної періоду (року) суму єдиного податку розподіляють у такому порядку: сільськогосподарські підприємства – між об'єктами обліку витрат продукції рослинництва пропорційно до площ сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ, багаторічних насаджень та перелогів), зайнятих відповідними культурами; рибницькі, рибальські та риболовецькі господарства – відповідно до площ земель водного фонду, які використовуються такими господарствами для розведення, вирощування та вилову риби у внутрішніх водоймах (озерах, ставках та водосховищах) [5].

Потрібно зазначити, що для сільськогосподарських підприємств, які крім рослинництва займаються також тваринництвом, такий розподіл не обґрунтований, тому що витрати зі сплати єдиного податку формують тільки собівартість продукції рослинництва, що призводить до її завищення. Отже, бажано підприємству самостійно розробляти порядок розподілу суми єдиного податку (наприклад, передбачати віднесення таких сум на основні галузі та об'єкти витрат пропорційно до суми прямих витрат).

Також слід пам'ятати, що при застосуванні спрощеної системи оподаткування сільськогосподарський товаровиробник користується певними пільгами, зокрема зі сплати інших податків, зборів та інших обов'язкових платежів до бюджету і несе, відповідно, ризики можливих санкцій незаконного перебування на спрощеній системі оподаткування.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Податковий кодекс України: Закон України від 2.12.2010 р. № 2755-VI.
URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 15.09.2021).
2. Фінансовий облік II : підручник. Я.П. Іщенко, О.А. Подолянчук, Н.І. Коваль. Вінниця : Видавництво ФОП Кушнір Ю.В., 2021. 395 с.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318.
URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00> (дата звернення: 15.09.2021).
4. Методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств: від 18.05.2001 р. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1021.122.1&nobreak=1> (дата звернення: 15.09.2021).
5. Подолянчук О.А., Коваль Н.І., Гудзенко Н.М. Облік в фермерських господарствах : навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2019. 374 с.

Шанюк О. М.

магістр

Прикарпатського національного університету

імені Василя Стефаника

м. Івано-Франківськ, Україна

АНАЛІЗ ВИТРАТ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ПРИКАРПАТТЯ

В Україні недостатньо уваги приділяють методам здійснення аналізу витрат операційної діяльності сільськогосподарських підприємств, зокрема в Івано-Франківській області. Сільське господарство відіграє важливе значення для розвитку Прикарпаття,

забезпечує промисловість сировиною, населення продуктами харчування. Аграрний сектор в області займає близько 15%, який посідає друге місце після промислової галузі. Угіддя являються основою вирощення сільськогосподарської продукції, яка займає 621,2 тис.га, що становить 45% території Прикарпаття. В регіоні вирощують зернові та зернобобові культури, цукровий буряк, картоплю, овочеві культури, плодові та ягідні культури.

Варто визначити, що в сучасних сільськогосподарських підприємствах Прикарпаття за мало використовують аналітичний інструментарій, для того щоб налагодити результативність власної діяльності. Існує велика кількість причин які сприяють цим явищам в нашій економіці. По-перше, недостатній рівень інформованості про можливі позитивні результати для проведення аналізу операційних витрат діяльності. По-друге, відсутність висококваліфікованих працівників, які володіють методологією та способами аналізу сільськогосподарської галузі, запитаннях в системах управління, а також в можливостях отримання необхідної продуктивної інформації [1, с. 373].

Велика кількість науковців засвідчують, що однією з найголовніших причин неефективного управління операційними витратами сільськогосподарських виробників Прикарпаття виступає тимчасова відсутність сучасного аналітичного забезпечення, які пристосовуються до господарської діяльності стратегічного та оперативного обліку, результатами цього є прийняття помилкових управлінських рішень через необґрунтовану цільову собівартість, що призводить до зниження прибутковості підприємств.

Про позитивну динаміку свідчить аналіз результативних показників сільськогосподарської діяльності Прикарпаття. Протягом останніх років зростає рівень прибутковості та рентабельності діяльності агропромислової сфери в Івано-Франківській області. Рівень рентабельності сільськогосподарських підприємств протягом аналізованих років становить приблизно 30%, що є набагато більшим ніж у інших галузях. А додаткові розрахунки довели, що частка прибуткових аграрних підприємств області становить 84,3% [2, с. 190].

Аналіз структури витрат операційної діяльності сільськогосподарських підприємств є ефективним для оцінки діяльності а також

розроблення планів розвитку підприємства, він дає можливість знайти резерви для зниження собівартості та підвищенню рентабельності виробництва.

Якщо зростання витрат операційної діяльності перевищує зростання чистого доходу, це свідчить про зниження прибутково-ності основних видів сільськогосподарської продукції підприємства. У цьому випадку необхідно провести аналіз діяльності підприємства, та структури операційних витрат.

Вертикальний та горизонтальний аналіз, є найбільш прийнятний та доступний а також мало затратний для аналізу витрат операційної діяльності сільськогосподарських підприємств. Аналіз дозволяє дослідити не тільки відхилення, а також структуру операційних витрат, що важливо для майбутнього застосування, прогнозування та планування собівартості аграрної продукції та надання послуг. Для здійснення процесу формування аналізу операційних витрат сільськогосподарських підприємств необхідно:

- здійснити оцінку складу операційних витрат;
- розрахувати відносні та абсолютні відхилення операційних витрат сільськогосподарського підприємства у звітному році порівнюючи його з базисним (попереднім), також встановити відхилення із установленим планом;
- встановити релевантний вплив усіх елементів на кожну загальну зміну витрат операційної діяльності.

Для проведення аналізу витрат операційної діяльності сільськогосподарських підприємств використовують такі джерела інформації: аналітичні обчислення, норми вивчення витрат та ресурсів; дані обліку (первинні і зведені документи, таблиці обліку робочого часу, реєстри відпуску матеріалів, документація про нарахування заробітної плати та інші); матеріали перевірок, обстежень, паспортні дані, різна технологічна документація тощо. До зовнішніх джерел інформації відносять звітність конкурентів та собівартість їхніх послуг, дослідження стану ринку. Застосування даної інформації забезпечує різними інструментами для аналізу витрат операційної діяльності, які можуть використовуватися підприємствами для оптимізації витрат та підвищення прибутковості. Така перспектива пов'язана з тим, що кожне сільськогосподарське підприємство Прикарпаття є складною системою

взаємозв'язаних підрозділів і ланок, які виконують різні функції в процесі виробництва продукції [3, с. 18].

Отже, в процесі розвитку сільськогосподарських підприємств Прикарпаття, вчені стикаються з різноманітними проблемами, в основі цих проблем лежить неякісний проведений аналіз витрат операційної діяльності. Є велика потреба в удосконаленні методів аналізу витрат операційної діяльності та визначення шляхів їх оптимізації для зниження ризиків діяльності та перспективного розвитку в майбутньому.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Рокожиця А.Ю., Івата В.В. Аналіз операційних витрат. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2017. Випуск 6(11). С. 370–374.
2. Баланюк І.Ф., Шеленко Д.І., Баланюк С.І., Гудима В.В. Оренда землі в сільському господарстві. Розвиток агропромислового виробництва і сільських територій України в умовах децентралізації державного управління : Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 18–19 червня, 2015 р.). Одеса : ТОВ «Лерадрук», 2015. С. 189–196. Особистий внесок (0,03 д.а.): окреслено шляхи вирішення проблемних питань з орендою землі (0,1 д.а.).
3. Абрамова О.В. Аналіз витрат операційної діяльності підприємства : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.09. Київ : ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», 2015. 20 с.

СЕКЦІЯ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Легошина О. Л.

*кандидат економічних наук,
викладач спеціальних дисциплін*

Прилуцького технічного фахового коледжу

Черніков В. П.

викладач спеціальних дисциплін

Прилуцького технічного фахового коледжу

м. Прилуки, Україна

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА: ПОНЯТТЯ, ЗМІСТ ТА СУТНІСТЬ

Цифровізація усіх сфер життя стала неодмінним атрибутом та необхідною умовою суспільних трансформацій. Стрімкий розвиток технологій стає запорукою перетворень в економіці, політиці, сфері публічного управління та міжнародних комунікацій.

Формування і розвиток цифрової економіки – це складний багатоплановий і затяжний в часі процес. ХХ століття відображає докорінну трансформацію традиційної економічної моделі ринкової економіки у «цифрову економіку» (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи становлення цифрової економіки

Етапи	Технологічні інновації
I-й етап	Перша промислова революція (механізація виробництва, енергія води та пари)
II-й етап	Друга промислова революція (масове виробництво, електрична енергія з вуглеводів)
III-й етап	Третя промислова революція (автоматизація і комп'ютеризація виробництва, атомна енергія)
IV-й етап	Четверта промислова революція (кіберфізичне виробництво, енергія з відновлювальних джерел)

Джерело: [5]

Феномен цифрової економіки у великому масштабі починається наприкінці ХХ століття. Саме тоді Інтернет почав використовуватися в бізнесі. Сфера поширення цифрових технологій

нині представлена штучним інтелектом, Інтернетом, квантовими комп'ютерами, безпілотним транспортом, 3D-друком, нанотехнологіями, біотехнологіями тощо [5].

Поняття цифрової економіки як основи четвертої промислової революції помітно різняться (табл. 2).

Таблиця 2

**Трактування терміну «цифрова економіка»
вітчизняними та зарубіжними науковцями**

Автор	Визначення терміну
Веретюк С.	трансформація різноманітних сфер економіки шляхом перенесення всіх інформаційних ресурсів та знань на комп'ютерну платформу
Данніков О. Січкаренко К.	нова парадигма розвитку країни, економіки і суспільства у цілому; сучасні соціально-економічні трансформації, пов'язані з інформатизацією суспільств
Коляденко С.	виробництво та реалізація електронних товарів і сервісів високотехнологічними бізнес-структурами з використанням електронної комерції
Лейн Н.	конвергенція комп'ютерних і комунікаційних технологій в мережі Інтернет, які стимулюють розвиток електронної торгівлі та масштабні зміни в організаційній структурі
Д. Тапскотт	економіка, що базується на цифрових комп'ютерних технологіях, яку іноді називають інтернет-економікою, новою економікою, або веб-економікою

Джерело: [1; 2; 3; 6; 7]

Як бачимо з таблиці 2, цифрову економіку трактують як таку, що ґрунтується на цифрових ресурсах.

Узагальнюючи існуючі визначення цифрової економіки, слід зазначити, що у більшості визначень існує компонентний підхід при розгляді економічної сутності цифрової економіки.

Варто зазначити, що цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, стрімкий розвиток та поширення яких вже сьогодні впливає на традиційну економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що їх створює.

Основними напрямками розвитку цифрової економіки можуть бути:

- здійснення різних транзакцій (торгових і фінансових операцій);
- створення бізнес – порталів для розміщення замовлень і пропозицій, пошук постачальників через мережу Інтернет;
- покупка та продаж продукції через Інтернет;
- пошук персоналу через мережу Інтернет;
- розміщення інформації в Інтернет-довідниках;
- створення власного сайту;
- онлайн-реклама;
- впровадження системи Інтернет – банкінгу для роботи з активами в режимі он-лайн;
- створення платіжних механізмів для підтримки торгівлі товарами і послугами;
- створення нових форм і інститутів кредитування, інвестування та страхування [4].

Цифрова економіка має велику кількість переваг для суспільства, підприємництва та держави. Зокрема, вона здатна знизити відсоток тіньової економіки та корупції в країні, адже транзакції, що здійснюються цифровим шляхом, можна легко контролювати. Крім того, поява внутрішнього ринку цифрових технологій створить нові можливості для українських ІТ-компаній, що зупинить відтік висококваліфікованих кадрів за кордон.

З іншого боку, існують загрози безпеці даних у вигляді кібератак. Нові технології, особливо штучний інтелект, призведуть до серйозних зрушень на ринку праці, включно зі зникненням робочих місць в одних секторах та їх появою в інших. Україна повинна бути готова до таких кардинальних змін [5].

Отже, цифрова економіка є дієвою складовою розвитку системи національної економіки, підприємництва та суспільства в цілому.

На сьогоднішній день для розвитку вітчизняної цифрової економіки потрібно створити дієву інфраструктуру для взаємодії державних органів із суспільством та бізнесом; сформувані сприятливі умови для цифрової трансформації виробництва та впровадження цифрових інновацій у підприємництво.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Веретюк С. М., Пілінський В. В. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні. Наукові записки Українського науково дослідного інституту зв'язку. 2016. № 2. С. 51–58.
2. Данніков О. В. Концептуальні засади цифровізації економіки України / О. В. Данніков, К. О. Січкаренко. Інфраструктура ринку. 2018. Випуск 17. С. 73–79.
3. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. Економіка. Фінанси. Менеджмент. 2016. № 6. С. 106–107.
4. Левчинський Д. Л., Каширнікова І. О., Кононова О. Є. Аспекти розвитку цифрової економіки в Україні. URL: <http://economicspace.pgasa.dp.ua/article/view/165634>
5. Сірко А.В. Реалії цифрової економіки: нові можливості та виклики для суспільства і держави. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2020/17.pdf
6. Lane, N. Advancing the Digital Economy into the 21st Century // Information Systems Frontiers. 1999. № 1:3. P. 317–320.
7. Tapscott, D. The digital Economy: promise and peril in the age of networked intelligence. New York : McGraw-Hill, 1997.

Наукове видання

**Актуальні питання економіки
в контексті глобальних викликів**

Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної конференції
(Львів, 29 січня 2022 року)

Редактор – *Ю.С. Павленко*
Технічний редактор – *В.О. Удовиченко*
Коректор – *О.М. Забела*

Підписано до друку 31.01.2022. Формат 60x84/16.
Ум.-друк. арк. 5,81. Замовлення № 0122/97. Ціна договірна.
Віддруковано з готового оригінал-макета.
Гарнітура Times New Roman.
Папір офсетний. Цифровий друк. Наклад 100 прим.

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