

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНУ «ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ»
ДУ «НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР ВИЩОЇ
ТА ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ»
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



МАТЕРІАЛИ

Всеукраїнської науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти

МОЛОДЬ – АГРАРНИЙ НАУЦІ І ВИРОБНИЦТВУ

Інноваційні пріоритети у розвитку економіки та менеджменту

19 травня 2022 року

Біла Церква
2022

УДК 330.341.1:33:005

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Шуст О.А., д-р екон. наук, ректор

Варченко О.М., д-р екон. наук

Мерзлов С.В., д-р біол. наук

Димань Т.М., д-р с.-г. наук

Паска І.М., д-р екон. наук

Хомяк Н.В., канд. екон. наук

Зубченко В.В., канд. екон. наук.

Ластовська І.О., канд. с.-г. наук.

Відповідальна за випуск – **Олешко О.Г.**, канд. с.-г. наук.

Молодь – аграрній науці і виробництву. Інноваційні пріоритети у розвитку економіки та менеджменту: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти. 19 травня 2022 р. Біла Церква: БНАУ, 2022. 131 с.

Збірник підготовлено за авторською редакцією доповідей учасників конференції без літературного редагування. Відповідальність за зміст поданих матеріалів та точність наведених даних несуть автори.

БАРАНЕНКО О.М., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.О.**, доктор PhD
Білоцерківський національний аграрний університет

ХАРАКТЕРИСТИКА ЧИННИКІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Обґрунтовано, що фінансова безпека підприємства забезпечується фінансовою стійкістю, рівновагою, гнучкістю та оперативністю системи менеджменту при прийнятті фінансових рішень. Систематизовано чинники зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, що впливають на фінансову безпеку підприємства, та доповнено їх перелік із урахуванням сучасних умов розвитку корпоративних структур. Доведена необхідність їх систематичного моніторингу їх видів та напрямів впливу на фінансову безпеку підприємства системою менеджменту з метою розробки дієвих заходів щодо нейтралізації та мінімізації їх негативного впливу на фінансову безпеку.

Ключові слова: фінансова безпека, фінансова стійкість, чинники зовнішнього та внутрішнього середовища, підприємство.

Забезпечення економічного зростання корпоративної структури, стабільності результатів її діяльності, досягнення цілей, які відповідають інтересам власників та суспільства, неможливо досягнути без дієвої системи досягнення її фінансової стійкості та безпеки. Ефективність діяльності господарюючих суб'єктів зумовлюється станом їх фінансів, що вимагає розгляду питань забезпечення їх фінансової стійкості та безпеки. Це пояснюється тим, що навіть за умов високої дохідності підприємства недостатня увага до проблем фінансової стійкості та безпеки може привести до того, що корпоративна структура може стати об'єктом поглинання. Із іншого боку, зростання темпів бізнесу зумовлює більш високу залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування і, можливо, втрату стійкості та самостійності в прийнятті управлінських рішень. Отже, нині особливу значимість в стабільному функціонуванні корпоративних структур набувають питання не лише фінансової стійкості, але й фінансової безпеки.

Сутність фінансової безпеки підприємства розглядається у здатності підприємства самостійно розробляти та проводити самостійно розробляти та проводити фінансову стратегію відповідно до цілей корпоративної стратегії, в умовах невизначеності та ризику середовища його функціонування. Основною умовою фінансової безпеки підприємства є здатність протистояти існуючим та виникаючим небезпекам та загрозам, які спроможні причинити фінансові втрати або змінити структуру капіталу, або примусово ліквідувати організацію. З метою забезпечення цієї умови підприємство повинно підтримувати фінансову стійкість, рівновагу, забезпечувати достатню фінансову незалежність підприємства та гнучкість при прийнятті фінансових рішень.

Узагальнення наукової літератури дозволило встановити наступні підходи до визначення фінансової безпеки: «... здатності підприємства самостійно розробляти і проводити фінансову стратегію відповідно до цілей загальної, корпоративної стратегії, в умовах невизначеного і конкурентного середовища [1, [1, с.75–78]; «... система кількісних і якісних параметрів фінансового стану підприємства, у комплексі відображаючи рівень його фінансової захищеності» [2]; «... стан найбільш ефективного використання фінансових ресурсів, виражених у високих значеннях фінансових показників прибутковості і рентабельності агробізнесу, ефективності управління основними та оборотними коштами, структурою капіталу, фінансовими потоками як індикаторами поточного фінансового стану та розвитку суб'єкта підприємництва в довгостроковій перспективі» [3, с. 12]; «... фінансовий стан і фінансову стабільність, які забезпечують підприємству нормальний ефективний розвиток його діяльності [4, с.23];

Очевидно, що фінансова безпека визначається граничним станом фінансової стійкості, в якому повинно знаходитися підприємство для реалізації своєї стратегії, характеризується здатністю підприємства протистояти внутрішнім та зовнішнім загрозам. З метою оцінки фінансової безпеки дослідники пропонують індикатори фінансової безпеки, основними із яких є показники зміни вартості підприємства [5].

Важливою характеристикою забезпечення фінансової безпеки є фінансова гнучкість це спроможність підприємства змінювати обсяг і структуру фінансування, а також напрями вкладення фінансових ресурсів згідно зовнішніх та внутрішніх змін середовища його функціонування. Іншою умовою фінансової безпеки є фінансова стабільність, яка визначається постійністю оптимальних або наближених до них значень показників. У якості показника фінансової стабільності пропонують використати значення середньоквадратичне відхилення фактичних значень показника від оптимальних.

Водночас, фінансова рівновага характеризує збалансований розвиток підприємства, який досягається оптимальним поєднанням дохідності та ризику. Із цією метою серед основних завдань системи менеджменту в аспекті забезпечення фінансової безпеки підприємства слід виділити такі: досягнення фінансової стійкості; синхронізація у часі та обсягах позитивного та негативного грошових потоків; зростаюча динаміка основних фінансово-економічних показників; нейтралізація негативного впливу фінансових криз та маніпулятивних дій конкурентів, тіньових структур на розвиток підприємства; подолання агентських конфліктів між акціонерами, менеджерами та кредиторами щодо розподілу, використання та контролю за рухом грошовими коштами підприємства; оптимізація джерел фінансування діяльності. Перелічені завдання повинні вирішувати акціонери та менеджери підприємства з метою забезпечення безпечного та ефективного функціонування не лише елементів фінансової системи підприємства, але й усіх взаємопов'язаних із нею елементів управління підприємством.

Фінансова стійкість та безпека підприємства визначається наступними умовами: нестачею необхідних засобів для фінансування інвестиційних проєктів; стабільністю та стійкістю фінансового стану підприємства; нормалізацією фінансових показників та розрахункових відносин; рівнем захисту інтересів акціонерів; партнерськими відносинами із фінансовими інституціями.

Забезпечення фінансової безпеки підприємства необхідно розглядати в аспекті впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування. Узагальнення наукової літератури [6,7] дозволило встановити, що основними зовнішніми чинниками, які зумовлюють загрози та небезпеки для організації, що впливають на втрату фінансової стійкості та безпеки, є наступні: придбання акцій, боргів підприємства маніпулятивними партнерами; наявність значних обсягів фінансових зобов'язань у підприємств, як значною величини боргових засобів, так й великої заборгованості; нерозвиненість ринків капіталу та їх інфраструктури; недостатнім розвитком нормативно-правового забезпечення захисту прав інвесторів та додержання вимог законодавства; криза грошової та фінансово-кредитної системи; нестабільність економіки країни та прояв посилення кризових явищ; недосконалість інструментів державного регулювання фінансово-кредитної політики.

До внутрішніх небезпек та загроз, які впливають на фінансову стійкість та безпеку, відносять навмисні або випадкові помилки менеджменту в області управління фінансами підприємства, пов'язані із вибором стратегії його розвитку, недостатньою обґрунтованістю управлінських рішень в аспекті оптимізації активів і пасивів підприємства (розробка, впровадження та контроль управління дебіторською і кредиторською заборгованостями, вибором інвестиційних проєктів і джерелами їх фінансування, оптимізація амортизаційної та податкової політики). Очевидно, що основним чинником успішного розвитку підприємства є наявність дієвої, фахової системи менеджменту, а основним чинником ризику – некомпетентність та не доброчесність управлінців та персоналу. Вважаємо, що перелічені вище чинники, особливо зовнішнього характеру доцільно доповнити такими їх видами; глобалізаційні кліматичні зміни; стихійні лиха, війни, активність міграції населення країни за кордон, у зв'язку із веденням воєнних дій, непередбачувана зупинка ведення економічної діяльності, втрата майна і т.д.

Отже, небезпеки та загрози фінансової безпеки підприємства формуються під впливом чинників середовища його функціонування, які необхідно службі менеджменту систематично ідентифікувати та визначати вектор їх впливу, з тим щоб оперативно розробляти та реалізовувати превентивні заходи щодо мінімізації та нейтралізації негативного їх впливу на фінансову стабільність організації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Захаров О.І. Організація та управління економічною безпекою суб'єктів господарської діяльності: навч. посіб. / О.І. Захаров, П.Я. Пригунов. – К.: 2008. – 257 с.
2. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия. К.: Ельга, Ника-Центр, 2014. 784 с.
3. Вдовенко Л. О., Черненко О. С. Фінансова безпека суб'єктів підприємництва в аграрній сфері: Монографія / Л.О.Вдовенко, О.С.Черненко.– Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. – 252 с.
4. Кириченко О.А. Вдосконалення управління фінансовою безпекою підприємств в умовах фінансової кризи / О.А. Кириченко, І.В. Кудря // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 10. – С.22–26.
5. Амосов О.Ю. Формування системи оцінки фінансової безпеки підприємства. Економіка підприємства. 2012. № 1. С. 8–13.
6. Мельник С. І. Визначення основних чинників впливу на фінансову надійність в контексті управління фінансовою безпекою підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7361>
7. Мельник С. І. Управління фінансовою безпекою підприємств: теорія, методологія, практика: монографія. Львів: «Растр-7», 2020. – 384 с.

УДК: 330.3:330.16

БАЛІЦЬКА Н.І., студентка 4 курсу

maks.228.nata@gmail.com

Науковий керівник – **СОКОЛЬСЬКА Т.В.** д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ІНДЕКС КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТАЛАНТІВ (GLOBAL TALENT COMPETITIVENESS INDEX) В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19

Досліджено вплив глобалізаційних процесів та поширення пандемії COVID-19 на економічний розвиток країн світу та України. Зазначено необхідність формування особливо високих вимог щодо стратегічної побудови виваженої інноваційної поведінки підприємств та організацій, як на вітчизняному, так і світовому ринках в питаннях формування та розвитку людського капіталу. Доведено взаємозв'язок виміру індексу конкурентоспроможності талантів та людського капіталу із власною конкурентоспроможністю у забезпеченні високого рівня інноваційної спроможності підприємств, установ та країн в цілому.

Ключові слова: індекс конкурентоспроможності талантів, інноваційний розвиток, рейтинг, COVID-19, людський потенціал.

Пандемія COVID-19, що стала справжнім викликом XXI століття виявила ряд слабких сторін щодо утримання талантів у різних країнах світу, як одного із показників розвитку інноваційної політики. А вимірником ефективності використання, і вдосконалення людського потенціалу в період COVID-19, який спроможний забезпечити побудову ефективного інноваційного іміджу країн світу має слугувати глобальний індекс конкурентоспроможності талантів GTCI [1].

Показник GTCI показує його зв'язок із конкурентоспроможністю країни в цілому та має на меті надати урядам і підприємствам цих країн вичерпні дані щодо необхідності прийняття якісних управлінських рішень і подальшої політики та стратегій розвитку талантів, які спроможні забезпечити сталість інноваційного розвитку [2]. Як справедливо зазначає Л.В.Соколова, розвиток інноваційної економіки країни на сучасному етапі полягає не тільки в створенні інституційних умов на рівні держави, але й, насамперед, у вихованні в людині особливого типу мислення та бажання творити і створювати нове. Виявлення існування щільного зв'язку між особистісною мотивацією окремої людини створювати новий продукт та розвитком інноваційної економіки країни в цілому дозволяє вважати, що підвищення рівня конкурентоспроможності країни повинно базуватися на розробці ефективної системи підтримки інноваційної активності людей та впровадженні інноваційної концепції розвитку суспільства [3].

Індекс GTCI розраховується як середнє арифметичне 6-ти критеріїв: ринкові та нормативні умови на ринку праці; шанси щодо кар'єрного зростання; можливості роботодавців залучати

таланти по всьому світу; здатність утримувати кваліфікований персонал; виробничі навички робітників та їхні глобальні знання [4].

Окрім цього, GTCI характеризує вплив на конкурентоспроможність талантів технологічних змін, таких як запровадження інноваційних рішень, нових технологій та знань. Тобто, він свідчить, що саме технології створюють нові можливості для людини. Для будь-якої країни основними критеріями успіху є: вміння працювати як з новими технологіями, так і з людьми, гнучкість та партнерство [2, 4].

За показником GTCI 2021 року в рейтингу до 20 Топ-країн входять ті, що мають досить високий рівень доходів, та «відмінно почуваються» за вхідними та вихідними компонентами даної моделі. Але при цьому варто зазначити, що запровадження інструментів GTCI у цих країнах почалося ще до появи та поширення пандемії COVID-19 [5]. До таких країн належать: Швейцарія, Сінгапур, США, Данія, Швеція, Фінляндія, Люксембург, Норвегія та Ісландія (рис. 1). Щодо Європи, то вона продовжує домінувати у рейтингу GTCI, хоча Франція у 2021 році вперше увійшла до Топ-20 [1, 5].

Global Talent Competitiveness Index 2021 rankings

COUNTRY	SCORE	OVERALL RANK	INCOME GROUP	REGIONAL GROUP	REGIONAL GROUP RANK
Switzerland	82.09	1	High income	Europe	1
Singapore	79.38	2	High income	Eastern, Southeastern Asia and Oceania	1
United States of America	78.81	3	High income	Northern America	1
Denmark	77.98	4	High income	Europe	2
Sweden	77.98	5	High income	Europe	3
Netherlands	77.31	6	High income	Europe	4
Finland	77.07	7	High income	Europe	5
Luxembourg	76.96	8	High income	Europe	6
Norway	75.84	9	High income	Europe	7
Iceland	75.21	10	High income	Europe	8

Рис.1. Глобальний індекс конкурентоспроможності, 2021

Джерело: [1].

За даними О.І Решетняка, значення GTCI свідчать про те, що рівень конкурентоспроможності талантів в Україні зріс у 2019 р. порівняно з 2014 р. Але цей індекс має багато припущень в розрахунках, кількісні показники, які застосовуються при розрахунках індексу, не ураховують масштаби економік країн, які порівнюються в дослідженні, містить багато показників, які не відображають тенденції та перспективи наукового розвитку [6]. І в рейтингу GTCI-2021 Україна посіла лише 61 місце в світі та 35-те у Європі. Це свідчить про те, що пандемія, зокрема для України, стала потужним потрясінням щодо організації управління та розвитку талантів, тому найбільше постраждали саме молоді та менш кваліфіковані працівники [1, 5].

Ми вважаємо, що з метою ефективної та якісної протидії таким викликам, зокрема, як COVID-19 у сфері інноваційного розвитку, кожна країна, яка прагне зберегти власні таланти та примножувати їх має, насамперед, бути гнучкою та адаптивною, вкладати кошти в технічно освічену робочу силу, розвивати підприємницькі таланти, швидко та якісно приймати управлінські рішення, виявляти нові джерела цінностей, запроваджувати нові бізнес-моделі, онлайн-інструменти та формувати нові способи організації розвитку людського капіталу та його залучення («цифрові таланти»). Окрім цього, потребує вирішення проблема низького рівня залучен-

ня прямих іноземних інвестицій та трансферу технологій (Україна на 95 місці). Будь-яка криза – це не лише виклики, але й нові можливості. Вона дає змогу розвивати та залучати нові таланти, відводити їм значущу роль у питаннях розвитку нових стратегій інноваційної політики та протидії внутрішнім та зовнішнім викликам.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. INSEAD (2021): TheGlobalTalentCompetitivenessIndex 2021: TalentCompetitivenessinTimesof COVID, Fontainebleau, France.ISBN: 978-2-38192-004-7. URL: <https://www.insead.edu/sites/default/files/assets/dept/fr/gtci/GTCI-2021-Report.pdf>
2. GlobalTalentCompetitivenessIndex. URL: <https://knowledge.insead.edu/talent-management/global-talent-competitiveness-index-2932>
3. Соколова Л. В. Сучасна інноваційна економіка: від піраміди Маслоу до глобальної конкурентоспроможності країни. Економіка та суспільство. 2021. Випуск 26. С.23-28.
4. Писаренко Т.В., Т.К. Кваша та ін. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналітична довідка. К.: УкрІНТЕІ, 2019. 80 с.
5. Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів 2021 року. URL: <https://www.management.com.ua/news/?id=1607>
6. Решетняк О.І. Оцінка наукового розвитку України в міжнародних рейтингах. Причорноморські економічні студії. 2020. Випуск 49. С.44-54.

УДК: 342.95:351.74

БЕДРІЙ Є.О., студентка 1 курсу магістратури

Науковий керівник – **СОКОЛЬСЬКА Т.В.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ ЧЕРЕЗ НАДАННЯ ЯКІСНИХ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ

Досліджено механізми формування позитивного іміджу в органах публічної влади, зокрема, надання якісних адміністративних послуг. Визначено основні напрями формування механізму надання якісних адміністративних послуг. Доведено, що для формування позитивного іміджу державних службовців необхідне постійне удосконалення його особистості, а також створення сприятливих умов для реалізації його знань, умінь і навичок.

Ключові слова: імідж, ознаки іміджу органів публічної влади, механізми формування іміджу органів публічної влади, якісні адміністративні послуги.

Світовим досвідом доведено, що одним із основних критеріїв формування позитивного іміджу державних службовців є їх здатність нести відповідальність за прийняті, або неприйняті рішення. Причому, досить часто доводиться бачити, що чим гучніші заяви державних службовців щодо прийнятих ними важливих рішень, тим менша їх ефективність. Як правило, до успіху приводять не багатослівні, а професійні дії державних службовців.

Метою нашого дослідження було вивчення механізмів удосконалення механізмів надання адміністративних послуг в органах публічної влади, (ЦНАП), як одного із чинників формування позитивного іміджу органів публічної влади.

Вивчення літературних джерел [1-4] та їх узагальнення, дає підстави вважати, що чи не найголовнішим у роботі (ЦНАП) має бути доступність інформації, оскільки принцип його роботи полягає у практичності. Цьому може сприяти оновлення веб-сайту, котрий відповідатиме новітнім вимогам, міститиме деталізоване та доступне сприйняття його контенту, умови надання послуг, із можливим консультуванням. Ця інформація сприятиме покращенню умов надання послуг, підвищить рівень задоволеності серед громадян, зменшать рівень навантаження на працівників. Кожний відвідувач після звернення зможе оцінити якість наданої адміністративної послуги, ставлення працівників до відвідувачів, терміни в які була надана адміністративна послуга та інші особливості.

Не менш важливим питанням у цьому плані є створення системи електронної черги, наявність терміналів у (ЦНАП) що дозволить громадянам визначити зручні для себе години отримання таких послуг, уникнути стресу під час відвідування закладу, а також зменшити ризик корупції та навантаження на адміністраторів.

Одним із вагомих чинників у покращенні іміджу надання якісних послуг населенню відіграє приміщення (ЦНАП), яке має відповідати сучасним умовам із практичними зонами для відвідування громадян із дітьми та людей з особливими потребами. Негативним прикладом цього міг слугувати колишній Білоцерківський районний пенсійний фонд, який розміщувався на 4 поверсі, без ліфта, з незручними східцям, які пенсіонерам занадто важко було подолати.

Також значно економить час і полегшує роботу працівників електронний документообіг, який використовують при обробці документів.

За свідченнями Ю Мельника та інш. для поліпшення роботи (ЦНАП) також необхідно:

- мотивувати працівників до добросовісної роботи;
- розробити стандарти щодо надання адмінпослуг;
- впроваджувати сучасні системи надання адмінпослуг;
- розподіляти повноваження між надавачами послуг, ставити конкретні задачі перед кожним;
- керівник має брати на себе відповідальність в контролі за виконанням роботи адміністраторів;
- інформувати персонал про важливість прийняття рішень;
- вивчати досвід інших (ЦНАП), їхню специфіку роботи, порівнювати зі своєю та вносити зміни, якщо це потрібно [1, 2].

З метою формування позитивного іміджу особистості, як працівника органів публічної влади, вагоме значення має підвищення культури управління, яка визначається у вмінні ефективно і дієво виконувати поставлені задачі. В цьому плані, особливе значення набуває ефективна підготовка й перепідготовка, підвищення кваліфікації, удосконалення їх професійних знань і умінь [3].

Постійне підвищення рівня професійної культури держслужбовців є одним із найголовніших аспектів посилення ефективності державного управління як такого [4]. Професійні навички державного службовця слугують передумовою якісного виконання посадових обов'язків, стабільності держслужби, постійної готовності до реалізації управлінських рішень, котрі мають складне вирішення поставлених задач, тому потребують професійних знань, умінь і навичок [5].

Отже, ми вважаємо, що для формування позитивного іміджу державних службовців необхідне постійне удосконалення його особистості, а також створення сприятливих умов для реалізації його знань, умінь і навичок. Державні службовці, що працюють в органах публічної влади, завжди мають удосконалювати свій професійний рівень, слідкувати за створенням позитивного іміджу, тим самим заповнити довірою осіб, що на них покладаються

Наступним кроком до формування позитивного іміджу органів публічної влади через надання якісних адміністративних послуг можна вважати використання електронної черги що дозволить відвідувачам у комфортних умовах отримати адміністративні послуги, зменшити кількість витраченого часу для їх надання, який можна спрямувати для коригування своїх дій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Мельник А.Ф., Оболенський О.Ю., Васіна А.Ю. та ін. Державне управління: навч. посіб.; ред. А. Ф. Мельник. Київ: Знання-Прес, 2003. 343 с.
2. Пантелейчук І.В. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Альтерпрес, 2011. 316 с.
3. Сімеоніді І.А. Формування іміджу державної служби. Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології: зб. наук. пр. Херсон, 2010. № 1–2. С. 136–146.
4. Kolosok, S.V. (2000). Formuvannya imidzhu ustanovy v systemi derzhavnogo upravlinnya. Aktual'ni problemy derzhavnogo upravlinnya [Formation of the image of the institution in the system of public administration. Actual problems of public administration]. Odessa: AstroPrint (in Ukraine).

5. Seryogin, S.M., Lola, V.V., Khozhilo, I.I. (2009). Formuvannya pozytyvnoho imidzhu orhaniv derzhavnoyi vlady cherez pidvyshchennya yakosti nadannya administratyvnykh i sotsial'nykh posluh [Formation of a positive image of public authorities through improving the quality of administrative and social services] (in Ukraine).

УДК: 338.48

БАЛІЦЬКА Є.Ю., студентка 1 курсу

Науковий керівник – **ТКАЧЕНКО О.В.**, канд. пед. наук

oliatkachenko_@ukr.net

Білоцерківський національний аграрний університет

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА

Розглянуто сутність інформаційної безпеки та її актуальність. Проаналізовано проблеми захисту інформації та шляхи їх вирішення

Ключові слова: інформаційна безпека, Internet, безпека систем обробки інформації, телекомунікації, інформаційні технології.

Комп'ютерні системи і телекомунікації визначають надійність і потужність систем оборони і безпеки країни. Комп'ютери забезпечують збереження інформації, її обробку і надання її споживачам, реалізуючи в такий спосіб інформаційні технології.

Однак саме найвищий ступінь автоматизації, до якого прагне сучасне суспільство, ставить його в залежність від ступеня безпеки використовуваних ним інформаційних технологій, з якими пов'язані й найвищі цінності людства. І саме розвиток Internet викликав сплеск інтересу до проблеми безпеки і змусив, принаймні частково, переглянути її основні положення. Справа в тому, що, крім усіх плюсів користування, Internet забезпечує широкі можливості для здійснення порушень безпеки систем обробки інформації усього світу. Якщо комп'ютер підключений до Internet, то для «шахраїв» не має ніякого значення, де він знаходиться – у сусідній кімнаті чи на іншому кінці світу [1, с.17; 3].

Також, має місце істотний розрив між теоретичними моделями безпеки, що оперують абстрактними поняттями типу об'єкт, суб'єкт і т. п., і сучасними інформаційними технологіями. Це призводить до невідповідності між моделями безпеки і їх упровадженням у засобах обробки інформації. Крім того, багато засобів захисту, наприклад засоби боротьби з комп'ютерними вірусами, узагалі не мають системної наукової бази. Таке становище склалося через відсутність загальної теорії захисту інформації, комплексних моделей безпеки обробки інформації, що описують механізми дій «шахраїв» в реальних умовах в реальних системах, а також відсутність систем, що дозволяють ефективно перевірити адекватність тих чи інших рішень у сфері безпеки. Наслідком цього є те, що практично всі системи захисту ґрунтуються на аналізі результатів успішних атак, що заздалегідь визначає їх відставання від реальної ситуації. Як приклад можна навести поширену практику закриття «раптово» виявлених вад у системі захисту [2, 3].

Тому у сучасних умовах надзвичайно важливим є обґрунтування вимог безпеки, створення нормативної бази, яка не ускладнює задачі розроблювачів, а, навпаки, встановлює обов'язковий рівень безпеки. А це означає, що системи захисту повинні забезпечувати безпеку на рівні інформаційних ресурсів, а не окремих документів, файлів чи повідомлень; є необхідним здійснення ефективного захисту при віддаленому доступі до інформації, тобто, сьогодні від систем захисту вимагаються нові функції, а саме – можливість забезпечення безпеки в умовах будь-якої їх взаємодії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Арістова І.В. Сулацький Д.В. Інформаційна безпека людини як споживача телекомунікаційних послуг: монографія. Київ: Ред. журн. «Право України»; Х.: Право, 2013. 184 с.
2. Гуйван О. П. Засади інформаційної безпеки як способу захисту інформації. URL: http://apnl.dnu.in.ua/6_tom_1_2017/13.pdf (дата звернення: 21.04.2022).
3. Проблеми захисту інформації. URL: https://studopedia.com.ua/1_332632_problemi-zahistu-informatsii.html (дата звернення: 25.02.2022).

УДК: 657

БУЧОК С., студент 2 курсу

Науковий керівник – **СВИНОУС Н.І.,** доктор PhD

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ І ОЦІНКИ ЗАПАСІВ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Розглядаються особливості обліку і оцінки запасів за Міжнародними стандартами фінансової звітності. Особлива увага приділена розгляду методів оцінки запасів.

Ключові слова: облік, оцінка, запаси, Міжнародні стандарти фінансової звітності, підприємство.

Економіка України зорієнтована на зовнішні ринки, в тому числі агро продовольства та залученні фінансових ресурсів іноземних інвесторів в галузі народного господарства, в першу чергу шляхом створення спільних підприємств. Дана обставина стимулює до запровадження міжнародної системи обліку та звітності, що є головною умовою інтеграції у світове економічне співтовариство. Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) є міжнародною системою загальноприйнятих принципів підготовки та надання фінансової звітності, які широко застосовуються в більшості країн світу. Для того, щоб фінансова звітність була прозорою і відповідала міжнародним вимогам, слід дотримуватися принципів і правил, викладених у МСФЗ [1]. Ці стандарти насамперед потрібні тим економічним суб'єктам;

- які зорієнтовані на залучення капіталу із зовнішніх джерел запозичення; які мають партнерські з іноземними контрагентами;
- які, здійснюють реалізацію продукції на міжнародних товарних ринках. Освоєння та вихід на зовнішні ринки здійснюється за допомогою виконання напрямків, що сприяють економічному розвитку, головним чином за рахунок інтенсифікації виробництва та підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності, що передбачає раціональне використання матеріальних, людських та фінансових ресурсів.

Облік та аналіз запасів є найбільш дослідженою частиною, і відповідно є найбільш забезпеченою відповідними нормативно-правовими актами (положеннями, стандартами, інструкціями та регламентами). Тим не менш, дана тема залишається актуальною і нині, що наш погляд, зумовлено впровадженням інноваційних методів виробництва та впровадженням у систему управління можливостей інформаційно-комунікаційних технологій та формуванні глобалізаційних економічних відносин, що у свою чергу призводить до інтернаціоналізації обліку, аналізу та аудиту. Відповідно до цього змінюється роль людського чинника, як складової систем організації руху запасів, їх обліку та контролю, що передбачає адаптації суб'єкта до технологічних вимог виробництва та управління, але одночасно бути джерелом ризиків безгосподарності, марнотратства та розкрадання.

В нинішніх умовах облік запасів, особливо на місцях їх зберігання суттєво спрощується в наслідок запровадження автоматизованих систем обліку та контролю, що передбачає щоденну обробку первинних документів, пов'язаних з їх рухом на складах [2]. Як свідчить досвід діяльності суб'єктів господарювання методичні рекомендації, щодо обліку виробничих запасів, які були розроблено спільно науковцями, протягом останніх років в певній мірі втратили актуаль-

ність і були орієнтовані на систему ручної обробки первинних документів, і відповідно не автоматизоване ведення аналітичного, синтетичного обліку та адміністративному регулюванню цін на вхідні матеріальні ресурси, що використовуються при виробництві кінцевого продукту.

Вищезазначені обставини вимагають удосконалення та нових підходів щодо організації та методики ведення первинного та аналітичного обліку наявності та руху виробничих запасів, який є однією з найважливіших та найбільш трудомістких секторів бухгалтерського (фінансового) обліку.

Важливість і трудомісткість ведення кількісного аналітичного обліку виробничих запасів, значні їх якісні показники зумовили необхідність пошуку раціональніших методів їх обліку з метою усунення дублювання господарських операцій.

Вважаємо, що для підвищення ефективності оперативного методу обліку виробничих запасів доцільно здійснити деталізацію їх груп на кілька підгруп з тим розрахунком, щоб у підгрупі кількість найменувань не перевищувала п'ятдесят товарних позицій, що забезпечити контроль наявності та руху запасів. Даний процес можна досягти шляхом щомісячного складання товарно-транспортних накладних, лімітно-забірних карток, накладних на відпуск матеріалів на сторону та відомостей щодо надходження та вибуття виробничих запасів по кожній підгрупі виробничих запасів, що підвищує оперативність виявлення можливих помилок у складському та синтетичному обліку. До того ж слід зазначити, що при автоматизованому обліку програма дозволяє без зайвих зусиль формувати дані відомості в аналітичному розрізі як за групами та підгрупами матеріалів, так і за окремими їх видами та сортами за певний період.

Світовий обліковий досвід показує, що найефективніша реалізація контрольної та аналітичної функцій бухгалтерського обліку можлива в умовах його поділу на дві самостійні – фінансовий та управлінський.

В управлінському обліку створюється можливість контролю за збереженням та використанням ресурсів, а також виявлення фінансових результатів за центрами відповідальності.

Центри відповідальності – це підрозділи виробничого, постачальницького та збутового характеру, побудовані виходячи з наявності відповідального керівника та підбиття результатів по центрах діяльності. Облік по центрах відповідальності з позицій економічного аналізу можна назвати найзручнішим, оскільки у ньому є достатньо деталізовані дані у тому, щоб їх основі провести факторний аналіз за місцями виникнення доходів і витрат, і навіть конкретним причин. Облік діяльності за підрозділами на засадах центрів відповідальності дозволить виявити кінцевий результат та оцінити ефективність кожного з них, усунути негативні результати у їхній діяльності.

Існують особливості оцінки запасів на момент списання. У цьому випадку вартість визначається бухгалтером компанії під час списання матеріалів з використанням методу перших доходів, перших витрат (FIFO) або формули середньої вартості (AVESO).

Основна увага в ньому приділяється використанню однієї і тієї ж формули визначення вартості для всіх запасів, які мають однакові властивості та використовуються однаково. У свою чергу різні формули розрахунку вартості можуть використовуватися для запасів, які мають різні властивості і використовуються в різних напрямках.

В країнах світу метод FIFO (FirstInFirstOut) також називають конвеєрною моделлю. Суть цієї оцінки полягає в тому, що перший закуплений матеріал продається першим (списується на витрати), і, у свою чергу, предмети у матеріалах на кінець періоду купуються останніми.

У цьому методі оцінки передбачається, що нові запаси продаються першими, а старі залишаються в складі. Цей метод практично не використовується суб'єктами господарювання, оскільки старі рідко продаються та поступово втрачають свою цінність. Це призводить до значних втрат для бізнесу.

Єдина причина використовувати LIFO – це коли компанії очікують, що вартість запасів з часом зросте та призведе до інфляції цін. Шляхом переведення високовитратних запасів у собівартість проданих товарів можна знизити рівень позитивного значення фінансового результату виробничо-господарської діяльності суб'єктів господарювання, що дозволить мінімізувати ве-

личину прибутку до оподаткування. У формулі середньої вартості (AVECO) вартість кожного елемента визначається середньою вартістю аналогічних товарів, придбаних або вироблених протягом періоду, з вартістю подібних на початку періоду. Залежно від умов здійснення діяльності суб'єкта господарювання середнє значення може розраховуватися періодично чи з надходженням кожної додаткової партії.

Вважаємо, що процес розвитку та удосконалення організації бухгалтерського обліку має йти у напрямі посилення його контрольних функцій, розширення аналітичності облікових даних та підвищення оперативності у їх використанні для управління та прийняття економічно обґрунтованих рішень, активної участі працівників бухгалтерії в економічній роботі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Шпінь В. В., Мельник Т. Г. Методика оцінки запасів підприємства за вітчизняними і міжнародними стандартами обліку. Молодий вчений. 2021. №1(2). С. 213-219.
2. Ізмайлов Я. О., Свірко С. В. Удосконалення методичних аспектів обліку, аналізу та контролю запасів підприємств. Економіка, управління та адміністрування. 2021. №1. С. 39-44.

УДК: 658.14/15

БІЛЯЄВ М.А., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **ГЕРАСИМЕНКО І.О.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Обґрунтовано актуальність дослідження механізму управління капіталом підприємства. Розглянуто складові механізму управління капіталом підприємства: економічні, евристичні методи управління капіталом, методичні підходи та принципи управління.

Ключові слова: управління капіталом, механізм управління, методи та методичні підходи управління капіталом.

Ефективність функціонування підприємства в першу чергу залежить від вміння управління капіталом, оскільки він відображає економічні процеси підприємства та його фінансовий стан. В даному випадку мається на увазі капітал у його класичній формі, що об'єднує основні, оборотні фонди та грошові кошти підприємства, а також, окрім власне фізичного капіталу, існує людський капітал, науково-технічна та ринкова інформація, інтелектуальний капітал, які нині відіграють значну роль і на які поступово відбувається переорієнтація фінансових потоків [1, с. 29]. З розвитком економіки та посиленням впливу чинників зовнішнього середовища відбувається ускладнення розуміння складових механізму управління капіталом. Для забезпечення ефективного управління капіталом сформовано механізм управління формуванням та використанням капіталу підприємства, що складається з принципів, завдань та методів (рис.1).

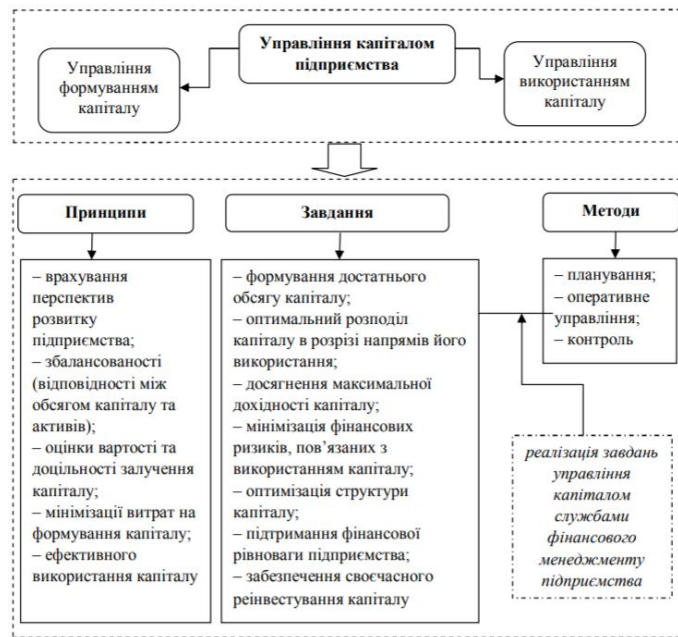


Рис. 1. Механізм управління капіталом підприємства.

Джерело: [2].

На рисунку зазначені завдання, перелік яких формує кожне підприємство індивідуально, виходячи з досягнення основної мети та цілей фінансово-комерційної діяльності. Також мають вплив пріоритети, що ставить перед собою підприємство та необхідність вирішення поточних проблем, що виникають в умовах ризикового, мінливого середовища.

Слід зауважити, що в умовах ринку вагоме значення мають економічні методи управління капіталом. Вони базуються на основі економічних важелів, що діють у ринковому середовищі. Дані важелі включають в себе механізм ціноутворення, оподаткування, комерційний розрахунок та планування. Правильне їх використання призводить до створення надійного економічного механізму управління капіталом підприємства, що в свою чергу приводить в дію механізм економіки країни.

Існують також неформальні методи управління підприємством, які засновані на аналітичних здібностях, методах прийняття та вибору оптимальних рішень, які в свою чергу базуються на основі накопиченого досвіду особою, яка ці рішення приймає. Для успішного управління капіталом керівництвом підприємства можуть застосовуватися різноманітні методики, в тому числі:

- вибір політики щодо формування та використання окремих компонентів власного капіталу: резервного, додаткового, нерозподіленого прибутку;
- використання можливостей фондового ринку для операцій з власними акціями, а також випуску облігацій;
- проведення продуманої політики залучення коштів з позикових джерел, пошук найбільш придатних способів;
- розробка політики дивідендів, спрямованої на підтримку добробуту акціонерів [3].

Дані методи та методики управління капіталом підприємства, дають змогу створити стійку систему для досить швидких темпів зростання ресурсного потенціалу підприємства та досягнення поставлених керівництвом задач та цілей, включаючи максимально ефективне використання, управління та відтворення капіталу.

Отже, можемо зробити висновок, що забезпечення функціонування ефективної системи управління капіталом підприємства повинно базуватися на науково-обґрунтованих методах, методиках, принципах та правилах, що враховують нестійкі та динамічні умови функціонування ринку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія / В.В. Зянько. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 397 с.
2. <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/dec/20450/management-38-45.pdf>
3. Мельнік М.А. Економічні методи управління капіталом підприємства/ М.А. Мельнік/ Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2014. – №1. – 94-97 с.

УДК: 330.111.4

БАТАЖОК О.В., студент 1 курсу магістратури

batazhok@ukr.net

Науковий керівник – **ЮХИМЕНКО П.І.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ЗАСТОСУВАННЯ ЕКО-ІННОВАЦІЙ ЗА РЕСУРСОЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА В ЦИРКУЛЯРНІЙ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ

Циркулярна модель економіки створює можливості для сталого розвитку та конкурентоспроможності. Україні необхідно ефективно використовувати ресурси, модернізувати технологічні процеси, застосовувати еко-інновації у виробництві.

Ключові слова: сталий розвиток, циркулярна економіка, еко-інновації, ресурсоефективне виробництво.

Сталий розвиток бізнесу з впливового тренду перетворився на базисну концепцію економіки замкнутого циклу, якої дотримуються найпрогресивніші компанії. Циркулярна економіка – це безвідхідна економіка, для якої характерним є мінімальне використання в процесі виробництва первинної сировини, зменшення відходів, створення доданої вартості за неодноразового та ефективного використання ресурсів, що сприяє економічному зростанню (Рис. 1).

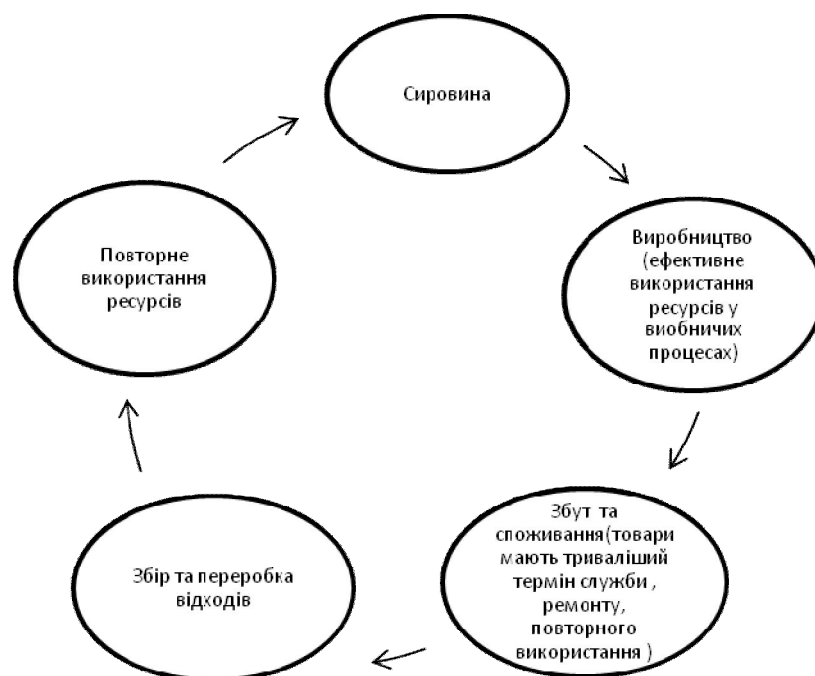


Рис 1. Циркулярна економіка.

Така модель зменшить вартість та нестачу ресурсів, ціну, відходи, сприятиме інноваціям, зростанню зайнятості, розширить ринок вторинної сировини та повторного її використання.

Основними відмінними ознаками циркулярної економіки від лінійної є [1]:

1. Розробка та проектування продукції, в майбутньому дозволяє повторного використання та переробку.
2. Інноваційні бізнес-моделей забезпечать принципи сталого розвитку.
3. Дотримується рівновага екосистеми.
4. Повторне використання, ремонт, реконструкція вироблених товарів та впровадження ринкових механізмів стимулу цих процесів.

Джерелом доданої вартості є [2]:

- Повторне швидке використання матеріалів у виробництві з метою економії проміжних витрат.
- Нові види бізнесу.
- Вартість природних активів.
- Попит на інновації.
- Підвищення продуктивності ресурсів для відновлення капіталу.

Сталий розвиток сфері еко-інновацій та ресурсоефективності

Національна ціль	Завдання
Розвиток АПК	Підвищення продуктивності за рахунок інноваційних технологій.
Якісна питна вода	Будівництво та реконструкція систем водопостачання та водовідведення з використанням новітніх технологій..
Енергоефективність економіки	Збільшити частку енергії з поновлюваних джерел національного енергетичного балансу.
Економічне зростання	зростання ВВП за рахунок модернізації виробництва, розвиток інновацій.
Інноваційна інфраструктура	Інноваційна інфраструктура, яка забезпечать розвиток наукових та технічних розробок.
Сталий розвиток територій	Зменшення негативного впливу на середовище з впровадженням інноваційних технологій.
Рациональне виробництво, споживання	Знизити ресурсомісткість економіки. Зменшити відходи, збільшити їх переробку, повторне використання.
Боротьба зі зміною клімату та його наслідками	Зменшити негативний вплив забруднювальних речовин на природне середовище.

Джерело:[3].

Провідним напрямом моделі технологічного та соціально-економічного розвитку є впровадження економіки замкнутого циклу. Характерним для такої моделі є відновлювальний характер; мінімум використання первинної сировини, зменшення переробки ресурсів; оптимізація процесу споживання, що відповідає рівню повторного використання. Забезпечується поетапно відтворення принципів ефективності та безвідходності, повертаючи суспільство на новій технологічній основі до відтворення в виробничих і споживчих циклах принципів використовуваних у екосистемах.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Moreno, M.; DelosRios, C.; Rowe, Z.; Charnley, F.AConceptualFrameworkforCircularDesign. Sustainability 2016. URL: <https://books.google.com.ua>.
2. Industrial Estates Principles and Practice. TechnicalReport. – UNIDO,1997.
3. Цілі Сталого розвитку: Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: Указ президента України: від 30.09.2019 р. документ 722/201.URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>

БУРТОВИЙ Я.О., студент 1 курсу

burtovyyaroslav@gmail.com

Науковий керівник – **БОНДАР О.С.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОЦІНКА ПОПИТУ НА ТОВАР НА ПІДПРИЄМСТВІ

Метою та завданням даної праці є ознайомлення з оцінкою попиту на товар на підприємстві; розглянути методи оцінки попиту на товари; визначити проблеми оцінки попиту; визначити різні категорії товарів.

Ключові слова: попит, причина, ризики, подаж.

Обравши тип ринку та визначивши на ньому позицію товару та цілі цінової політики, підприємство переходить до наступного етапу ціноутворення — оцінки попиту на товари (роботи, послуги). Будь-яка ціна (висока чи низька), встановлена підприємством, безумовно, вплине на рівень попиту на товари. Зазвичай попит і ціна обернено пропорційні, тобто чим вище ціна, тим нижчий попит, і навпаки.

Однак, при продажу особливо престижних та ексклюзивних товарів (автомобілі, яхти, хутряний одяг, ювелірні вироби, антикваріат та інші предмети розкоші), ситуація може бути протилежною, тобто виробник може продати більше за вищими цінами, ніж за нижчими. У цьому випадку ціна є для споживача ознакою високої, унікальної якості товару. Деякі відмінності у підходах до визначення попиту зумовлені обраним типом ринку.

Слід зазначити, що завжди існує верхня межа зростання ціни, після якої попит починає знижуватися. На величину попиту впливають різні економічні та психологічні фактори, які компанії повинні враховувати:

- Потреба в товарах;
- Розмір доходу (платоспроможність потенційних покупців);
- Відсутність заміни товарів або конкуренції на ринку;
- Негайна реакція покупців на зростання цін;
- Повільна зміна споживчих смаків і звичок покупців;
- Переконавання споживачів у тому, що підвищення цін виправдано підвищенням якості товарів, виробництвом нової продукції;
- Використання товарів у системі з раніше придбаними освоєними товарами (фотоапарат і плівка, ручки та вудилища, лижі та лижні палиці тощо);
- Складність порівняння для споживачів якості різних взаємозамінних товарів.

У процесі початкового ціноутворення дуже важливо мати уявлення про те, наскільки сильно попит буде реагувати на зміну ціни на цей товар. Оскільки це інакше, то при оцінці попиту на товар важливо розрахувати коефіцієнт його еластичності, що відображає ступінь чутливості попиту до зміни ціни, і таким чином виявити цінову еластичність попиту на конкретний товар.

Чим нижче еластичність попиту, тим вищу ціну може встановити продавець. І навпаки, чим еластичніший попит за ціною, тим більше підстав у виробника використовувати політику зниження цін на свою продукцію, оскільки це призведе до різкого зростання продажів і збільшення прибутку.

Вивчення попиту тісно пов'язане з оцінкою ризику незатребуваної продукції, що виникає внаслідок відмови споживачів від її покупки. Він визначається величиною можливих матеріальних і моральних збитків підприємства. Кожна компанія повинна знати суму збитків, якщо якась частина продукту не продається. Щоб уникнути наслідків ризику незатребуваної продукції, необхідно вивчити фактори її виникнення, щоб знайти шляхи запобігання або мінімізації втрат.

Внутрішні причини:

- неправильний прогноз попиту на продукцію працівниками підприємства;
- неправильна цінова політика на ринках;

- зниження конкурентоспроможності продукції через низьку якість сировини, обладнання, відсталих технологій, низьку кваліфікацію персоналу;
- неефективна організація процесу маркетингу та реклами.

Зовнішні причини:

- неплатоспроможність покупців;
- підвищення процентних ставок за депозитами;
- демографічні;
- соціально-економічні;
- політичні та інші.

Ризик незатребуваної продукції можна розділити на непереборний і непереборний. Критерієм віднесення його до однієї з груп є економічна доцільність інновацій, спрямованих на просування товарів на ринок. Якщо додаткові витрати на проектування, зміни дизайну, упаковку, рекламу, організаційну перебудову виробництва та збуту перевищують обсяг їх покриття виручкою, вони економічно недоцільні, і навпаки.

Ризик незатребуваної продукції можна визначити на етапах підготовки до виробництва, виробництва та пост-продукції. Значний ефект досягається, якщо ризик виявити на етапі підготовки до виробництва. Тоді економічні втрати включатимуть лише витрати на дослідження ринку, розробку продукту тощо. Якщо ризик незатребуваної продукції буде виявлено на етапі виробництва або після виробництва, це може істотно похитнути фінансовий стан підприємства. До суми збитків, крім вищезазначених збитків, увійдуть витрати на підготовку, розробку, виробництво та частково реалізацію продукції.

Залежно від часу виявлення ризику незатребуваної продукції управлінські рішення можуть бути різними. У перший період можна не починати виробництво цього типу, а замінити його іншим. У другому періоді ще можна внести істотні зміни в дизайн, конструкцію, ціну продукту і таким чином просувати його на ринку. Якщо ризик виявлено після виготовлення продукції, необхідно продумати, як уникнути банкрутства, адже незатребувана продукція є прямим збитком для підприємства. Кожен продукт можна виробляти лише тоді, коли на нього є життєздатний попит, підкріплений заявками чи контрактами на його постачання.

За результатами аналізу виділяють чотири категорії товарів:

- *«зірки»*. Дати основний прибуток підприємству та сприяти економічному зростанню;
- *«дійні корови»*. Переживають період зрілості, незначно сприяючи економічному зростанню, не вимагають інвестицій, дають прибуток, який використовується для фінансування «важких дітей»;
- *«важкі діти»*. Зазвичай це нові продукти, які потребують реклами, просування на ринок і ще не приносять прибутку, але в майбутньому можуть стати «зірками»;
- *«мертвий вантаж»*, або *«невдахи»*. Нежиттєздатні, не сприяють економічному зростанню, не приносять прибутку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Практика: навчальний посібник. - Київ.: ВД «Професіонал», 2006. 304 с.
2. Формування цінової політики та механізм ціноутворення на ринку. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1154>
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2002. 384 с.

БЕРЕЖНИЙ О.С., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **ПАНАСЮК В.І.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ В УМОВАХ ВІЙНИ

З'ясовано поняття соціального захисту, соціальної допомоги, гуманітарної катастрофи та гуманітарної допомоги. Виявлено зміни в наданні соціальної допомоги в умовах воєнного часу. Окреслено проблеми соціального забезпечення населення, які є первинними функціями держави та місце в системі волонтерства.

Ключові слова: соціальний захист, соціальна допомога, волонтерство, гуманітарна криза, гуманітарна допомога.

Соціальний захист або соціальне забезпечення - це система певних суспільно-економічних заходів, які полягають в забезпеченні матеріальними ресурсами населення задля їх захисту від соціальних ризиків таких як хвороба, втрата годувальника, інвалідність, безробіття, старість, нещасний випадок на виробництві тощо.

Соціальна допомога є системою дій та заходів, що дозволяють особам відновити активне життя та працю, соціальний статус, забезпечити формування особистих якостей і установок через правовий та матеріальний захист, пристосуватися до умов нормальної життєдіяльності, створюють умови для здатності людей самозабезпечити себе в повсякденних життєвих потребах та безпечному інтегруванні у соціум [1].

Серед напрямів соціальної допомоги в умовах воєнного часу можна виділити: надання притулку, що полягає в забезпеченні житлом потерпілих, наприклад намети чи готельні номери. Притулок надає захищеність від несприятливої погоди чи поширення хвороб, а також забезпечує соціально прийнятне середовище життя, підтримує людську гідність; забезпечення харчуванням, включає в себе не тільки продукти харчування, але й худобу, загородження, насіння рослин, системи поливу; забезпечення питною водою – це створення умов для роботи системи водопостачання й очистки води; належні санітарні умови, це створення санітарно-технічних умов, таких як туалети та засоби особистої гігієни; медична допомога, включає допомога медикаментами, послугами, фахівцями; забезпечення освіти, що розглядається в довгостроковій перспективі [2].

В умовах війни питання соціального захисту стає на одним із ключових завдань. Втрата годувальника, робочого місця, первинних умов для комфортного проживання через війну - це одні з основних проблем соціального забезпечення населення, які є первинними функціями держави. Під час військових дій в першу чергу витрати бюджету йдуть на підтримку армії та збереження стабільного рівня економіки. Витрати на соціальний захист населення зменшуються, при цьому змінюється вектори та пріоритети державного забезпечення. В першу чергу соціальна допомога надається тим, хто фізично не може себе забезпечити хоча б мінімальними умовами, тобто людям, що втратили житло, годувальника, не мають змоги купувати продукти харчування та засоби гігієни. Держава спрямовує зусилля на підтримку та захист населення, що потребує допомоги на мініальному рівні, але достатньому задля можливості самовідтворення та більш-менш комфортного життя.

В нинішніх умовах суттєву роль в забезпеченні соціального захисту населення мають самі громадяни. Це може здійснюватися через передачу одягу, продуктів харчування, житла тими в кого є можливість – тимчасово переміщеним особам з місць активних бойових дій або через надання волонтерської підтримки. Волонтери – добровільна суспільно корисна діяльність окремої особи чи організації, як самостійно так і за підтримки держави. Наприклад, тим особам, що безкорисно та безоплатно прийняли до себе біженців та надали їм житло, держава виплачує певну грошову суму у вигляді часткової компенсації для сплати комунальних послуг або витрат на утримання.

Тимчасово окуповані території та території, що зазнали значних руйнувань можуть зіткнутися з таким страшним явищем, як гуманітарна катастрофа. Гуманітарна катастрофа — важкооборотне явище, що виникає в результаті наслідків воєнних дій, природних катаклізмів, економічної блокади чи політичних рішень і спричиняє людські жертви переважно серед мирного населення [3]. В таких ситуаціях виникає потреба нагальної гуманітарної допомоги. Гуманітарна допомога є видом безвідплатної допомоги засобами для життя, що безкоштовно поширюються серед населення районів, охоплених гуманітарною катастрофою або тих, що перебувають на її межі. Треба зазначити що гуманітарна допомога у часи війни може проявлятися не лише передачею продуктів харчування чи засобів першої необхідності, але й вирішенням складних питань, що виникли під час військових дій. Наприклад, ведення переговорів чи посередницька діяльність між двома сторонами конфлікту задля евакуації населення з тимчасово окупованих та знищених територій, допомога у вирішенні питань щодо обміну полоненими та інше.

При розв'язуванні військових дій на території країни її уряд досить швидко реагує та генерує зміни до законодавчо-нормативних документів для підтримки та вирішення проблем, що виникають через війну. Це стосується й соціального захисту. Нові закони, затвердження правок до законів — це є нагальною необхідністю під час війни.

Кожен день ситуація в державі та безпосередньо в соціальній сфері у період війни змінюється, тому й підтримка та шляхи забезпечення державою соціального захисту населення потребує змін. Обсяги соціальної допомоги залежать від рівня конфлікту, загального стану економіки держави до та після початку війни, підтримки держави з боку союзників та світової спільноти.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Державна допомога. URL: <https://ccu.gov.ua/storinka-knygy/4463-derzhavna-dopomoga> (дата звернення: 04.05.2022).
2. Соціальна допомога та виплати в умовах воєнного стану. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/04/13/soczialna-dopomoga-ta-vyplaty-v-umovah-voyennogo-stanu/> (дата звернення: 05.05.2022).
3. Гуманітарна катастрофа. URL: https://vue.gov.ua/Гуманітарна_катастрофа (дата звернення: 05.05.2022).

УДК: 338.14:637.1/.2(477.42)

ВАСИЛЕНКО А.Б., студентка 3 курсу
7305595@gmail.com

Науковий керівник — **КОКОША В.М.**, викладач економічних дисциплін
*Технологіко-економічний фаховий коледж
Білоцерківського національного аграрного університету*

ПРОБЛЕМИ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ НА ПРИКЛАДІ АТ ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД КОМПАНІЯ «РУДЬ»

Економічні реформи, які наразі відбуваються в країні та криза, яка зачепила на сьогодні багато галузей, торкнулася також і молочної галузі, як однієї серед ключових харчової промисловості. Проблема гостра, тому вітчизняним підприємствам не легко адаптуватися до умов сьогодення та знайти шляхи виходу із складних економічних проблем, особливо в періоди світової пандемії COVID-19 та війни, маючи при цьому високу рентабельність.

Ключові слова — молочна галузь, молокопереробне підприємство, проблеми галузі, шляхи виходу з кризи.

Молокопереробна галузь є однією з основних галузей агропромислового комплексу України. Питома вага якої в загальному обсязі харчової та переробної промисловості складає 11%. Оскільки молоко та молочні продукти є незамінними продуктами харчування населення.

Показник споживання молочної продукції на душу населення є одним з основних показників, що характеризують добробут нації. [2]

Українська молочна галузь у 2021 демонструвала згортання. Активно скорочується дійне поголів'я серед молочнотоварних ферм, яке за 2021 рік, скоротилося на 22,9 тис. голів. Через що переробні підприємства недоотримали близько 170 тис. тон молока. До скорочення поголів'я корів і, відповідно, виробництва молока призвело, зокрема, скасування державних дотацій аграрної галузі України у проєкті держбюджету на 2020 рік. Відтак, підприємствам, які займалися молочним скотарством стало не вигідним утримувати поголів'я продуктивної худоби. [1]

За розрахунками експертів, за I квартал 2022 року Україна втратила близько 300 тис. т молока. За такої ситуації до кінця поточного року держава недоотримає близько 2 млн т молока — саме на стільки скоротилося виробництво за останні 7 довоєнних років.

На даний момент, абсолютно всі фермерські господарства та молокопереробні підприємства України постраждали через війну, особливо ті, які знаходяться в регіонах, де велися чи тривають бойові дії.

Переробники продовжують віддавати перевагу промислового молока, хоча і знизили закупівельну ціну. Сировина від господарств населення подешевшала найкритичніше: за місяць середня закупівельна ціна молока знизилась на 25% — з 8 до 6 грн/кг. Подекуди фермери говорять і про 5 грн/кг. Дехто з них взагалі втратив можливість реалізації молока через логістичні та інші причини.

На полицях магазинів молочна продукція подорожчала — за місяць війни в середньому на 5%. Імпорт уже практично не тисне, адже всі довоєнні запаси майже розпродали, а нові незначні. Собівартість виробництва зросла і для постачальників — виробників молока, і для переробників. Конкуренція суттєво ослабла через обмеження імпорту. Попит не зменшився: хоча чимало українців і виїхало за кордон, але і працює лише 60-65% переробників молока.

Під тиском війни, дефіцитів, підвищення цін на корми, кризи з паливом й утримання господарства знизилася вартість сирого молока. Виробляти молоко фермерам невигідно. Але ж вони — критична маса у структурі виробників. До війни частка населення складала 68% у загальному обсязі виробництва молока.

Хоча скорочення обсягів поставок молока на переробку (прогнозовано на 22%) зумовить зростання частки закупівлі сировини саме від населення. Однак поки на фермерів звернуть увагу молокозаводи, може бути запізно. Саме тому селянським фермерським господарствам, в тому числі сімейним молочним фермам, важлива допомога та підтримка. Адже вони виробляють критичний для кожного українця продукт. [3]

Найважливіша проблема щодо виробництва молокопродукції в період військового часу є порушення ланцюга поставок молочної продукції. Проблему можна частково вирішити, зосередивши виробництво на тих молочних заводах, які діють.

Іншим видом діяльності, що приносить користь промисловості, може бути використання додаткової сировини для внутрішніх потреб або на експорт (сухе молоко).

ЄС наразі є єдиним варіантом для українського експорту та транзиту молочної продукції через блокаду українських портів агресором. У цьому випадку допомога українському молочному сектору з боку ЄС могла б полягати у спрощенні процедур за введення товарів та спрощення процедур сертифікації для виробників сухого молока.

Експерти припускають, що українській молочній промисловості допоможе поставка таких товарів, як інгредієнти, мийні засоби, упаковка для переробників молока, а для фермерів імпортне насіння, засоби захисту рослин та добрива.

За даними міжнародних компаній переробників молока, що працюють в Україні, такі як Danone, Lactalis, PepsiCo та Savencia, які припинили виробництво в перший день атаки на Україну, але через кілька днів французькі компанії офіційно відновили роботу - молочна промисловість працює, молока вистачає.

Зокрема Віце-президент Cogesa з Польської молочної палати Агнешка Малішевська повідомила, що польська молочна промисловість готує величезну допомогу для України і незабаром там з'являться продукти з тривалим терміном зберігання.

Хоча, за словами експертів наші молокозаводи переповнені продукцією, включаючи УВТ молоко, масло, порошки. Є проблема з дистрибуцією, тому польська допомога, коли вона прийде, так само не зможе бути доставлена. Потрібна допомога у вигляді інгредієнтів і допомога з експортними процедурами. 4]

Яскравим представником сучасного молокопереробного підприємства є акціонерне товариство «Житомирський маслозавод» — компанія «Рудь», яка є лідером серед українських виробників морозива. «Морозиво № 1» — це не лише рекламний слоган, а й мета існування компанії. Саме тому продукція підприємства не тільки задовольняє потреби, а й перевищує сподівання споживачів на те, що підприємство не припинить роботу в умовах військового часу.

Житомирський маслозавод створено в 1981 році. З 1 квітня 1998 року ПАТ «Житомирський маслозавод» почав виробляти продукцію під торговою маркою «Рудь». До складу компанії «Рудь», на сьогодні, входять 15 підприємств, які виробляють продукцію під такими Торговими марками: «Кактусим?», «Ескімос», «100% морозиво», «Супер шоколад», «Імпреза», «Імперія», «Дитяче бажання», «Пустунчик», «Вологодське», «Шеф-кухар», «Ice-land», «Хуторок», «Пломбір», «Ейфорія». [6]

Щоденно компанія «Рудь» переробляє 300 тон молока. Ключовий продукт компанії — морозиво, за добу виготовляється близько 150 тон.

Окрім морозива, основного продукту виробництва компанії, «Рудь» представляє лінійку заморожених овочів, ягід та напівфабрикатів популярних в Україні торгових марок «Шеф-кухар» і «Хуторок».

Компанія «Рудь» має добре налагоджену систему збуту продукції. Широке покриття дистриб'юторською мережею сприяє ефективному співробітництву з клієнтами Житомира, Києва та інших міст України. Компанія «Рудь» має офіційне представництво в усіх областях України. У кожній з них працює один або кілька дистриб'юторів. Вони гарантують якісне поширення продукції в регіоні. Завдяки представленості у всіх регіонах та налагодженій системі збуту компанія «Рудь» розширює мережі продажів та реалізує все більшу кількість продукції. Так, купити морозиво та заморожені продукти ТМ «Рудь» можуть оптові та роздрібні продавці всієї України.

Досягти високих показників діяльності стало можливо завдяки високоефективному обладнанню, унікальному для України. [6]

«Рудь» — єдиний виробник морозива в Україні, який пройшов аудит Європейської комісії щодо постачання продукції у країни Євросоюзу.

Визнаний бренд морозива компанії «Рудь» — «100% морозиво» — пройшов незалежну перевірку у семи лабораторіях Європи та отримав «Добрий знак». Ця відзнака засвідчує, що продукт відповідає як українським, так і європейським вимогам за показниками якості та безпеки.

Компанія «Рудь» є володарем сертифіката EFQM «Визнання досконалості в Європі», переможцем українського національного конкурсу якості в номінації «Великі підприємства», з 2003 року являється членом Української асоціації якості, сертифікатом відповідності ISO 9001:2015, сертифікатом відповідності ISO 14001:2015, сертифікатом відповідності ISO 22000:200, сертифікатом на переробку та торгівлю органічними продуктами, сертифікатом відповідності FSSC 22000, сертифікатом «ХАЛЯЛЬ», має дозвіл на експорт продукції до ЄС.

Усвідомлюючи масштаби виробництва, компанія «Рудь» відповідально ставиться до свого впливу на довкілля. У системі екологічного менеджменту одним із найважливіших напрямків роботи є енергозбереження. На підприємстві проведений енергоаудит та впроваджені технології, що дали змогу підвищити КПД енергоблоку до 94%, у новій аміачній компресорній з виробництва холоду заходи з рекуперації тепла та частотного регулювання енергоспоживання обладнання зменшили споживання електроенергії на 20%. [6]

Зважена стратегія, надійна команда та високий рівень менеджменту дозволяють компанії досягати значних результатів. Традиційне прагнення компанії «Рудь» до високих стандартів забезпечило підприємству розробку, впровадження та сертифікацію систем екологічного менеджменту, якості та харчової безпеки. Освоєні працівниками підприємства сучасні методи

управління, що покладені в основу міжнародних стандартів, дозволяють планомірно працювати над вдосконаленням діяльності компанії, що призводить до підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Усе вищезгадане не є просто словами, діяльність підприємства в усіх напрямках регламентується положеннями внутрішньої політики компанії, політикою в сфері якості, безпеки продукції та екологічного менеджменту.

А отже, орієнтоване на подальше процвітання завдяки якісній, екологічній, смачній продукції.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. «АгроПортал» URL: <https://agroportal.ua/news/zhivotnovodstvo/ekspert-molochna-sirovina-vid-naselennya-podeshevshala-naykritichnishe>
2. «AgroNews» URL: <https://agronews.ua/news/stalo-vidomo-yak-pidtrymaty-molochnu-galuz-u-voyennyj-chas/>
3. «Гаряча агрополітика» URL: <https://agropolit.com/blog/412-molochna-galuz-ukrayini-ta-yiyi-maybutnyecherez-10-rokiv-problemi-natsionalna-programa-rozvitku-ta-derjavna-pidtrimka>
4. Статистичний щорічник України. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Сайт «Економічна ефективність виробництва молока та шляхи її підвищення» URL: <https://www.bestreferat.ru/referat-112376.html>
6. Офіційний сайт АТ Житомирський маслозавод «Рудь».URL: <https://rud.ua/excursions/exercises-to-the-factory/>

УДК: 005.412:656.815.3(477)

ВИСОЦЬКИЙ В.М., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **СТАДНІК Л.І.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ОПЕРАТОРА ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ «УКРПОШТА»

Розглянуто сутність, об'єкти і необхідність послуг від оператора поштового зв'язку «Укрпошта». Здійснено аналіз сильних та слабких сторін АТ «Укрпошта». Розглянуто проблеми і намічено шляхи розвитку вказаного оператора поштового зв'язку.

Ключові слова: поштовий зв'язок, оператор поштового зв'язку, АТ «Укрпошта», надання поштових послуг, діяльність ринку надання поштових послуг, інфраструктурна й логістична мережа поштового зв'язку, окремі збиткові послуги, маркетингова робота.

Для надання послуг поштового зв'язку на ринок вийшов ряд потужних операторів, які зобов'язанні керуватися Законом України «Про поштовий зв'язок» [1]. В таких умовах серед них розвивається конкуренція, перемогти в якій зможе тільки техніко-інформаційний і мобільно оснащений, а також клієнтоорієнтований оператор поштового зв'язку.

Щоб вистояти у конкурентній боротьбі і успішно функціонувати на ринку надання поштових послуг, необхідно дослідити та вивчити діяльність ринку надання послуг поштового зв'язку. Найбільше часу на даному ринку працює АТ «Укрпошта», яке має як сильні, так і слабкі сторони (табл.1).

Таблиця 1 – SWOT – аналіз АТ «Укрпошта»

Сильні сторони	1. Велика інфраструктурна й логістична мережа поштового зв'язку. 2. Велика місткість ринку (велика територія і велика кількість населення). 3. Середня густота населення в містах і окремих приміських територіях. 4. Присутність відділення Укрпошти у кожній адміністративній одиниці (обласні центри, районні центри, центри територіальних громад, центри старостату). 5. Наявність досвіду роботи на ринку вітчизняних послуг. 6. Права на здійснення міжнародної діяльності. 7. Досвід філателійної діяльності. 8. Досвід фінансової діяльності (доставка і виплата пенсій). 9. Можливість доставки преси та різної кореспонденції конкретним адресатам. 10. Наявність бази даних щодо інформації про конкретних і потенційних замовників послуг зв'язку.
Слабкі сторони	1. Недостатня маркетингова робота, зокрема мало розміщується реклами. 2. Недостатня комп'ютеризація і інформатизація поштових процесів. 3. Низька кваліфікація кадрів у поштових відділеннях на територіях сільських територіальних громад. 4. Низька автоматизація при сортуванні посилок, має місце ручна праця. 5. В роботі у певній мірі замість сучасних спеціальних автомобілів використовуються їх застарілі модифікації. 6. Є дуже низькою концентрація об'єктів надання послуг. 7. Окремі послуги є збитковими.

Позитивним є те, що «Укрпошта» співпрацює з Пенсійним фондом України. Ця робота є соціальною, а також необхідною для багатьох людей похилого віку та інвалідів, яким складно пересуватися. Особливо ця проблема є загостреною у сільських, депресивних населених пунктах.

Зі зменшенням поштового паперового листування, поступово зменшувалася увага до філателії. Але, національним оператором «Укрпошта» була розроблена і впроваджена Концепція щодо розвитку філателії. Результатом стало збільшення зацікавленості громадян у колекціонуванні продукції АТ «Укрпошта».

Щоб успішно функціонувати і вистояти у конкурентній боротьбі, необхідним є реформування системи управління АТ «Укрпошта», а саме: автоматизація діяльності щодо зберігання і розподілу листів, посилок, бандеролей. Необхідним є розвиток надання поштовими відділеннями «Укрпошти» нових послуг та сервісу, а також підготовку якісних фахівців та підвищення кваліфікації діючих кадрів [2].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про поштовий зв'язок : Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2002, № 6, ст.39. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2759-14#Text>
2. Стаднік Л.І., Кепко В.М. Формування стратегії розвитку «Укрпошти». Міжнародна науково-практична конференція. Аграрна освіта та наука: досягнення, роль, фактори росту. Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку, підприємництва та торгівлі, публічного управління в Україні та світі: тези доп., 21 жовтня 2021 р. Біла Церква / БНАУ. Біла Церква, 2021. С. 46-47.

ВОЙЦЕШУК В.Ю., БОНДАРЕНКО А.І., студенти 1 курсу

Науковий керівник – **ТКАЧЕНКО О.В.**, канд. пед. наук

oliatkachenko_@ukr.net

Білоцерківський національний аграрний університет

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ТУРИСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Розглянуто сутність інформаційної безпеки туристичного менеджменту в Україні. Проаналізовано проблеми інформаційної безпеки туристичного менеджменту. Визначено шляхи її забезпечення.

Ключові слова: інформаційна безпека, туристична фірма, туристичний менеджмент, менеджер туристичного підприємства, комплекс організаційного забезпечення.

Інформаційна безпека – це стан захищеності систем зберігання і обробки даних, при якому забезпечено конфіденційність, доступність і цілісність інформації, використання й розвиток в інтересах громадян або комплекс заходів, спрямованих на забезпечення захищеності інформації особи, суспільства і держави від несанкціонованого доступу, використання, оприлюднення, руйнування, внесення змін, ознайомлення, перевірки запису чи знищення.

Водночас, поняття інформаційної безпеки не обмежується безпекою технічних інформаційних систем чи безпекою інформації у чисельному чи електронному вигляді, а стосується усіх аспектів захисту даних чи інформації незалежно від форми, у якій вони перебувають [2, с.8-13].

Щодо туристичного менеджменту, то це та система управління туристичним підприємством, яка є узагальненням практики раціонального управління виробництвом, насамперед у масштабах туристичної фірми.

Сьогодні неефективність системи інформаційної безпеки на туристичних підприємствах зумовлена не лише об'єктивними факторами, негативну роль також має нерозуміння з боку керівництва туристичних підприємств зв'язку між інформаційною безпекою та цілями бізнесу, відсутній єдиний підхід до визначення сутності інформаційної безпеки, загальноприйнята методика аналізу рівня інформаційних загроз та інформаційного захисту, технологія забезпечення ефективності інформаційної безпеки підприємства.

Підготовка менеджера туристичної сфери повинна наголошувати на компетентностях майбутнього фахівця, який буде здатен розв'язувати проблеми підвищення продуктивності праці та ефективності, конкурентоспроможності туристичного підприємства. Фахівець з туризму повинен акцентувати увагу на вивченні актуальних проблем пропонування та споживання туристичних послуг, вміти спроектувати систему управління, здатну забезпечити успіх і успішно її реалізувати через людей та для людей. Отже, менеджер – це не будь-який керівник, а той, хто самостійно організовує експлуатацію туристичних ресурсів, вивчає туристичний ринок за допомогою маркетингу, відчуває кон'юнктуру та динаміку попиту, перебудовує організацію з урахуванням вимог ринку. Та, передусім могли забезпечити ефективність системи інформаційної безпеки туристичної фірми [1, с.25-40].

Для інформаційної безпеки туристичного менеджменту потрібне запровадження комплексу організаційного забезпечення ефективності системи інформаційної безпеки туристичного підприємства, який включатиме підвищення рівня організації системи інформаційної безпеки туристичного підприємства на основі її комплексної регламентації; розробку ефективної системи навчання та тестування персоналу туристичної фірми, реалізацію заходів із матеріального стимулювання персоналу туристичної фірми до виконання правил інформаційної безпеки; запровадження пріоритетних форм функціонування системи інформаційної безпеки туристичного підприємства [3].

Тому, при підготовці висококваліфікованих менеджерів туризму, потрібно вивчати проблеми забезпечення ефективності системи інформаційної безпеки туристичного підприємства шляхом реалізації комплексу організаційно-економічних заходів з метою підвищення рівня стабільності функціонування туристичних підприємств, аналізуючи структуру та динаміку інфор-

маційних загроз та вивчати методи інформаційного захисту та їх використання на туристичних фірмах.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Арістова І.В., Сулацький Д.В. . Інформаційна безпека людини як споживача телекомунікаційних послуг: монографія. Київ : Ред. журн. «Право України»; Х. : Право, 2013. 184 с.
2. Кормич Б.А. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи : навч. посіб. Київ: Кондор, 2008. 382 с.
3. Організаційно-правові питання безпеки інформації // Журнал. 2021. № 27. Випуск 2. URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/Infosecurity/article/view/16005> (дата зверненн: 22.02.2022).

УДК: 338.008.668.76

ВДОВЕНКО А.О., студент 3 курсу
Науковий керівник – **КОЛІСНИК О.І.**, викладач вищої категорії
*ВСП «Маслівський аграрний фаховий коледж ім. П.Х.Гаркавого
Білоцерківського національного аграрного університету»*

ЕНЕРГЕТИЧНИЙ КОМПЛЕКС УКРАЇНИ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

Структура енергетичного комплексу України. Характеристика основних постачальників первинної енергії. Енергетичний баланс.

Ключові слова: енергетика, виробництво енергії, структура, основні постачальники.

Енергетичний комплекс України є однією з основних живильних артерій економічної системи країни в цілому. Він є невід’ємним елементом, що забезпечує дієвість та ефективність функціонування всіх галузей народного господарства, їх ефективність та конкурентоспроможність.

Економіка України є однією з енергоємних економік у світі так як витрати енергетичних ресурсів на одиницю валового внутрішнього продукту є майже втричі вищими порівняно з країнами Організації економічного співробітництва та розвитку [1, с.9].

Основними складовими загального постачання первинної енергії є викопне паливо, низьковуглецеві джерела та вторинні енергоресурси (табл.1) [1, с.16-19].

Таблиця 1- Характеристика основних постачальників первинної енергії

Вид	Складові	Основні учасники	Характеристика
Викопне паливо	Природний газ та нафта	АТ «Укргазвидобування» ПрАТ «Укрнафтобуріння» АТ «Чорноморнафтогаз» ПАТ «Укрнафта» Група «BurismaGroup» ДТЕК «Нафтогаз» «ГЕО Альянс»	Спостерігається зменшення попиту і пропозиції природного газу, виробництва неочищеної нафти на нафтопродуктів
	Вугілля	Компанії групи ДТЕК та Метінвест	Обсяги видобутку та споживання мають негативну динаміку
Низьковуглецеві джерела	Атомна енергетика	ДП «Східний гірничо-збагачувальний комбінат» (видобуток урану)	Атомні електростанції виробляють половину обсягу електроенергії в країні
	Гідроенергетика	ПрАТ «Гідроенерго» «AICEHydroAS» «ANDRITZ»	Гідроенергетика має невелика частку, однак використовується для генерації електроенергії
	Відновлювана енергетика		Частка в структурі енергоресурсів 3-4%

	Вітрова та сонячна енергетика	«ДТЕК ВДЕ»	Введено «зелений» тариф. Спостерігається значне зростання іноземних інвестицій
	Біопаливо та відходи	НТЦ «Біомаса» ТОВ «СаліксЕнерджі»	Використовуються в першу чергу для виробництва тепла, 80 %-побутове споживання
Вторинні енергоресурси	Електрична та теплова енергія	НАЕК «Енергоатом»	Електроенергія виробляється на АЕС, ТЕЦ, ТЕС. Із 90-х років обсяги виробництва та споживання тепла зменшилися вдвічі

На енергетичному ринку постачальники енергії представлені державними і приватними компаніями, в тому числі й іноземними. Останні займають лівову частку у вітровій енергетиці. Незважаючи на істотне зменшення видобутку та споживання викопного палива не спостерігається різкого революційного переходу на відновлювану енергетику, частка якої залишається низькою.

Постачання первинної енергії і, зокрема, її обсяги, грають вирішальну роль у формуванні структури енергетичного балансу країни (табл.2) [2, с.10-13].

Таблиця 2- Аналіз енергетично балансу України тис.тне

Показник	2019 рік	2020 рік	Відхилення	
			+/-	%
Виробництво	60452	57017	-3435	-5,68
Імпорт	34708	30726	-3982	-11,47
Експорт	-1841	-1246	595	-32,32
Міжнародне бункерування	-121	-32	89	-73,55
Зміна запасів	-3840	-63	3777	-98,36
Загальне постачання первинної енергії	89359	86402	-2957	-3,31

Загальне постачання первинної енергії у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшилось на 2957 тисяч тон нафтового еквіваленту (понад 3%). Така зміна показника зумовлена різким скороченням обсягів виробництва на 3435 тис.тне. Динаміка до зменшення притаманна і експортно – імпортом операціям у постачанні первинної енергії. Зменшення запасів у 2020 році відбулось набагато меншими темпами, ніж у 2019 році, хоча за такого інтенсивного їх використання необхідне систематичне поповнення.

На зміну структури енергетичного балансу, крім зміни попиту, вплинули і цілий ряд політичних факторів: анексія Криму, війна на Донбасі, відмова від російсько-українського партнерства[5].

Застарілість енергетичного сектору України, домінування викопного палива над відновлювальними ресурсами спонукало до пошуку шляхів підвищення енергоефективності та перебудови енергетичного комплексу країни. Це знайшло своє відображення в енергетичній стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність»(затвердженій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 18 серпня 2017 №605-р.)[4].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Огляд енергетичного сектору України: інституції, управління та політичні засади. URL : <https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Monitoring-the-energy-strategy-Ukraine-2035-UKR.pdf> (дата звернення 15.05.2022).
2. Паливно-енергетичні ресурси України 2020. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/12/Zb_per.pdf (дата звернення 12.05.2022).

3. Кризоваситуація на енергетичному ринку ЄС. Національний інститут стратегічних досліджень. URL :<https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-10/az-energetika-es-2.pdf>(дата звернення 15.05.2022).
4. Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність». URL :<https://mepr.gov.ua/files/images/news> (дата звернення 15.05.2022).
5. Базові причини енергетичної кризи в ОЗП 2021–2022рр. Разумков ЦЕНТР. URL : <https://razumkov.org.ua/statti/bazovi-prychyny-energetychnoi-kryzy-v-ozp-2021-2022rr>(дата звернення 15.05.2022).

УДК: 65.052

ГНАТЕНКО М.В., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **ГАВРИК О.Ю.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ

Розглядається роль і місце міжнародних стандартів фінансової звітності в забезпеченні прозорості фінансової звітності. Приділена увага проблемі адаптації вітчизняної системи обліку до міжнародних стандартів фінансової звітності.

Ключові слова: споживачі, фінансовий стан, система обліку.

Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ, IAS – International Accounting Standards) – це загальновизнані міжнародні стандарти бухгалтерського обліку. Вони забезпечують сумісність бухгалтерських документів у загальносвітовому масштабі, також є умовою розуміння звітної інформації для зовнішніх користувачів. Міжнародні стандарти характеризуються відносно меншою складністю (порівняно, наприклад, зі стандартами ГААП, GAAP - General Accepted Accounting Principles) і, отже, вимагають менших витрат, пов'язаних з їх впровадженням та використанням [1].

У світовому бізнесі МСФЗ як базова модель бухгалтерського обліку почала складатися на початку 70-х років минулого століття, створюючи універсальну мову бізнесу для транснаціональних корпорацій, світових фондових бірж та великих банківських центрів. Розробкою МСФЗ займається Комітет з Міжнародних Стандартів Фінансової Звітності (КМСФЗ, IASC - International Accounting Standard Committee), заснований у 1973 році. Сьогодні до цього Комітету входить понад 100 країн.

Аналіз інтересів споживачів фінансової звітності, насамперед інвесторів та акціонерів, дозволило КМСФЗ на основі існуючих бухгалтерських концепцій розробити основоположні принципи та стандарти обліку та звітності. Головне завдання КМСФЗ полягає у створенні умов для складання та публікації прозорої, загальнозрозумілої та повної фінансової звітності, що стабілізує ринкові відносини. На даний момент діє понад тридцять міжнародних стандартів фінансової звітності. Вважається, що міжнародні стандарти фінансової звітності є найбільш розробленими та просунутими бухгалтерськими стандартами у світі.

Про необхідність застосування МСФЗ в діяльності вітчизняних суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб наголошувалося ще на початку 90-х років минулого століття у зв'язку з лібералізацією зовнішньої торгівлі та появою великих акціонерних товариств у результаті приватизації державної власності. Складання звітності на основі МСФЗ чи ДААП США для таких підприємств було вимушеним заходом, оскільки інакше вони не могли вийти зі своїми цінними паперами на світові фондові ринки.

Наявність інформації, яка дозволяє оцінити реальний фінансовий стан у компанії є необхідною передумовою для залучення інвестицій. Тому, на нашу думку використання системи обліку, яка базується на МСФЗ є ефективним засобом залучення фінансових ресурсів іноземних інвесторів у вітчизняну економіку. Найчастіше вони не розуміють інформацію, що відображена у вітчизняній публічній фінансовій звітності, яка, на їхню думку, не відображає об'єктивний

реальний стан фінансового-господарської діяльності суб'єкта господарювання в наслідок її непрозорості.

Необхідно зазначити, що система МСФЗ є актуальною для великих виробничих і торгових компаній. Для малого і значною мірою для середнього бізнесу перехід на міжнародні стандарти звітності в нинішній час не є пріоритетним завданням [2]. До того ж достатньої кількості фахівців, які знаються на МСФЗ, сьогодні просто немає, а за перепідготовка їх коштує дорого.

Вже зараз очевидно, що зближення національного бухгалтерського обліку з МСФЗ пов'язане із низкою труднощів. Так, МСФЗ вимагають проведення оцінки основних засобів за так званою «справедливою» (fair), а не за первісною вартістю. З одного боку, використання принципу «справедливої», тобто ринкової вартості дозволяє більш точно врахувати найважливішу складову майна. Проте застосування нашій країні цього принципу може призвести до серйозних проблем. У цьому випадку очікується суттєве збільшення вартості основних засобів у таких галузях, як житлово-комунальна сфера. Це спричинить зростання амортизаційних відрахувань, збільшиться відповідно до собівартості, що спричинить зростання тарифів, цін.

В нинішніх умовах, запровадження МСФЗ призведе до того, що підприємства будуть складати вже чотири види звітності: податкову, бухгалтерську, міжнародну та управлінську.

Вважаємо, що невиразність вітчизняної бухгалтерської звітності відображає не відсутність західних стандартів, а недостатнє дотримання вітчизняних правил складання звітності, що викликано, насамперед, небажанням керівників та менеджерів показувати справжню картину діяльності керованих ними підприємств. Таке небажання має свої причини і, перш за все, це пов'язано з можливим збільшенням податкового навантаження конкретного підприємства за збереження правил гри.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Лежненко Л. І. Перше застосування МСФЗ: необхідні та достатні умови переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2014. Вип.6(5). С. 156-159.
2. Андрієнко Н. М. Міжнародні стандарти фінансової звітності як об'єкт економічних досліджень при імплементації в Україні. Вісник соціально-економічних досліджень. 2011. Вип. 3. С. 14-21.

УДК: 338.22.012.7-045.52:502.171

ГУДИК Т.А., студент 1 курсу магістратури

Науковий керівник – **БАТАЖОК С.Г.**, канд. екон. наук

batazhok@ukr.net

Білоцерківський національний аграрний університет

ПРИНЦИПИ ДЕРЖАВНО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПАРТНЕРСТВА В ПРИРОДОКОРИСТУВАННІ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Передача природно-ресурсного потенціалу громадам в умовах децентралізації створює нові можливості ефективного активізування державно-підприємницького партнерства (ДПП) в регіонах.

Ключові слова: державно-підприємницьке партнерство, децентралізація, природокористування, державні інститути.

Розвиток партнерства державних інститутів і бізнесу на місцях багато в чому забезпечується дотриманням практикою підтвердженими принципів, які створюють фундамент ефективності у природокористуванні. Створений новий інституціональний порядок в умовах децентралізації забезпечує життєвість проєктів розвитку. Виділимо найбільш загальні принципи:

1) Чітке визначення мети у партнерстві. На практиці це означає, що будь-які проєкти ДПП з природокористування повинні бути цілеспрямованими на перспективу, вирішення стратегічних завдань розвитку громади.

2) Науковий підхід у природокористуванні. Це вимога ефективної інноваційної економіки, яка підтверджена світовою практикою [1]. Реалізація цього принципу забезпечує раціональніше, ефективніше здійснення партнерства на основі наукових критеріїв.

3) Партнерство на основі мотивованості в проєктах ДПП. Для приватного партнера: отримання інвестиційної підтримки, покращення міжнародного іміджу приватного сектора та синергія з державним сектором [2]. Для державного інституту вирішення Причому йдеться не лише про відомі у теорії і практиці соціально-значимих проблем регіону.

4) Системність в організації проєктів ДПП. Цей принцип передбачає формування інституціонального порядку цілісної системи розвитку ДПП, що нині продовжується в Україні [3] і що сприяє підвищенню рівня його ефективності, а також дає змогу цілісно поглянути на зміст і вплив на об'єкти природокористування. Без сильної організації, визначених правил і принципів немає успішного проєкту.

5) Інституціональна відповідальність партнерів [4]. Партнери проєктів природокористування на основі ДПП чітко розуміють наслідки своїх дій, а також межі відповідальності. Це визначають як керівні правила або кодекс поведінки.

6) Завершеність проєктів ДПП. Будь-які проєкти ДПП мають досягати установлених цілей і розв'язувати конкретні завдання. Добре підготовлені інфраструктурні проєкти, як свідчить практика [5], можуть створити високу соціальну норму прибутку та покращити добробут громадян.

7) Інформаційного забезпечення та прозорості проєкту [6]. Державні інститути мають забезпечити всю інформацію для громадськості про відносні витрати, вигоди та ризики проєктів ДПП для його суспільного сприйняття і попередження можливих конфліктів.

Дотримання відмічених принципів організації проєктів ДПП в умовах децентралізації забезпечить їх успіх, довіру партнерів і сприятиме при цьому максимізації мінімізації ризиків.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Scientific management theory. URL: https://cbpbu.ac.in/userfiles/file/2020/STUDY_MAT/POL_SC/.pdf
2. Espen Solheim-Kile and Andreas Wald. Extending the Transactional View on Public–Private Partnership Projects: Role of Relational and Motivational Aspects in Goal Alignment. *Journal of Construction Engineering and Management*. Vol. 145, Issue 5. 2019. URL: <https://ascelibrary.org/doi/abs/10.1061/%28ASCE%29CO.1943>
3. Продуктивний початок 2022 року в частині систематизації й гармонізації законодавства України у сфері ДПП. АПП ДПП. 2022. URL: <https://pppagency.me.gov.ua/uk/produktyvnyj-pochatok-2022-roku>
4. PPP Processes and Institutional Responsibilities. PPP knowledge lab. 2022. URL: <https://pppknowledgelab.org/guide/sections/28-ppp-processes-and-institutional-responsibilities>
5. Carolina Lembo, Reinaldo Fioravanti, Gastón Astesiano, Rosane Lohbauer, Rodrigo Barat a, Natasha Rosset. Fundamental principles in PPP laws: a review of Latin America and the Caribbean. Inter-American Development Bank. 2019. 267 p. URL: https://publications.iadb.org/publications/english/document/Fundamental_Principles_in_PPP
6. Juri Matinheikki, Nader Naderpajouh, Guillermo Aranda-Mena, Sajani Jayasuriya, Pauline Teo. Befriending Aliens: Institutional Complexity and Organizational Responses in Infrastructure Public–Private Partnerships. *Project Management Journal*. 2021, Vol. 52(5). P. 453–470. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/8756972>

УДК: 005:502.1:631.11(477)

ГРИНЧУК К.В., студент 4 курсу

МАРКОВИЧ Ю.С., студентка 1 курсу магістратури

Науковий керівник – **ГРИНЧУК Ю.С.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Розглянуто значення, напрями, мету, необхідність створення системи екологічного менеджменту аграрних підприємств. Визначено необхідність прийняття і реалізації природоохоронного законодавства, контролю за еко-

логічною безпекою, забезпечення проведення природоохоронних заходів та досягнення погодженості дій державних і громадських органів.

Ключові слова: екологічна безпека, екологічна політика, навколишнє середовище, ресурсоспоживання, раціональне використання.

Ефективне функціонування та зростання економічного потенціалу аграрного підприємства, в тому числі, залежать від надійної системи екологічної безпеки. Найперспективнішим напрямом її досягнення та розв'язання екологічних проблем аграрного виробництва є екологічний менеджмент. Його метою є мінімізація негативних впливів діяльності бізнесу на навколишнє природне середовище. Формування системи екологічного управління на підприємстві передбачає впровадження енергозберігаючих та природоохоронних технологій, що являється екологічно безпечним, економічно вигідним, соціально необхідним [1].

Останнім часом аграрний бізнес в Україні розглядає екологічну складову не як перепону для розвитку та значні витрати, а як додаткові можливості, інструмент підвищення конкурентоспроможності. Досвід зарубіжних країн свідчить, що досягти значних показників в своїй діяльності можливо, впроваджуючи у практику екологічно-орієнтовану стратегію розвитку. У підприємств з екологічною складовою є значно більше шансів залучити висококваліфіковану робочу силу та зацікавити потенційних інвесторів. На сьогодні експорт країн, які впроваджують екологічну політику, тим самим збільшуючи частку екологічно чистих товарів і послуг, має тенденцію до зростання. В майбутньому ці тенденції тільки посилюватимуться.

Згідно міжнародного стандарту (ISO 14001) система екологічного управління – це частина системи менеджменту, яка складається з організаційної структури, планування діяльності, практичної роботи, розподілу відповідальності, процедур, процесів та ресурсів для розробки, впровадження, оцінки досягнутих результатів, вдосконалення цілей і завдань екологічної політики [2].

Екологічний менеджмент повинен передбачати:

- 1) доєднання природоохоронних вимог до традиційних господарських цілей підприємства;
- 2) виконання підприємствами екологічних нормативів;
- 3) раціональне використання і економію всіх видів ресурсів;
- 4) інформування громадськості про характер діяльності аграрного підприємства;
- 5) контроль за дотриманням умов праці;
- 6) мінімізацію негативного впливу на навколишнє природне середовище [2].

Одне з найбільш відомих аграрних підприємств Київщини, яке успішно впроваджує в своїй діяльності систему екологічного менеджменту, є «Агро-Лідер-Україна». Воно охоплює такі складові, як екологічна служба фермерського господарства, обізнаність та компетентність персоналу, показники екологічної безпеки, нормативи щодо кожного джерела екологічної небезпеки. Також важливим є середовище розташування господарства, рівень його технологічного оснащення, ресурсоспоживання, механізм реагування на екологічні загрози, планування заходів екологічної безпеки, контроль за роботою екологічної служби, застосування заходів щодо покращення роботи системи управління екологічною безпекою.

Екологічний менеджмент на досліджуваному фермерському господарстві передбачає:

- 1) перелік природоохоронних вимог в комплексі традиційних господарських довгострокових цілей господарства;
- 2) своєчасне і повне виконання екологічних нормативів;
- 3) раціональне використання та економію всіх видів ресурсів;
- 4) регулярне інформування громадськості про характер діяльності господарства;
- 5) забезпечення і дотримання належних умов праці;
- 6) мінімізацію зовнішнього впливу на навколишнє середовище.

Так, фермерський комплекс «Агро-Лідер-Україна» здійснює безліч заходів з соціальної відповідальності (які позитивно впливають на зв'язки компанії з громадськістю, інвесторами, постачальниками та органами місцевого самоврядування), які прямо чи опосередковано стосуються реалізації екологічного менеджменту на підприємстві:

1. Оформлення клумб та квітників на території школи та садочка села саджанцями з власної теплиці.
2. Розчищення берегу річки Красна і побудова зони для літнього відпочинку дітлахів.
3. Засадження яблуневого саду на місці багаторічного звалища, для прогулянок та відпочинку мешканців села.
4. Надання якісного безкоштовного харчування в садочку та школі за рахунок розвитку тваринництва і рослинництва виключно з сировини власного виробництва і т. п.

Створенням системи екологічного управління в Україні переважно займаються великі аграрні підприємства. Малий бізнес, на жаль, не впроваджує таких систем через значні витрати на сертифікацію та нестачу людських ресурсів. Основна проблема впровадження систем екологічного управління в Україні – це відсутність комплексної системи законодавства щодо екологічного менеджменту.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Навчально-методичні рекомендації для самостійного вивчення курсу «Екологічний менеджмент». Навчально-науковий інститут післядипломної освіти НУБІП України, 2014. - 69 с.
URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u97/metod_rekomend_
2. Екологічний менеджмент на підприємствах України: реалії та перспективи.
URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/11451/1/>

УДК:351.82:331.5(477):339.923

ДМИТРЕВИЧ А.С., студентка 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **ПОЛІЩУК С.П.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

РОЛЬ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Визначено та охарактеризовано основні принципи здійснення публічного управління зайнятістю населення в Україні, розглянуто функції органів публічного управління у сфері зайнятості. Досліджено досвід країн Європейського Союзу.

Ключові слова: зайнятість населення; публічне управління; Європейський Союз; ринок праці

Зайнятість населення, згідно із Законом України «Про зайнятість населення» - це діяльність осіб, що є незаборонена законодавством, задовольняє особисті та суспільні потреби та здійснюється з метою отримання доходу.

Рівень зайнятості населення країни є важливим показником ефективності здійснення публічного управління та показником оцінки стану економіки країни. Роль публічного управління у сфері зайнятості населення, в першу чергу, полягає в зростанні якості життя та рівня доходів населення, забезпеченні балансу між попитом та пропозицією на ринку праці.

Ефективне функціонування системи державного регулювання економіки не можливе без публічного управління зайнятістю населення, оскільки, органи влади на всіх рівнях мають працювати узгоджено та цілеспрямовано.

Основними принципами здійснення публічного управління зайнятістю населення є:

- пріоритетність заходів забезпечення соціально-політичної стабільності суспільства;
- забезпечення економічних умов для гідного рівня добробуту населення;
- дотримання вимог економіки та розвитку суспільства;
- забезпечення підпорядкованості завдань, важелів, орієнтирів та цілей публічного управління, здійснюваного на всіх рівнях управління.

Органи публічного управління, здійснюючи політику зайнятості населення, мають виконувати такі функції:

- Аналізувати результати здійснення політики зайнятості та здійснювати моніторинг ринку праці;
- Формулювати завдання та мету публічного управління зайнятістю населення;
- З метою вирішення проблем зайнятості стимулювати процеси соціально-економічного розвитку;
- Формувати довгострокові та поточні програми зайнятості, стратегії [1].

На національному ринку праці, з метою забезпечення стабільного функціонування, державою мають бути вирішені такі проблеми, як:

- значна кількість населення працездатного віку, яка є економічно не активною;
- існуючий, практично за всіма групами професій, дисбаланс між пропозицією робочої сили та попитом на неї;
- значна кількість населення, що займається тіньовою зайнятістю;
- недостатній рівень підприємницької ініціативи населення;
- значний рівень безробіття молоді;
- низький рівень зайнятого населення у співвідношенні до загального населення країни [2].

Враховуючи те, що Україна вже розпочала процес прискореного вступу до Європейського Союзу, доцільно проаналізувати досвід країн Східної та Центральної Європи у сфері зайнятості.

Останні декілька років головними проблемами у сфері зайнятості населення для цих країн є:

- підвищення пенсійного віку, старіння робочої сили;
- збільшення тривалості безробіття;
- високий рівень безробіття серед молоді та в цілому по країні;
- значний рівень трудової міграції [3].

З досвіду зарубіжних країн у сфері регулювання зайнятості населення, можна сказати, що не існує єдиного ефективного методу для вирішення проблем сфери ринку праці. Тому, зважаючи на досвід країн з розвинутою ринковою економікою, доцільним є застосування в Україні моделі соціально-ринкової організації, що поєднує принципи соціального вирівнювання та ринкової свободи господарювання [4].

Враховуючи досвід європейських країн, для побудови більш ефективної системи зайнятості країни, необхідно здійснити такі перетворення:

- на підприємствах усіх форм власності запровадити контроль за виконанням та укладанням колективних договорів;
- впровадити активні методи впливу політики зайнятості, що будуть сприяти перепідготовці незайнятого населення та створенню нових робочих місць;
- з метою дієвого регулювання трудових відносин між роботодавцем та працівником прийняти певні законодавчі акти;
- збільшення кількості робочих місць за допомогою створення сприятливого інвестиційного клімату.

Отже, сучасному ринку праці притаманні такі негативні тенденції як:

- постійно зростаюча кількість безробітних;
- зниження рівня зайнятості населення;
- неоднорідна кон'юнктура на ринку праці;
- складнощі працевлаштування постійно зростаючої кількості переселенців.

Шляхами вирішення даних проблем є реформування законодавства України відповідно до міжнародних норм і принципів; створення нових робочих місць та підтримка функціонуючих; впровадження дієвого механізму захисту внутрішнього ринку праці; підтримка розвитку

підприємницької діяльності. В умовах європейської інтеграції Україні необхідно буде здійснити низку реформ, зокрема, й у сфері трудових відносин [3].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Публічне управління у сфері зайнятості в Україні у контексті євроінтеграції: проблеми, ефективність, інноваційність, результативність: колективна монографія / за наук. ред. д. держ. упр. Р. В. Войтович та К.В. Дубич. Київ, 2020. 480 с. URL: <https://ipk.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Kolektyvna-monohrafiia-Publichne-upravlinnia-u-seferi-zayniatosti-2020.pdf> (дата звернення: 18.04.2022).
2. Дяченко М. І., Василенко О. П. Державне управління зайнятості населення регіону. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2018. № 2. – URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1183> (дата звернення: 19.04.2022).
3. Онищук Ю. В. Регулювання зайнятості як фактор розвитку економіки країни в контексті європейської інтеграції. International journal of innovative technologies in economy. 2018. № 4(16). С. 93–98. URL: <https://rsglobal.pl/index.php/ijite/article/view/707/691> (дата звернення: 20.04.2022).
4. Гургула О. М. Зарубіжний досвід регулювання зайнятості населення та можливостей його використання в Україні. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 6. Ч. 4. С. 121–124. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/219.pdf (дата звернення: 20.04.2022).

УДК: 005.21:316.472.4

ДУРДУКА Д.О., студент 3 курсу

Науковий керівник – **НЕПОЧАТЕНКО А.В.**, канд. екон. наук

andrii.nepochatenko@btsau.edu.ua

Білоцерківський Національний Аграрний Університет

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Розглянуто сутність поняття «соціальний медіа маркетинг» (Social Media Marketing – SMM) й виділено його місце в маркетингових комунікаціях. Відображено основні переваги та недоліки використання SMM в сучасному бізнесі. Розглянуто поняття «SMM-стратегія» та наведено основні етапи її розробки.

Ключові слова: соціальний медіа маркетинг, Social Media Marketing, SMM-стратегія, стратегія просування, соціальні мережі.

Розвиток інформаційних технологій та стрімке зростання популярності соціальних мереж серед населення чинять вагомий вплив на економічну сферу життя сучасного суспільства. Все це призвело до появи принципово нового напрямку маркетингової комунікації – SMM (Social Media Marketing).

Social Media Marketing – вид маркетингу, який передбачає використання комунікаційних мереж для просування продукту або бренду, інформування про послуги, щонадаються, про заходи, що проводяться, а також для вирішення інших завдань, включаючи створення таких матеріалів, які відрізнятимуться високим ступенем віральності контенту [1].

Важливою перевагою SMM, над іншими методами просування продукту на ринок – є відносно низька вартість. Досить значущим чинником виступає те, що останніми роками склалася тенденція, за якою споживачі дедалі менше довіряють рекламі, і дедалі більше вірять так само споживачам, як і вони самі. Саме на комунікаційних платформах користувачі через коментарі або відгуки здатні дізнатися більше інформації про ваш бренд, продукт, захід від інших осіб. До ключових переваг SMM також можна віднести нерекламний формат та інтерактивну взаємодію. Основний механізм взаємодії – спілкування на актуальні для користувача теми. Звідси – інтерактивна взаємодія: користувачі можуть висловлювати свою думку про бренд, продукт (послугу), захід, отримувати консультації й брати безпосередню участь у опитуваннях.

Використання SMM дозволяє навіть невеликим фірмам поступово розширювати коло своєї цільової аудиторії, будувати довгострокові відносини зі споживачами, доносити до клієнтів інформацію про свої продукти, досліджувати відгуки та пропозиції покупців.

Основні види соціальних мереж, що може використовувати бізнес для просування бренду (продукту) на ринку зображено на рис.1

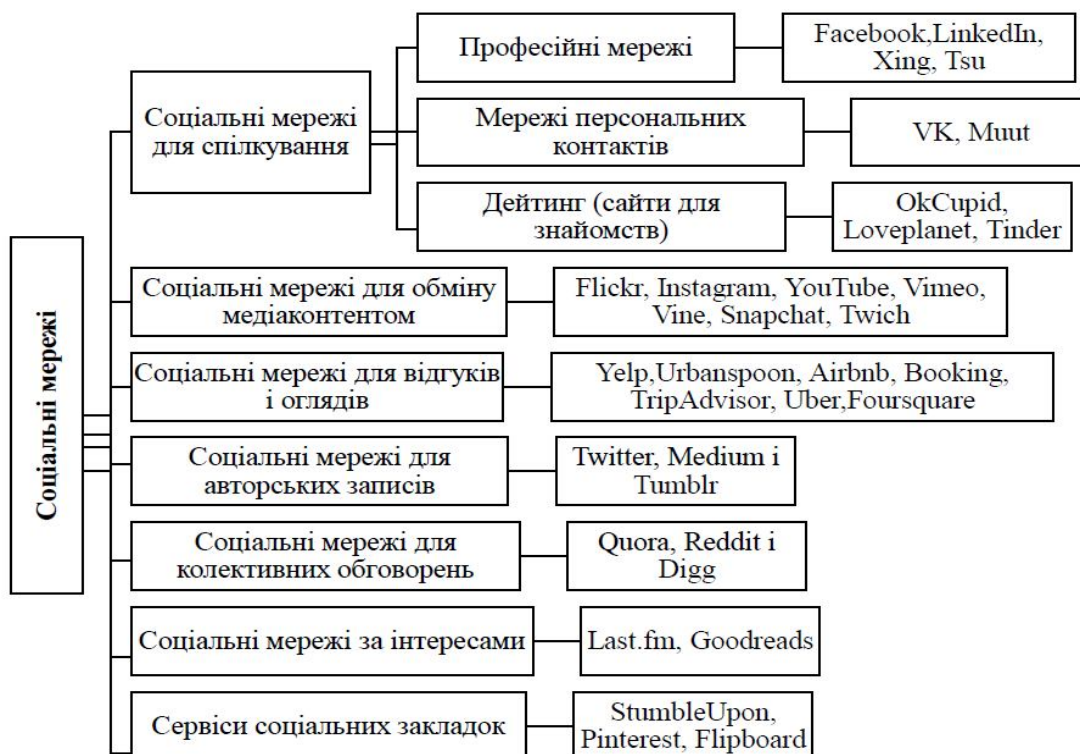


Рис.1. Види соціальних мереж.

Джерело: складено на основі [1-2].

Таким чином, соціальні мережі відкривають доступ не тільки для користувачів, але і для представників бізнесу, демонструючи хороші можливості для його ведення та розвитку, а також результати при просуванні продукції або компанії. Особливо з огляду на те, що аудиторія компаній в Інтернеті може збільшуватися щодня, оскільки інформація в глобальній мережі поширюється з величезною швидкістю.

За умови правильної розкрутки аккаунта в соціальній мережі, компанія може добитися не тільки збільшення прибутку, за рахунок зростання обсягу продажу продукції, а й збільшення авторитетності, керувати своєю репутацією, залучати нових цільових відвідувачів та покупців продукції. SMM ефективний для просування малого, середнього та великого бізнесу для он-лайн-компаній.

Але в той же час, незважаючи на величезні можливості для просування продукції в інтернетмережі, важливо враховувати і те, що успіх багато в чому залежить від сфери діяльності самої компанії, специфіки продукції, що нею пропонується, яка повинна бути цікавою і актуальною для користувачів соціальних мереж.

Для того щоб SMM був ефективним, необхідно розробити стратегію, яка відповідатиме маркетинговим цілям компанії. Планування SMM-активностей, насамперед, виходить із аналізу нинішньої ситуації розвитку бренду (продукту) в мережі, цілей бізнесу [3].

SMM-стратегія – це напрям, який визначає, що ви плануєте робити і чого саме хочете досягти через соціальні мережі. Вона спрямовує ваші дії та дозволяє дізнатися, наскільки хороші результати вони приносять.

Розробка SMM-стратегії – складний й трудомісткий процес, який вимагає структурованої роботи. Саме тому ми докладніше зупинимось на основних етапах розробки SMM-стратегії (рис. 2).

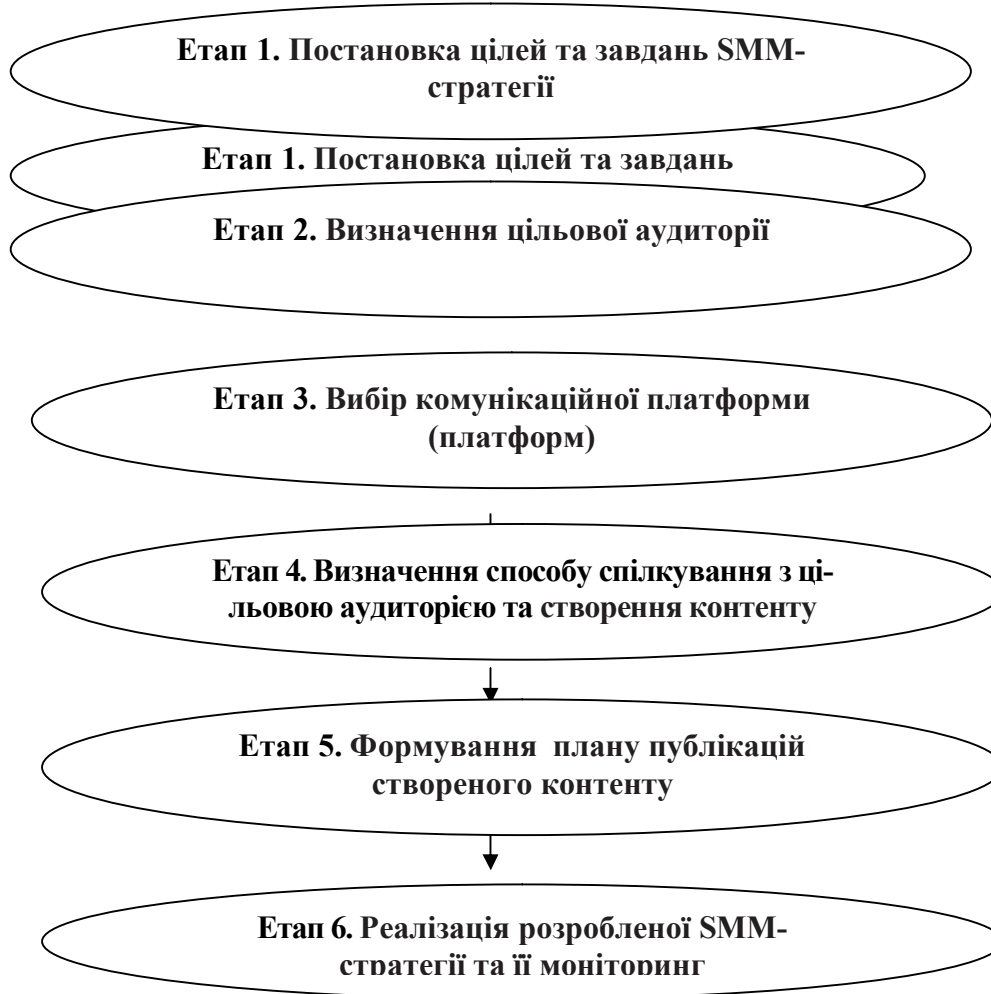


Рис.2. Основні етапи формування SMM-стратегії.

Джерело: складено на основі [1; 3; 4].

На першому етапі, для побудови ефективної SMM-стратегії слід виконати постановку цілей та завдань SMM-стратегії. Цілі мають бути конкретними, відрізнятися актуальністю, мати певні часові межі.

На другому етапі необхідно визначити цільову аудиторію, щоб зрозуміти, яка інформація потрібна потенційним клієнтам. Саме виходячи з цього й розробляють контент. Контент – зміст інформаційного повідомлення. Це дуже важливий етап, оскільки завдяки цікавому створюється можливість зберегти лояльність споживачів та залучати потенційних клієнтів.

Третій етап – на основі цільової аудиторії необхідно вибрати комунікаційну платформу (платформи), на якій поширюватиметься інформація про просування бренду, продукту (послуги). Це можуть бути соціальні мережі («Facebook», «Telegram»), фото-сервіси («Instagram»), відео-сервіси («YouTube») тощо.

Четвертий етап – розробка тактики спілкування, тобто визначення способу спілкування з цільовою аудиторією й створення відповідного контенту. Стиль спілкування також залежить від комунікаційної платформи, спілкуючись з користувачами, слід враховувати спосіб спілкування на даній платформі.

П'ятий етап – формування плану публікацій створеного контенту в обраних соціальних мережах. На даному етапі слід враховувати, що для кожної комунікаційної платформи має бути свій контент та свій план публікацій.

Шостий етап – реалізація розробленої SMM-стратегії, її моніторинг та коригування за потреби.

Підбиваючи підсумки аналізу SMM-стратегії, слід зазначити, що аналіз статистики SMM-стратегії слід підбивати виходячи з сукупності статистики кожного з окремих каналів передачі SMM. Тобто аналізувати охоплення та залучення не однієї конкретної комунікаційної платформи, а всіх комунікаційних платформ у сукупності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Павлішина Н. М., Наливайко Т. В. Формування стратегії просування у соціальних мережах. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 23. С. 341–347.
URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/23_2019/53.pdf
2. Ремезь Ю. Особливості просування товарів в соціальних мережах. *Маркетингова освіта в Україні*: зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. м. Київ, 7–8 жовт. 2021 р. Київ : КНЕУ, 2021. – С. 356–358
URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/36771/Mou_21-104.pdf?sequence=1&isAllowed=y
3. Шталь Т. В., Дмитрієв Г. Б. SMM як сучасні технології маркетингу. *Бізнес Інформ*. 2019. №12. С. 446–452.
URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-12_0-pages-446_452.pdf
4. Чеморда П. О., Васюткіна Н. В. Сучасні підходи до формування стратегії маркетингу соціальних медіа. *Бізнес Інформ*. 2021. №2. С. 346–351
URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-2_0-pages-346_351.pdf

УДК: 314.151.3 – 054.72

ДМИТРЕВИЧ А.С., студентка 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **ПАНАСЮК В.І.**, канд. екон.наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ПРОБЛЕМИ ЗОВНІШНЬОЇ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

Досліджено основні причини зовнішньої трудової міграції в Україні, позитивні та негативні наслідки та запропоновано шляхи вирішення проблем міграції.

Ключові слова: трудова міграція, ринок праці, зайнятість населення, безробіття.

З кожним роком в Україні зростає рівень трудової міграції, що значно впливає на соціальну, економічну та демографічну сфери країни. Згідно статистичних даних у 2019 році кількість українських трудових мігрантів становила 3,2 млн осіб, у 2020 р. – близько 3 млн та 2,5-3 млн у 2021 р. [1].

Основною причиною зовнішньої трудової міграції в Україні називають низький рівень оплати праці, порівняно з країнами, в які емігрують українці (переважно це Польща, Чехія, Італія, Німеччина, США, Канада, Угорщина, Молдова, Словаччина). Середня заробітна плата в Україні у 2021 році дорівнювала 437 дол. США, що в декілька разів нижче, ніж в інших розвинених країнах світу. До прикладу в Польщі (куди, згідно статистики, українці найбільше емігрують) середня заробітна плата в 2021 році становила 1448 дол. США, в Чехії 1785 дол. США, в Німеччині 4853 дол. США. Причиною міграції також є постійно зростаючий рівень безробіття, який становив 8,6% у 2019 році, 9,9% у 2020 році та 10,3% у 2021 році [1].

Виділимо наступні побутові причини трудової міграції українців, як:

- відсутність перспектив в країні;
- високий рівень корупції;
- відсутність можливостей для самореалізації;
- бажання задовольнити мінімальні потреби сім'ї;

- заробіток з метою оплати навчання дітей у закладах вищої освіти;
- бажання придбати власне житло;
- заробіток коштів для початку підприємницької діяльності тощо [1;2;3].

Зовнішня трудова міграція має як позитивні так і негативні наслідки для ринку праці та економічної, демографічної, соціальної сфер. Серед негативних наслідків називають:

- уповільнення темпів розвитку науково-технічного потенціалу країни через втрату висококваліфікованої робочої сили (науковців та фахівців);
- депопуляція та деформація населення країни, що призводить до зменшення кількості населення та старіння нації через міграцію молоді;
- відсутність надходжень до соціального та пенсійного фондів країни від заробітної плати мігрантів;
- вивезення мігрантами іноземної валюти (власних заощаджень), відтік грошей в західні банки [4].

Відмітимо наявність позитивних наслідків, зокрема:

- надходження в країну іноземної валюти за рахунок переказів коштів з-за кордону (згідно статистики у 2019 році перекази заробітчани складали 7,7% ВВП України);
- зменшення рівня безробіття в країні;
- стимулювання зростання певних галузей виробництва;
- деякі мігранти, заробивши кошти за кордоном, повертаються в Україну і відкривають власний бізнес [2; 5].

Проблеми трудової міграції доцільно вирішувати за наступними блоками питань:

- правовий, що полягає у вирішенні проблем переказу коштів мігрантів в Україну та налагодженні системи обліку офіційно та неофіційно працюючих українців за кордоном;
- інформаційний, тобто, інформування про наявність вакансій та перспективи працевлаштування в Україні, оскільки кількість зовнішніх мігрантів збільшується при невтішних прогнозах подальшого соціально-економічного розвитку країни, що призводить до дефіциту трудових ресурсів. Тобто, способом покращення ситуації є інформація про напрями покращення;
- соціально-економічний, тобто, зміни на законодавчому рівні мають бути спрямовані на зростання рівня життя населення та покращення інвестиційних пропозицій щодо створення належних умов для ведення підприємницької діяльності в країні, що суттєво зменшить рівень трудової міграції [3].

Отже, проблеми зовнішньої міграції є актуальними для України, особливо від початку повномасштабної війни на території країни, оскільки за статистичними даними, за цей час з країни виїхало близько 5 млн. людей, що в подальшому значно вплине на економічну та демографічну ситуації в країні [6]. Шляхами вирішення проблем трудової міграції є:

- стабілізація військової ситуації в країні;
- збільшення рівня добробуту населення;
- збільшення робочих місць з метою працевлаштування населення;
- збільшення рівня інвестиційної привабливості країни;
- запровадження пільг для підприємців, що вплине на розвиток бізнесу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Трудова міграція: скільки українців працювали за кордоном в 2019-2021 роках. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/03/18/infografika/suspilstvo/trudova-mihracziya-skilky-ukrayincziv-pracyuvaly-kordonom-2019-2021-rokax> (дата звернення: 28.04.2022).
2. Кваша О.С. Зовнішні міграційні процеси трудових ресурсів: фактори, стан та наслідки для України. Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. 2017. № 10. С. 535–540. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/92.pdf (дата звернення: 27.04.2022).
3. Кифяк В.І. Проблема трудової міграції в Україні та шляхи вирішення. Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. 2019. № 37. С. 169–173. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/37_2019/33.pdf (дата звернення: 27.04.2022).

4. Забута Н.В. Зовнішня трудова міграція: проблемні питання і шляхи їх вирішення. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2018. Вип. 28. Ч. 2. С. 123–127. URL: <http://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/52/50> (дата звернення: 28.04.2022).

5. Іванова Т.М. Зовнішня трудова міграція в Україні: проблеми та наслідки. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2017. № 2(10). С. 29–33. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/117464/111513> (дата звернення: 29.04.2022).

6. За квітень з України виїхало понад 1,151 млн громадян. URL: <https://glavcom.ua/country/society/kilkist-ukrajinskih-bizhenciv-perevishchila-5-mln-osib-dani-oon-840629.html> (дата звернення: 1.05.2022).

УДК: 005:502.1:332.14

ЕЙСМОНТ Ю. В., студентка 5 курсу заочної форми навчання

Науковий керівник – **КОВАЛЬ Н. В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ

Визначено сутність, мету та завдання екологічного менеджменту. Висвітлено принципи, функції та значення екологічного менеджменту в системі регіонального управління.

Ключові слова: екологічний менеджмент, сталий розвиток, екологічна безпека.

Нині, в умовах трансформації механізмів управління розвитком регіонів як складних соціально-еколого-економічних систем, в рамках загальної проблеми забезпечення їх стійкого розвитку, все більшу зацікавленість регіональних органів влади викликає система екологічного менеджменту, метою функціонування якої є подолання екологічних проблем та забезпечення екологічної безпеки регіону.

Поняття «екологічний менеджмент» вперше з'явилося в «Порядку денному на XXI століття» (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.), у якому підкреслювалось, що «екологічний менеджмент варто віднести до ключової домінанти сталого розвитку й одночасно до вищих пріоритетів промислової діяльності і підприємництва» [1, с. 160].

Найбільш повним визначенням поняття «система екологічного менеджменту» вважаємо визначення, наведене у міжнародному стандарті ISO 14000. «Система екологічного менеджменту – це частина загальної системи менеджменту, яка включає організаційну структуру, планування діяльності, розподіл відповідальності, практичну роботу, а також процедури, процеси та ресурси для розробки, впровадження, оцінки досягнутих результатів реалізації та вдосконалення екологічної політики, цілей і завдань» [2, с. 117].

Екологічний менеджмент – це система управління, головним принципом якої є орієнтація на розвиток екологічного виробництва та екологічної культури, побудована на соціально-економічному й соціально-психологічному мотивуванні гармонії взаємин людини із природою [3].

Головна мета екологічного менеджменту – охорона природних ресурсів, попередження або зменшення негативного впливу на довкілля, підвищення рівня екологічної безпеки.

Основні завдання екологічного менеджменту:

- підвищення ефективності використання всіх видів ресурсів (впровадження маловідходних технологій, зменшення споживання невідновних ресурсів, зменшення енергомісткості продукції, використання відновних джерел енергії);

- екологізація виробничих процесів з метою попередження, мінімізації або усунення негативного впливу на довкілля при виробництві, споживанні або утилізації продукції, яка виробляється;

- стимулювання та підтримка реалізації природоохоронних ініціатив;

- створення привабливого «зеленого» іміджу в очах громадськості (вибір постачальників, які відповідально ставляться до довкілля; розвиток екологічної поінформованості та свідомості співробітників та споживачів) [3].

Слід наголосити, що за порівняно невеликої вартості впровадження система екологічного менеджменту суттєво покращує управління регіоном, адже сприяє зниженню ресурсомісткості виробництва, зменшенню витрат, досягненню екологічної безпеки, покращенню якості життя населення регіону, підвищенню довіри до органів влади та управління та зростанню конкурентоспроможності регіону.

Основні принципи екологічного менеджменту:

- відповідальність за екологічні наслідки управлінських рішень;
- збереження природно-ресурсного потенціалу;
- попередження екологічних ризиків;
- баланс між ресурсами і забрудненням (використання ресурсів у масштабах відтворювальної здатності екосистем; постійний моніторинг та контроль за обсягом забруднень і відходів, які не мають перевищувати асиміляційного потенціалу екосистем);
- «забруднювач платить», тобто компенсує повну вартість екологічного збитку [4, с. 12; 5, с. 13].

Основні функції екологічного менеджменту: 1) ідеологічна (розробка основних принципів та стратегічних засад розвитку); 2) правова (розробка і прийняття природоохоронних законодавчо-нормативних актів); 3) фінансова (акумуляція необхідних фінансових ресурсів для виконання цілей та завдань екологічної політики); 4) організаційно-координаційна (керування та узгодження діяльності підприємств, установ та організацій щодо реалізації природоохоронного законодавства та екологічної політики); 5) моніторингу й оцінки (відслідковування та аналіз показників тиску на навколишнє природне середовище, змін стану довкілля); 6) ревізійно-контрольна (контроль за результатами реалізації екологічної політики) [6, с. 95; 7].

До основних елементів системи екологічного менеджменту відносять:

- 1) екологічну політику;
- 2) план (програму) реалізації екологічної політики;
- 3) механізми досягнення цілей і виконання завдань екологічної політики;
- 4) моніторинг та аналіз екологічних показників діяльності суб'єктів господарювання;
- 5) корекцію та постійне удосконалення системи екологічного менеджменту [1, с. 152; 5, с. 12].

Екологічний менеджмент функціонує на територіальному рівні в рамках ієрархії: на міжнародному, національному, регіональному, локальному рівнях [8, с. 14; 1, с. 77-79].

Регіональний рівень передбачає:

- розробку регіональних екологічних програм і проєктів реалізації природоохоронних заходів;
- регулювання використання регіональних природних ресурсів;
- визначення нормативів забруднення довкілля (встановлення нормативів гранично допустимих викидів і стоків, розміщення відходів);
- проведення моніторингу й обліку об'єктів природокористування і забруднення довкілля;
- проведення державної екологічної експертизи;
- впровадження економічного механізму природокористування на регіональному рівні;
- контроль за дотриманням природоохоронного законодавства;
- інформаційну роботу з населенням щодо екологічних питань [1, с. 77-79].

Отже, впровадження екологічного менеджменту в систему регіонального управління є першим кроком на шляху реалізації екологоорієнтованої моделі розвитку економіки України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Екологічний менеджмент: навч. посібник / За ред. В. Ф. Семенова, О. Л. Михайлюк. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 407 с.
2. Демяненко К. А. Сутність екологічного менеджменту та конкурентоспроможності підприємства. Економічний аналіз: зб. наук. праць. 2015. Том 19. № 3. С. 114-121.
3. Мартиненко В. О. Екологічний менеджмент як нова парадигма муніципального управління. Теорія та практика державного управління. 2009. Вип. 2(25). С. 116-120.
4. Бунякова Ю.Я. Екологічний менеджмент: Конспект лекцій. Одеса: ОДЕКУ, 2018. 126 с.
5. Хом'як О.А., Гриневич Н.Є., Присяжнюк Н.М., Куновський Ю.В., Михальський О.Р. Екологічний менеджмент і аудит підприємств аграрного сектору: навч. посібник для студентів екологічного факультету за кредитно-трансферною накопичувальною системою організації освітнього процесу. Біла Церква, 2018. 88 с.
6. Перга Т.Ю. Глобальна екологічна політика та Україна: монографія. Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2014. 288 с.
7. Гринчук Ю. С., Коваль Н. В. Structural monitoring of sustainable development in the region. Економіка та управління АПК. 2017. №2(137). С. 11-23.
8. Буканов Г. М. Формування та реалізація державної екологічної політики на регіональному рівні: автореф. дис. ... д-ра наук з держ. упр.: 25.00.02. Запоріжжя, 2021. 43 с.

УДК 331.56

ІСАЧЕНКО Н.В., студентка 1 курсу

natashaisachenkoo@gmail.com

Науковий керівник – **БОНДАР О.С.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ ЧЕРГ У БІЗНЕСІ

Метою та завданням даної праці є ознайомлення з моделями теорії черг, які дозволяють підвищити ефективність роботи організації, зменшити черги і підрахувати час очікування в черзі, а також приблизні збитки, які несе організація через наявність черг.

Ключові слова: черга, клієнти, організація.

Теорія черги — це математичне вивчення черг або черг. Черги містять клієнтів (або «предмети»), наприклад людей, предмети чи інформацію. Черги утворюються, коли ресурси для надання послуг обмежені. Наприклад, якщо в продуктовому магазині 5 кас, то черги утворюються, якщо одночасно оплатити свій товар хочуть більше 5 покупців.

Основна система черги складається з процесу приходу (як клієнти підходять до найближчого, скільки клієнтів приходить у зал), самої черги, процесу обслуговування клієнтів та виходу. Математичні моделі черг часто використовуються в програмному забезпеченні та бізнесі, щоб найкращим чином використовувати обмежені ресурси.

Наведені нижче ситуації є прикладами того, як можна застосувати теорію черги:

- очікування в черзі в банку чи магазині
- очікування, поки представник служби підтримки відповість на дзвінок після призупинення дзвінка
- очікування на прибуття поїзда
- очікування, поки комп'ютер виконає завдання або відповідь
- очікування автоматичної мийки, щоб очистити автомобільну лінію.

Проблема черг є однією з найгостріших для багатьох організацій. Щодня люди стоять у черзі біля каси в продуктовому магазині чи в театральній касі, чекаючи прийому лікаря, у приймальних комісіях вищих навчальних закладів чи в бюро зайнятості. Модель теорії черги дозволяє, підвищуючи ефективність організації, зменшувати черги та розраховувати час очікування в черзі та приблизні збитки, які несе організація через наявність черг.

Модель може бути корисною при вирішенні різноманітних проблем: керівникам авіакомпаній (літаки приземляються і обслуговуються (в порядку), працівникам магазинів (черги в касі), директорам фабрик (стадії сировини через різні виробничі цикли), медичним персоналом (контроль обороту ліжок).

Існує багато моделей теорії масового обслуговування через необхідність опису різних ситуацій черги. Черги на «одиначке обслуговування», тобто коли обслуговування відбувається в одній точці, стоять, наприклад, до каси в ресторані або до одного робочого вікна на пошті. Черги на «обслуговування кількох вимог» спостерігаються, наприклад, в одному поштовому відділенні при одночасному обслуговуванні кількох операторами однієї черги.

Ситуації черги ускладнюються, коли є велика кількість черг і велика кількість співробітників (як у супермаркеті) або коли людям чи організаційним підрозділам, які потребують обслуговування, доводиться проходити кілька пунктів обслуговування (наприклад, при отриманні водійської ліцензії).

Розрізняють чотири основні типи черг. Черга в кабінеті лікаря – гарний приклад одноканальної однофазної черги. Є тільки одна черга – є тільки один канал обслуговування; лікар тільки один – є тільки одна зона обслуговування. Пацієнти чекають на прийом і приймаються до лікаря відповідно до часу, зазначеного в талоні. Очікування на касі в продуктовому магазині – типовий приклад багатоканальної однофазної черги. Прикладом одноканальної багатфазної черги є черга на автомийку. Машини стоять в одній лінії, але проходять кілька етапів технічного обслуговування: миття, полоскання, сушіння та полірування.

На виробництві досить багато прикладів багатфазних багатоканальних черг, де випускається кілька видів продукції. Кількість каналів, як правило, відповідає кількості відпущеної продукції, а кількість фаз визначається кількістю технологічних операцій від початку до кінця виробництва. На відміну від лінійного програмування, модель теорії черги, або модель масового обслуговування, не забезпечує оптимального рішення. Більше того, моделі дозволяють менеджерам урізноманітнити параметри ситуацій і визначити можливі наслідки.

Наприклад, уявіть собі менеджера банку з чотирма касирами, які обслуговують клієнтів. Кожне з чотирьох вікон має окрему чергу. Клієнти завжди схильні вибирати найкоротшу чергу. Однак часто буває, що найкоротший поворот найповільнішим, через те, що хтось на початку операції, яка вимагає тривалого часу. Банк стурбований тим, що клієнти дратуються, коли затримуються в довгих чергах; від колег з інших банків ви дізнаєтеся, що вони встановили системи, в яких всі прикладні машини чекають в одній черзі, тому кожен наступний клієнт у черзі відправляється до першого звільненого вікна. При вивченні ситуації виявляється, що клієнти приходять із середньою швидкістю 16 осіб на годину, а кожен касир справляється з транзакціями із середньою швидкістю 8 транзакцій на годину. У цьому випадку ви можете використовувати моделі теорії черги як допомогу для оцінки різниці в часі очікування в поточній системі та в альтернативній системі єдиної черги для всіх клієнтів. Припустимо, що аналіз моделі черги показує, що клієнти повинні чекати в середньому 7,5 хвилини на обслуговування в існуючій системі, але вони будуть чекати в середньому лише 0,654 хвилини в одній черзі для всіх клієнтів, а потім ви можете змінити існуючу один. порядку, щоб досягти суттєвого покращення обслуговування. Таким чином, хоча моделі теорії черги не пропонують оптимального рішення, вони надають дані, необхідні менеджерам для планування найбільш ефективного обслуговування клієнтів і клієнтів. Розробка моделей теорії черги для унікальних і складних ситуацій є дорогою. Однак наявні відмінності в моделях відповідають багатьом ситуаціям, які можуть зацікавити менеджерів. Зростання кількості таких моделей у програмних пакетах робить їх використання більш економічним і простішим.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Queuingtheory: Definition, history&real-lifeapplications. <https://queue-it.com/blog/queuing-theory/>
2. QueueingTheoryanditsBusinessSApplcations. <https://www.slideshare.net/BISWAJITorJEET/queueing-theory-29932020>

ЗАМКОВА Д.Д., студентка 1 курсу

Науковий керівник – БОНДАР О.С., канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

НАНОРІВЕНЬ: ТОНКОЩІ ІНФЛЮЕНСЕР – МАРКЕТИНГУ

Метою даної праці є дослідження поняття інфлюенсер – маркетинг та тонкощів його роботи, зрозуміти хто такі наноінфлюенсери та їх ефективність для брендів. Дослідити наскільки в сучасному світі корисний та затребуваний інфлюенсер – маркетинг.

Ключові слова: інфлюенсер – маркетинг, наноінфлюенсери, соцмережі, блогер, аудиторія, контент, інфлюенсери, бренд, контент, продакт-плейсмент, медіа-продукт

В першу чергу потрібно дізнатися: що таке інфлюенсер – маркетинг? Інфлюенсер – маркетинг – це форма маркетингу в соціальних мережах, що охоплює рекомендації та продакт-плейсмент з боку лідерів думок. Тобто, простими словами інфлюенсер – маркетинг – це спосіб просування товарів та послуг за допомогою блогерів в соціальних мережах.

Основними особливостями інфлюенсер – маркетингу є:

- медіа-продукт не заважає особливостям блогу та націлений на що?
- з акаунту вибраного інфлюенсера можна направляти читачів, які відгукнулись на пропозицію, до особистих сторінок брендів та ін.
- через об'єктивно обраного лідера думок можна контактувати з таргетинговою аудиторією, яка має зацікавленість до даного продакт-плейсменту.
- після рекламного контенту в стрічці блогера одразу помітно результат та рецензію читачів.

Інфлюенс-маркетинг, на відміну від звичайної реклами, не продає товар або послугу «в лоба», він має на меті освітній, інформаційний та медійний характер. Він справляється зі створенням міцних організацій з брендом за допомогою присутності в стрічці блогерів і лідерів думок. Саме завдяки інфлюенсерам вирішуються іміджеві та перформанс-завдання.

Отже, інфлюенсер – це користувач соціальних мереж, який у своєму блозі просуває бренд. Вони мають свою аудиторію, для якої навчилися створювати контент. Залежно від впливу інфлюенсерів на цільову аудиторію їх поділяють табл.1.

Таблиця 1 – Категорії інфлюенсерів в залежності їх впливу на цільову аудиторію

Тип	Кількість підписників	Особливості реклами	Вартість (дані Influencer Marketing Hub)
Нано	Від 1000 до 10 тис.	– маленький діапазон дії – висока активність – реклама у формі поради	– Instagram – \$10-100; – YouTube – \$20-200.
Мікро	Від 10 тис. до 100 тис.	– висока активність аудиторії – діапазон дії – 6-8% – інколи мікроінфлюенсери працюють з брендом за товарообмін	– Instagram – \$100-500; – YouTube – \$200-1000
Макро	Від 100 тис.	– Високе охоплення – Якісний медіа-продукт – Низький діапазон (найчастіше 1.1%) – Менш енергійний контакт з підписниками	– Instagram – \$500-10 тис. (в ін. джерелах – від \$5 тис. до 1 млн.); – YouTube – \$10 тис.-20 тис.
Мега	Від 1 млн.	– Найбільше серед всіх блогерів охоплення – Низький рівень вербування аудиторії – Часто можуть використовувати для вірусного продакт-плейсменту	– Instagram – від \$10 тис.; – YouTube – \$20 тис.

В дослідженні ми більше розглянули роботу наноінфлюенсерів. З наведеної вище таблиці видно, що наноінфлюенсери це ті, хто має не велику за кількістю аудиторію, але своєю чергою може мати більшу залученість аудиторії до свого контенту та реклами, ніж, наприклад мега та макроінфлюенсери. Чому? Тому що вони мають нішеву аудиторію, яка складається із звичайних користувачів соціальних мереж, це не боти, не сторінки розіграшів, не блогери-мільйонники, а звичайні користувачі соцмереж. Через це актив таких наноблогів значно більший. Саме тому бренди, усвідомивши таку тенденцію, почали все більше і більше співпрацювати з наноінфлюенсерами.

Насамперед бренди розуміють істотні переваги між нано і мегаінфлюенсерами. І першою такою перевагою є більш тісні стосунки наноінфлюенсерів із своєю аудиторією. Такий блогер справляє враження гарного друга та порадника і має привабливіший вигляд для підписників, аніж зірковий блогер. Вони спілкуються зі своїми фоловерами, відповідають їм на коментарі, на повідомлення та завдяки цьому отримують більшу залученість аудиторії та її довіру. Тому саме довіра є другою перевагою такого блогера. Для своїх фоловерів він друг, який не змушує придбати той чи інший продукт, а дає скоріше раду. Нещодавнє дослідження показало, що якщо рішення вимагає не багато витрат часу, грошей та зусиль, то має більший попит у користувачів. Але попри це наноінфлюенсери підходять до вибору рекламної пропозиції обережно, оскільки не хочуть втратити довіру своєї аудиторії. Також, безсумнівно, перевагою таких лідерів думок є їхній прайс-лист. Вони мають не багато запитів від брендів на рекламу, тому раді погодитись на співпрацю в обмін на товар чи послугу даного бренду. Крім того, бренди чітко розуміють, що працюючи лише з великими інфлюенсерами, вони не зможуть постійно розширювати своє охоплення. Тому робота з наноінфлюенсерами знижує ризикованість та втрати, якщо маркетингова кампанія буде невдалою або неефективною. Така стратегія є корисною і ефективною, коли у бренду є обмеження в часі та в бюджеті.

У висновку, можна сказати, що інфлюенсер – маркетинг затребувана галузь у сучасному світі, а професія наноінфлюенсера не лише прибуткова і цікава, а й має великий попит серед брендів. Особливо для брендів-початківців, які мають не великий капітал, але мають якісну продукцію і зробити її популярною для покупців.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Інфлюенсери: хто це і як з ними працювати: <https://uaspectr.com/2021/12/16/inflyuensery-hto-tse-i-yak-z-nyumu-pratsyuvaty/>
2. Нанорівень: тонкощі інфлюенсер-маркетингу: <https://buduysvoe.com/publications/nanoriven-tonkoshchi-inflyuenser-marketyngu>
3. Що таке influence-маркетинг і як його використовувати: <https://esputnik.com/uk/blog/sho-take-influence-marketing-i-yak-jogo-vikoristovuvati>
4. Інфлюенсер-маркетинг як спосіб просування FMCG-товарів: складові стратегії та взаємодії з блогерами: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/influenser-marketynh-iak-sposib-prosuvannia-fmcg-tovariv-skladovi-stratehii-ta-vzaiemodii-z-bloheramy/>

УДК: 331.56

ЗАПОРОЖЕЦЬ В.С., студент 1 курсу

Науковий керівник – **БОНДАР О.С.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГІЇ

Розглянуто стан та особливості виробництва відновлюваної енергії та її роль у соціально-економічній діяльності суспільства. Розкрито вплив використання відновлюваних джерел енергії на світовий ВВП і населення.

Ключові слова: відновлювана енергія, попит, інфраструктура, землекористування, світовий ВВП, зайнятість, дохід

Виробництво відновлюваної енергії відіграє важливу роль у соціально-економічній діяльності суспільства. На додаток до значного виробництва енергії вітровими турбінами, виробництво електроенергії з біомаси стало життєво важливим джерелом доходу в сільських районах північних федеральних земель Німеччини. Використання відновлюваних джерел енергії все ще розширюється, з різними пов'язаними проблемами для землекористування

Необхідно модернізувати інфраструктуру для виробництва енергії та транспортування в райони з високим попитом, щоб дозволити подальше збільшення частки відновлюваних джерел енергії. Для покращення просторового планування сектору відновлюваної енергетики доцільно використовувати імітаційне моделювання. Моделювання стало основним інструментом у процесі планування енергетичного переходу для виявлення та усунення можливих локальних конфліктів землекористування, пов'язаних з відновлюваними джерелами енергії, оскільки вони потребують значно більше місця, ніж викопні ресурси.

Виробництво енергії з відновлюваних джерел має набагато більші вимоги до землекористування, ніж виробництво енергії з викопних ресурсів. Попит на простір особливо яскраво виражений у виробництві вітрової енергії, оскільки вітряні турбіни стали переважаючими штучними орієнтирами, існує суттєве регулювання мінімальних відстаней, групування турбін тощо. необхідних для підтримки багатьох різних процесів планування землекористування шляхом надання високоякісних даних про потенціал вітру, який є чітливим у просторі та часі. Незважаючи на те, що регіональне моделювання клімату різко покращилося протягом останнього десятиліття, у процесі планування все ще застосовуються застарілі стандарти, які не використовують переваги сучасних моделей і пакетів даних.

Актуальна кліматична інформація є однією з основних вимог для успішної роботи систем підтримки прийняття рішень у процесі планування критичної енергетичної інфраструктури. Ці дані необхідно доповнити чисельними моделями, які включають сучасні знання про регіональні та місцеві метеорологічні явища. У галузі відновлюваної енергетики зростає попит на результати моделювання з використанням таких моделей, оскільки ця інформація може мати значні наслідки для реалізації великомасштабних проєктів відновлюваної енергетики, таких як морські вітряні парки. Ці вітрові парки мають значний вплив на атмосферні процеси в місцевому масштабі, що призводить до вимірюваних регіональних впливів. Тим не менш, необхідно підтвердити результати моделі за допомогою вимірювань *insitu*, оскільки моделювання метеорологічних процесів поблизу морських вітрових парків є проблемою в результаті домінуючих ефектів турбулентності та невеликого масштабу багатьох процесів, які необхідно враховувати. . Те ж саме стосується моделювання виробництва сонячної енергії. На додаток до широко використовуваних супутникових даних часто необхідні додаткові спектральні дані та інформація про просторову мінливість. У порівнянні з іншими джерелами даних, дані про аерозолі в атмосфері, як правило, нижчої якості, тому залишається необхідним доповнювати результати імітаційної моделі високоякісними параметрами, що вимірюють сонячне опромінення.

Розглянемо вплив на світовий ВВП і добробут виробництва відновлюваної енергії. На додаток до підтримки цілей стабілізації клімату, значне використання відновлюваних джерел енергії та заходів з енергоефективності дає важливі макроекономічні переваги. У аналізі, підготовленому під час головування Німеччини в G20, зазначалося, що скорочення глобальних викидів вуглекислого газу відповідно до Паризької угоди призведе до збільшення ВВП на 0,8% у 2050 році. Це означає кумулятивний прибуток у 19 трильйонів доларів США, що приблизно еквівалентно сукупній ринковій капіталізації всіх компаній, які котируються на Нью-Йоркській фондовій біржі. Підвищення економічної активності стимулюється інвестиціями у відновлювані джерела енергії та енергоефективність, а також політикою стимулювання.

Однак такі показники, як ВВП, самі по собі не охоплюють повного спектру приростів добробуту людей. Більш повний облік переваг включає такі параметри, як зайнятість, охорона здоров'я, освіта, скорочення викидів парникових газів та зміни у матеріалоемності. Найшвидше підвищення добробуту є результатом зменшення негативних зовнішніх ефектів, таких як тиск на екосистеми (менше видобуток вугілля та менше буріння нафти та газу) та вплив на здоров'я

людей (менший вплив забруднювачів повітря та води, що виникають внаслідок використання викопного палива).

Крім того, є позитивні соціальні наслідки у вигляді зайнятості та збільшення доходу. Все частіше використання відновлюваних джерел енергії визнається як величезна можливість, яка допомагає диверсифікувати базу навичок країни, прискорити її промисловий розвиток і підтримувати широкі пріоритети розвитку суспільства. За оцінками експертів, очікуване зростання добробуту людей від використання відновлюваних джерел енергії становить близько 4%, що значно перевищує темпи зростання ВВП на 0,8%. Заощадження від зменшення зовнішніх ефектів для здоров'я та навколишнього середовища, які не повністю відображені в звичайних системах економічного обліку, значною мірою встановлюють витрати на енергетичний перехід.

Оскільки зайнятість має важливе значення для отримання заробітної плати і, таким чином, для добробуту окремих людей та їхніх сімей, створення та збереження робочих місць має вирішальне значення в будь-якому заході соціально-економічного розвитку. Дохід від заробітної плати – особливо від добре оплачуваної роботи – дозволяє людям робити покупки, які призводять до стабільного попиту на товари та послуги, сприяючи здоровій місцевій та національній економіці. Таким чином, показник зайнятості виходить далеко за межі прямих робочих місць у секторі відновлюваної енергії та непрямих робочих місць у ланцюжку поставок, а також охоплює так звані індуковані робочі місця в ширшій економіці.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Іванюта С.П. Зміна клімату: наслідки та заходи адаптації: аналіз. Доповідь. Київ: НІСД, 2020. 110 с.
2. The socioeconomic impacts of renewable energy in EU regions. <http://surl.li/bxsat>
3. Renewable energy benefits: understanding the socio-economics. <http://surl.li/bxsav>

УДК: 005.591.452:364-78

КАРПЕНКО О.І., студентка 3 курсу

werison701@gmail.com

Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.О.**, доктор PhD

Білоцерківський національний аграрний університет

ЗЕЛЕНІ ОБЛІГАЦІЇ ЯК НОВИЙ ФІНАНСОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Узагальнено підходи до визначення зелених, сталих облігацій на основі вітчизняної практики та міжнародного досвіду. Висвітлено види зелених облігацій та їх основні характеристики згідно принципів зелених облігацій. Наведено статистичні дані щодо емісії зелених облігацій у розрізі країн світу та величині сформованого інвестиційного капіталу. Зроблено висновок щодо необхідності активізації процесів емісії зелених облігацій у вітчизняній практиці з метою реалізації принципів сталого розвитку на всіх рівнях управління, корпоративного сектору економіки та приватних інвесторів.

Ключові слова: зелені облігації, види зелених облігацій, облігації сталого розвитку.

У нинішніх умовах процес екологізації розглядається як основний елемент стратегії сталого розвитку, яку визнано керівним принципом області розвитку країн та співпраці у всьому світі. Залучення до цього процесу все більшого числа країн приводить до формування глобальних домовленостей, які не лише вимагають від кожної країни-учасниці договору щодо офіційної декларації політики переходу до «зеленої» економіки, але й практичного підтвердження цих намірів реальними діями в області екологізації окремих галузей, використання природних ресурсів, транспортної та іншої інфраструктури, «озеленення» національної фінансової системи [1]. У свою чергу, «зелений» ріст забезпечується на основі розвитку і підвищення ефективності «зеленого фінансування», у складі якого важливе місце відводиться зеленим облігаціям.

Зелені облігації - це облігації, які виділяють використання залучених коштів виключно на фінансування реалізації проєкту екологічного напрямку або окремого його етапу [2]. Зазна-

чимо, що у якості екологічного проекту розглядається проект, який пов'язаний із сферами енергоефективності, альтернативної енергетики, мінімізації відходів, їх переробки та утилізації, екологічно чистого транспорту, збереження довкілля, земельних та водних ресурсів, зменшення забруднення навколишнього середовища та інші проекти направлені на захист навколишнього природного середовища

Отже, основним призначенням зелених облігацій є підтримка економічної діяльності, яка спрямована на покращення навколишнього середовища, пом'якшення наслідків зміни глобальних кліматичних змін та більш ефективного використання ресурсів. Однак, встановлено, що на сьогодні ведеться дискусія щодо розуміння того, які види економічної діяльності, а також які фінансові послуги слід відносити до «зелених». Так, за підходом GreenTransitionScoreboard [3], який публікується щорічно, починаючи із 2009 р., компанією EthicalMarketsMedia, до «зелених» видів економічної діяльності відносять лише п'ять напрямів: відновлювальні джерела енергії, енергоефективність, системи життєзабезпечення (водопостачання, переробка відходів та ін.), «зелене» будівництво, «зелені» корпоративні наукові-дослідження та розробки. Очевидно, що у вітчизняній практиці існує необхідність більш ширшого розуміння напрямів вкладення залучених фінансових ресурсів від емісії зелених облігацій.

Узагальнення зарубіжної практики розуміння зелених облігацій дозволило встановити, що це будь-який тип облігаційного інструменту, акумульовані кошти від якого буде використано частково або повністю на нові та/або існуючі відповідні зелені проекти [4]. Встановлено, що на сьогодні існує чотири типи зелених облігацій, зокрема: 1. Стандартне зелене використання застави доходів (Standard GreenUseofProceedsBond), стандартне боргове зобов'язання щодо регресу до емітента відповідно до принципів зелених облігацій; 2. Зелені прибуткові облігації (GreenRevenueBond) передбачає боргове зобов'язання без права регресу до емітента відповідно до принципів зелених облігацій, у якому кредитний ризик вкладень в облігації відноситься до внесених у заставу грошових потоків, доходу, зборів, податкових платежів, тощо, акумульовані фінансові ресурси від емісії яких пов'язані або не пов'язані із реалізацією зелених проектів; 3. Зелені проектні облігації (GreenProjectBond) передбачають формування фінансових ресурсів для одного або декількох зелених інвестиційних проектів, за якими інвестор перебирає на себе всі види ризиків з потенційним регресом до емітента або без нього, що узгоджується із принципами зелених облігацій; 4. Зелені сек'юритизовані облігації (GreenSecuritizedBond) це облігації, які забезпечені одним або більше конкретними зеленими проектами, включаючи, але не обмежуючи використання покритих облігацій (coveredbonds), забезпечених активами (asset-backedsecurities (ABS), іпотечними цінними паперами (mortgage-backedsecurities (MBS) [4].

Зазначимо, що окремі зелені проекти, в які будуть спрямовуватися акумульовані фінансові ресурси від продажу зелених облігацій можуть зумовлювати також прояв соціальних вигід, саме тому доцільно при оцінці їх ефекту враховувати також вплив на цю складову. Слушною у даному випадку є дефініція так званих облігацій сталого розвитку, які розглядаються як борговий інструмент, виручені кошти за який будуть використаними виключно для фінансування або рефінансування комбінації зелених та соціальних проектів [5]. Облігації сталого розвитку узгоджені з принципами зелених та сталих облігацій, причому перші мають особливе значення для реалізації зелених проектів, а другі – для соціальних проектів. Очевидно, що окремі соціальні проекти також можуть мати спільні екологічні переваги, а відповідні зелені проекти можуть зумовлювати прояв соціальних переваг. Саме тому перед емісією облігаційних позик доцільно чітко визначити цілі щодо використання акумульованих фінансових ресурсів у напрямі реалізації зелених проектів, соціальних чи сталих.

Зазначимо, що формування інвестиційного капіталу на основі емісії зелених облігацій для більшості країн світу є одним із сучасних напрямів інвестування. Так, Великобританія здійснила емісію зелених облігацій вперше у 2021 р. обсяг емісії становив 15 млн фунтів стерлінгів. За підсумками 2021 р. 16 країн здійснено випуск зелених облігацій на суму 95 млн фунтів стерлінгів [6]. Так, формування ринку зелених облігацій відбулося на Лондонській фондовій біржі, де були запропоновані перші сертифіковані зелені облігації з Китаю, Індії та Близького Сходу. Окрім цього ця біржа стала площадкою для перших суверенних зелених облігацій, випущених в

США. Загалом 17 країн випустили зелені облігації, і майже 90% їх загальної вартості надійшло від європейських країн, включаючи Великобританію, Францію, Німеччину, Угорщину та Бельгію. Серед країн, які здійснили випуск зелених облігацій за межами Європи, є Гонконг, Індонезія, Чилі, Нігерія та Фіджі. Зазначимо, що зелені облігації випускаються не лише урядами, а й компаніями та фінансовими установами в різних галузях у всьому світі, оскільки екологічно свідомі інвестори прагнуть зіграти свою роль у реагуванні на зміну клімату».

Узагальнюючи вищезазначене, можна зробити висновок про те, що в нашій країні емісія зелених облігацій також повинна стати пріоритетним напрямом формування інвестиційного капіталу для реалізації проєктів щодо реалізації цілей сталого розвитку. Важливо при цьому забезпечити чітке унормування правового регулювання реалізації зелених інвестиційних проєктів, обґрунтуванню принципів зеленого фінансування в контексті забезпечення сталого розвитку країни, формування світогляду та чіткого розуміння «зеленої» економіки на державному, регіональному, локальному рівнях, у власників та менеджерів корпоративного бізнесу та громадян країни.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Стратегія розвитку фінтеху в Україні. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-rozvitku-fintehu-v-ukrayini-do-2025-roku--kurs-na-staliy-rozvitok-innovatsiy-keshles-ta-finansovu-gramotnist>
2. Про схвалення Концепції запровадження та розвитку ринку зелених облігацій в Україні: Закон України від 23.02.2022 // Відомості Верховної Ради України. 2022. №175. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/175-2022-%D1%80#Text>
3. GreenTransitionScoreboard. URL: <https://www.ethicalmarkets.com/category/green-transition-scoreboard/>
4. Green Bond Principles Voluntary Process Guidelines for Issuing Green Bonds June 2021. URL: <https://www.icmagroup.org/assets/documents/Sustainable-finance/2021-updates/Green-Bond-Principles-June-2021-140621.pdf>
5. The Sustainability Bond Guidelines (SBG) 2021. URL: <https://www.icmagroup.org/assets/documents/Sustainable-finance/2021-updates/Sustainability-Bond-Guidelines-June-2021-140621.pdf>
6. Green bond nations raise nearly GBP 100 billion. URL: <https://iclg.com/ibr/articles/16677-green-bond-nations-raise-nearly-gbp-100-billion>

УДК: 330.341.

КОБА Б.С., студентка 2 курсу

Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.М.,** д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ ЯК ОБ'ЄКТУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Узагальнено підходи до розуміння поняття «фінансова послуга» на основі урахування її як товару та систематизовано загальні та специфічні характеристики. Розглянуто специфічні характеристики фінансових послуг та їх визначено їх вплив на формування поведінки споживачів. Аргументовано необхідність використання інструментарію фінансовими структурами, спрямованого на підвищення фінансової грамотності населення, консультаційної підтримки у розрізі продуктів та послуг. Охарактеризовано складові елементи маркетингу-мікс на ринку фінансових послуг.

Ключові слова: фінансова послуга, особливості фінансових послуг, маркетинг-мікс.

Розвиток сфери фінансових послуг в останні роки забезпечує значну частку в структурі ВВП, характеризується високим рівнем конкуренції та інтенсивним зростанням, що посилює боротьбу за споживачів. За таких умов існує необхідність в розробці способів та інструментів нецінової конкуренції, а саме їх якості. Однак на сьогодні спостерігаються випадки незадоволення споживчих запитів та підвищення вимог щодо обслуговування та якості фінансових пос-

луг. Ця споживча тенденція сформована внаслідок недовіри до фінансових інститутів, зміни структури джерел інформації, які споживачі використовують при прийнятті рішень щодо користування послугами фінансових організацій, що вимагає урахування специфіки фінансових послуг та їх врахування в розробці маркетингового комплексу.

Зазначимо, що у Законі України “Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг” фінансова послуга визначається як операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, – і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів [1].

Найбільш повне тлумачення поняття фінансової послуги представлено у визначенні, яке розглядає її як товар у формі операцій за дорученнями (вторинна фінансова послуга) та послугу сфєриторгівлі фінансовими активами (допоміжна фінансова послуга) [2].

Функціонування ринку фінансових послуг характеризується наступними умовами: високий рівень нормативно-правового регулювання, в т.ч. необхідність виконання вимог НБУ; комплексність фінансових послуг та необхідність розробки заходів щодо нейтралізації та мінімізації ризиків для всіх стейкхолдерів; наявність вимог не лише щодо товаровиробника, але й до споживачів послуги [3].

Отже, трактування сутності фінансової послуги науковці та практики пов’язують із її особливостями як товару, до яких відносяться, з одного боку, ті ж самі, що є будь-якого виду послуг (нематеріальний характер, невіддільність виробництва від споживання, різноманітність якості, неможливість зберігання), а з іншого – специфічні характеристики (опосередкованість, неосяжність, цілеспрямований вид діяльності, споживча орієнтація послуги та ін.) [4,5].

Так, опосередкований характер фінансової послуги пояснюється тим, що її надання завжди супроводжується рухом грошей, цінних паперів або інших фінансових інструментів.

Неосяжність фінансової послуги відрізняється від неосяжності послуг в цілому тим, що результат неможливо відчутися не лише матеріально, але не можна уявити як сам процес надання, а також його результат. Неосяжність посилюється внаслідок використання у більшості випадків безготівково розрахунку. Саме неосяжність послуг, на думку фахівців у цій області, зумовлює необхідність наявності у споживача цього виду послуг певного набору характеристик – освіти, вмінь, знань, навиків та ін.

Наступною особливістю фінансової послуги є розгляд її як системи взаємопов’язаних елементів із виділенням споживача, постачальника, системи доставки, а також технології надання. Зарубіжними фахівцями розроблено модель системи надання послуг, яка включає такі елементи: невидима організація та системи, фізичне оточення, сукупність вигід, які одержує споживач [6,7].

Зазначимо, що споживач у процесі прийняття рішення про використання певної фінансової послуги взагалі або про вибір конкретної фінансової організації звертається до досвіду інших споживачів. Якщо раніше це були його друзі та знайомі, то із розвитком мережі Інтернет та поширення сайтів із відгуками споживач став звертатися до досвіду, який для нього є доступним, збирати інформацію з метою зниження відчуття невизначеності та ризику.

Специфічною характеристикою фінансової послуги є особистісно-споживча орієнтація, зумовлена безпосередньою участю споживача в процесі виробництва послуги, що посилює персоналізацію. Очевидно, що у зв’язку із цифровізацією скоротилися безпосередні контакти між клієнтами і фінансовими організаціями, що вимагає від фінансових установ активізації діяльності в соціальних мережах. Отже, сукупність вигід, які одержує споживач від фінансової послуги, складається у процесі взаємодії не лише із організацією, але й із іншими клієнтами, в т.ч. через соціальні мережі, що підвищує навантаження на комунікаційний процес та значення цілого елементу комплексу маркетингу.

Одним із сучасних тенденцій у розвитку фінансових структур є те, що вони повинні брати на себе відповідальність за підвищення фінансової грамотності населення, а комплексність надання фінансової послуги передбачає надання консультацій клієнтів за продуктами та послуга-

ми організації. Іншими словами, через надання фінансових послуг реалізується функція розширення економічного світогляду або підвищення фінансової грамотності.

Окрім того, особливістю маркетингової діяльності фінансових організацій є те, що вони працюють на ринках B2P (взаємодія «бізнес – фізичні особи») або P2P (взаємодія «фізичні особи – фізичні особи») зумовлює необхідність розширення переліку функцій за рахунок включення до них соціально та економічно значимих аспектів. Окрім цього існує необхідність у підтримці економічної активності населення країни та розвитку малого бізнесу за рахунок створення додаткової цінності.

Зазначимо, що маркетингові методи в фінансових організаціях передбачають реалізацію концепцію внутрішнього та зовнішнього маркетингу одночасно. За підходом Ф. Котлера маркетинг в сфері послуг розглядається за такими напрямками: внутрішній маркетинг спрямований на виявлення та задоволення потреб внутрішнього клієнта організації, тобто її співробітників; зовнішній маркетинг, направлений на виявлення та задоволення потреб зовнішнього клієнта організації, тобто її споживачів; інтерактивний маркетинг, спрямований на контроль якості надання послуг, який об'єднувальною ланкою між персоналом та клієнтами фінансової структури [8].

Встановлено, що в теорії маркетингового забезпечення сфери послуг використовуються різні концепції маркетингу-мікс, які базуються на початковій системі (4P), запропонованій Дж. Маккарті ще в 1960 р. та передбачає прикладання зусиль в напрямі товарної (product) і цінової (price) політик, просування (promotion) та розподілу (place). Сучасні підходи передбачають використання 7P або 8P (розширення зумовлено включенням персоналу (people), фізичного оточення (physicalevidence) і процеси (process)), а також інтегрованої моделі, яка поєднує 4P и 4C (споживач (customer), витрати (cost), зручність (convenience), комунікації (communication)) – модель 4P–4C. При цьому 4P розглядається як те, що пропонує фінансова установа, а 4C – як те, що необхідно та сприймається клієнтами.

Важливою умовою забезпечення результативності маркетингової діяльності фінансових структур є посилення взаємодії із споживачами та підвищення рівня його залучення у процес оцінки якості послуг. Із цією метою доцільно налагодити зворотній зв'язок від клієнта, залучати його в процес надання послуги. Окрім цього, актуальним є питання оцінки якості взаємодії споживача із фінансовою установою та її послугами та залучення його у цей процес.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг. Закон України від 12.07.01 № 2664. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text>
2. Мацук З. А. Фінансові послуги на ринку цінних паперів України: теорія та практика: монографія. Київ: КНЕУ, 2018. 367 с.
3. Іоргачова М. І., Ковальова О. М., Коцюрубенко Г. М. Фінансовий ринок України: сучасний стан основних сегментів. Ефективна економіка. 2021. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8654> (дата звернення: 09.05.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.2.90
4. Шовкопляс Г. М. Специфіка контролю на ринку фінансових послуг залежно від виду небанківських фінансових установ: досвід Європейського Союзу. Наукові праці Національного університету «Одеська юридична академія». Т. 26 / голов. ред. Ю. В. Цуркан-Сайфуліна; МОН України, НУ «ОЮА». Одеса: Гельветика, 2020. С. 156-162.
5. Осадчий Є. С. Особливості діяльності фінансово-кредитних установ в Україні. Економіка і суспільство. 2016. Вип. 5. С. 375-382.
6. Eiglier P., Langeard E. Principes de politique marketing pour les entreprises de services. Marseille: L'Université d'Aix-Marseille, 1976. 236 p.
7. Bateson J. E. Managing services marketing: text and readings. N. Y.: Dryden Press, 1999. 471 p.
8. Lovelock C. Services marketing: people, technology, strategy. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 2001. 664 p.
8. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Амстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. 5-е европ. изд. Москва: Дialeктика, 2019. 751 с.

КУДРИЦЬКА В.М., студентка 3 курсу
Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.О.**, доктор PhD
Білоцерківський національний аграрний університет

КРИПТОВАЛЮТА ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНВЕСТИВАННЯ: МОЖЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ

Обґрунтовано, що криптовалюта в умовах інформатизації є відносно новим об'єктом вкладення інвестиційнапрямом формування нової фінансової системи. Узагальнено положення нормативно-правового регулювання створення та обігу віртуальних активів в Україні, виділено їх основні види. Охарактеризовано способи інвестування в крипто валюту - майнінг, вкладення в стартапи, трейдинг на криптобіржі, узагальнено їх основні переваги та недоліки. Аргументовано основні проблеми інвестування в криптовалюту та ідентифіковано ризики, які супроводжують інвестиційні процеси у різні види криптовалюти.

Ключові слова: криптовалюта, інвестування, майнінг, вкладення в стартапи, трейдинг на криптобіржі.

На сьогодні, коли інформаційні технології є невід'ємною частиною життя кожної людини, виникла потреба в універсальних платіжних засобах, які дають можливість швидко здійснити анонімні платежі. Таким інструментом є криптовалюта, популярність якої стрімко зростає, незважаючи на відносну її новизу. Криптовалюта стала одним із вигідних об'єктів вкладення інвестицій, оскільки забезпечує високе зростання інвестиційного прибутку, забезпечує диверсифіковані методи і способи інвестування, має підвищений інтерес у інвесторів. Окрім цього криптовалюта є напямом формування нової фінансової системи, яка є найбільш прогресивною та перспективною з точки зору прискорення та підвищення надійності трансакцій. Саме тому нині в усьому світі зростає інтерес до криптовалют, а саме зацікавленість до неї як до інструменту інвестування, який відкриває нові можливості для розширення об'єктів інвестування, однак й зумовлює відповідні ризики.

Криптовалюта це електронна грошова одиниця, яка не прив'язана до банку або держави. Ця система розвивається незалежно, тому емісія монет відбувається без внутрішнього або зовнішнього контролю. Зазначимо, що у більшості криптовалют (Bitcoin і Litecoin) емісія обмежена, проте є варіанти з необмеженим Майнінг. Так, біткойн є найбільш капіталізована і стійка криптовалюта, що виросла за останній рік на 300%, однак є більш прибуткові інвестиції в інші монети, наприклад інвестиції в Ethereum або Dash, ріст вартості у рік 8- і 12-кратне зростання відповідно [1].

Відомо, що у березні 2022 р. прийнято Закон України «Про віртуальні активи», у якому основними характеристиками віртуального активу є: нематеріальне благо; об'єкт цивільних прав; має вартість; виражений сукупністю даних у електронній формі; віртуальні активи не є і не будуть засобом платежу на території України [2]. У Законі виділено такі види віртуальних активів: незабезпечені – віртуальні активи, що не посвідчують жодних майнових або немайнових прав (до прикладу, Bitcoin); забезпечені – віртуальні активи, що посвідчують майнові права, зокрема права вимоги на інші об'єкти цивільних прав (до прикладу, окремі стейблкоїни); фінансові – віртуальні активи, забезпечені цінними паперами або гривнею (до прикладу, сек'юриті-токени).

Для приватного інвестора можна виділити декілька можливих інструментів інвестування на крипторинку: інвестування фіатних (фідуціарних) грошей в криптовалюту; інвестування в стартапи; трейдинг на криптобіржі. Ми поділяємо думку експертів, що кожний із вказаних способів інвестування в криптовалюту супроводжується високими ризиками, що вимагає від інвестора використання консервативної стратегії інвестиційної поведінки, яка передбачає вкладення невеликої суми власних фінансових ресурсів у певні її види [3,4].

Так, трейдинг на криптобіржі передбачає одержання інвестиційного прибутку інвесторами на основі різниці у цінах. На криптобіржі відбувається придбання криптовалюти з метою її подальшого продажу. За цією інвестиційною операцією виникають наступні переваги:

доступність, оскільки можна здійснювати операції із невеликими за величиною початковими інвестиціями; дохідність забезпечується стабільним зростанням курсу; безпека вкладень забезпечується на основі швидкої конвертації в фіатні гроші. У якості недоліків слід виділити такі: зростаючий рівень маніпуляцій та шахрайства унаслідок втрати коштів у разі їх зберігання на біржі та в онлайн-гаманцях.

Інвестування фіатних (фідуціарних) грошей в криптовалюту здійснюється на основі майнінгу або створення ферми із використанням потужної обчислювальної техніки при вирішенні складних математичних завдань для створення криптовалюти. При цьому способі інвестування у криптовалюту виникають наступні переваги для інвестора: низькі ризики якщо вартість монети не змінюється, а дохід продовжує зростати: універсальність, що зумовлена можливістю добування декількох криптовалют одночасно; можливість перепродажу ферми. Серед недоліків слід виділити наступні: потребує значних обсягів споживання електроенергії; невисока дохідність; великі початкові вкладення.

Інвестування в стартапи передбачає випуск криптовалют з метою залучення інвестиційних ресурсів у розвиток інвестиційних проєктів. При цьому способі інвестування формуються наступні переваги: розширює напрями вкладення в інші активи; забезпечує високу дохідність; дає можливість входу до статутного капіталу із незначними інвестиційними вкладеннями. До переліку недоліків слід включити наступне: відсутність законодавчої бази регулювання цієї форми інвестицій, а також хакерські атаки.

Узагальнюючи вищезазначене можна зробити висновок про те, що найбільш дохідним, але при цьому ризикованішим способом інвестування є інвестування криптовалюти в стартапи, відносно безпечним та менш дохідним є майнінг, а порівняно доступним способом є спекуляції на курсі криптовалюти.

З метою обґрунтування перспектив та ризиків використання криптовалюти як інструменту інвестування нами узагальнено наукові публікації вітчизняних та зарубужних дослідників [5,6] на основі чого виділено її переваги та недоліки. Так, серед переваг слід виділити наступні: стрімке підвищення популярності серед інвесторів; висока дохідність за короткий проміжок часу; перспективність внаслідок росту ринку криптовалюти та його легалізації у багатьох країнах світу, в т.ч. й Україні; досить висока ліквідність, оскільки купуючи популярну криптовалюту, її завжди можна перетворити в гроші на основі продажу, без надмірного контролю та тиску; мінімальні витрати для інвестора (зберігання практично безкоштовне, переведення криптовалюти в готівку супроводжується невеликою комісією, порівняно із вартістю послуг банків по переводам та зняттю власних коштів). Однак, незважаючи на високу перспективність інвестицій в криптовалюту, для них властивими є певні проблеми, які зумовлюють наступні ризики: нестабільний курс; невизначений правовий статус, оскільки не всі країни світу офіційно визнають цифрові валюти, не всюди можливо відкривати криптовалютний кошельок або розрахуватися в мережі оптової та роздрібної торгівлі; окрім цього при одержанні засобів в криптовалюті ускладненим є процес декларування податків; відсутність забезпечення; хакерські атаки, шахрайство, у зв'язку зі зростанням популярності криптовалют збільшується кількість шахраїв, які бажають заробити на цьому; відсутні гарантії що дозбереження, кожний окремий користувач несе персональну відповідальність за свої збереження.

Отже, існує три способи інвестування в криптовалюту: інвестування фіатних (фідуціарних) грошей в криптовалюту; інвестування в стартапи; трейдинг на криптобіржі, кожний із яких приносить високий рівень доходу та відповідно супроводжується ризиковістю. Досить високий потенціал технологій, який вкладається у криптоактиви, дозволяє припустити, що можливість зростання цього ринку є досить високою, однак оскільки ринок криптовалют є ще досить молодим ринком, то він пов'язаний із високими ризиками, такими як: висока волатильність, шахрайство, заборонні санкції у окремих державах, відсутність законодавчої бази, недостатня стабільність та стійкість, яка властивою є традиційним секторам економіки. Унаслідок ризиковості інвестицій у криптовалюту, цей фінансовий інструмент необхідно використовувати обережно, по можливості використовувати диверсифікацію інвестиційного портфеля.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Сім криптовалют, у які можна вкластися всупереч падінню ринку. URL: <https://mind.ua/publications/20234530-7-kriptovalyut-u-yaki-mozhna-vklastisya-vsuperech-padinnyu-rinku>
2. Про віртуальні активи: Закон України від 15 березня 2022 р. (проект 3637). URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/T222074?utm_source=biz.ligazakon.net&utm_medium=news&utm_content=bizpress01&_ga=2.39689830.411819381.1650892128-1764724352.1640181025
3. Онищенко, Ю.І., Капсамун С.Ю. Криптовалюта як фінансовий актив для інвестування банками. Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород, 2019. Вип. 25. Ч. 2. С. 25–30.
4. Двудіт З.П., Передало Х.С., Тиліпська Р.Б., Терно Р.М., Стибель Р.І. Криптовалюта: стан та тенденції розвитку. Економіка та держава. 2019. № 1. С. 10–14. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.1.10
5. Мамуненко, М.С., Жмай О.В. Переваги та недоліки застосування криптовалют в умовах сучасної ринкової економіки в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород: Гельветика, 2019. Вип. 26. Ч. 1. С. 127–130.
6. Crypto Investments: Advantages and Disadvantages. URL: <https://www.proshareng.com/news/%20BLOCKCHAIN%20&%20CRYPTOS/Crypto-Investments--Advantages-and-Disadvantages/60081>

УДК: 368.914

КАСЯНЮК О.І., магістрант

Науковий керівник – **ПАНАСЮК В.І.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Досліджено поняття соціального захисту військовослужбовців. Виявлено напрями діяльності держави в сфері реалізації соціально-правових гарантій захисту військовослужбовців. Запропоновано шляхи удосконалювання системи соціального захисту військовослужбовців з урахуванням реалій часу.

Ключові слова: соціальний захист, військовослужбовці, соціально-правові гарантії захисту.

Поняття соціального захисту вивчалось цілим рядом науковців. Вважаємо доцільним визначити соціальний захист як сукупність заходів правового, фінансово-економічного та організаційного характеру, які застосовуються державними інституціями для зменшення або локалізації впливу соціальних ризиків на всі категорії осіб [1]. Трактуючи визначення соціального захисту врахуємо особливості цього терміну в контексті проходження військової служби. Зокрема, під соціальним захистом військовослужбовців будемо вважати діяльність держави у сфері реалізації соціальної політики, яка, застосовуючи комплекс інструментів, створює умови для підтримки матеріального стану, відновлення фізичного здоров'я, забезпечення високого рівня життя як військовослужбовців так і членів їх сімей. Соціальний захист військовослужбовців в сучасних умовах неможливий без створення та дієвого застосування сукупності нормативно-правових документів, які дозволяють практично застосовувати встановлені у відповідному порядку пільги, гарантії та компенсації для військовослужбовців у зв'язку з виконанням ними професійних обов'язків.

Серед найбільш важливих напрямів діяльності держави є реалізація соціально-правових гарантій захисту військовослужбовців, а також членів їх сімей, що законодавчо затверджено в Законах України «Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей» [2] та «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту» [3].

Формування системи соціального захисту військовослужбовців Збройних Сил України відбувається нині з урахуванням досвіду зарубіжних країн, що є логічним за умови євроатлантичного вибору нашої країни. На нашу думку, цікавим і дієвим є досвід соціального захисту військовослужбовців і членів їх сімей в США. Так Міністерство оборони США значну увагу приділяє фінансовому забезпеченню військовослужбовців, призначенню ветеранам військової

служби різних видів пільг та привілеїв, що є визначальним у формуванні системи соціальних гарантій, які заохочують американців до проходження служби в національних збройних силах. Основу регулювання сфери соціального захисту військовослужбовців в США покладено на три нормативні акти, що стосуються сфери охорони здоров'я ветеранів, забезпечення житлових умов і працевлаштування та реабілітація ветеранів після закінчення військової служби [4].

З початком війни в Україні 24 лютого 2022 року було запроваджено додаткові пріоритети у наданні соціальних гарантій та визначено додаткове матеріальне забезпечення військовослужбовцям, прийняте на період дії воєнного стану з 24 лютого 2022 р. Постановою Кабінету Міністрів України від 28 лютого 2022 р. № 168 «Питання деяких виплат військовослужбовцям, особам рядового і начальницького складу, поліцейським та їх сім'ям під час дії воєнного стану» [5].

Вважаємо, що сформована в Україні система соціального захисту військовослужбовців має удосконалюватися з урахуванням реалій часу. Так є доцільним є не лише переглянути обсяг доплат і гарантій тим військовослужбовцям, які беруть чи будуть брати участь безпосередньо у бойових діях, а також після їх закінчення або виконання інших військових обов'язків. Важливо, щоб обсяг соціальних гарантій і доплат призначався залежно від заслуг військовослужбовців, конкретних умов несення ними військової служби. Мова йде про потребу переглянути умови надання та розмір пенсії ветеранам військової служби, в тому числі по інвалідності, отриманої в результаті участі у бойових діях; проходження професійної реабілітації та можливість отримати психотерапевтичну допомогу; умови отримання пільгових кредитів на купівлю (будівництво чи ремонт) житла; прописати умови отримання якісних медичних послуг військовослужбовцям та членам їх сімей; надання допомоги по працевлаштуванню чи допомоги по безробіттю після звільнення з військової служби тощо.

Сьогодні, в умовах воєнного часу, збройні сили України залишаються головною опорою української державності. Тому важливо на державному рівні створити всі можливі умови для соціального захисту військовослужбовців.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрейчук С. К., Морушко О. О., Гасяк М. С. Стан пенсійного забезпечення військовослужбовців і членів їхніх сімей. Науковий вісник НЛТУ України, 2021, т. 31, № 2. с. 75-80. URL:https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2021/31_2/14.pdf (дата звернення: 1.05.2022).
2. Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей Законах України від 20.12.1991 № 2011-XII. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_0000_00_00/T201100.html (дата звернення: 1.05.2022).
3. Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту. Закон України від 22.10.1993 № 3551-XII. URL:<https://ips.ligazakon.net/document/T355100> (дата звернення: 1.05.2022).
4. Корольов С. С. Практичні аспекти створення, утвердження та нормативно-правового забезпечення гарантій соціального захисту військовослужбовців країн-членів НАТО. Збірник наукових праць Харківського університету Повітряних сил. 2011. Вип. 3. С. 280-283. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZKhUPS_2011_3_70 (дата звернення: 1.05.2022).
5. Питання деяких виплат військовослужбовцям, особам рядового і начальницького складу, поліцейським та їх сім'ям під час дії воєнного стану. Постанова Кабінету Міністрів України від 28 лютого 2022 р. № 168. URL:<https://helsinki.org.ua/articles/materialne-zabezpechennia-sotsialnyy-i-pravovyy-zakhyst-viyskovosluzhbovtiv-ta-chleniv-ikh-simey/> (дата звернення: 1.05.2022).

КИЯНИЦЯ О.В., студент, 4 курс

Науковий керівник – **КЕПКО В.М.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ БОРОШНА ЖИТНЬОГО

Проаналізовано ринок борошна України за видами та виробниками борошна. Встановлено, що основними чинниками що впливають на конкурентоспроможність борошна житнього є якість товару та ціна за якою його реалізують у торговельній мережі. Проведено органолептичні та фізико-хімічні дослідження борошна житнього, що реалізується на підприємстві ТОВ «СІЛЬПО-ФУД». Було проаналізовано основних постачальників борошна житнього та оцінено ефективність управління постачанням на підприємстві.

Ключові слова: борошно житнє, конкурентоспроможність, управління ланцюгами постачання, торгівля, ефективність, якість.

З давніх давен вважають, що жито є “родичем” пшениці, однак за багатьма параметрами воно перевершує її за корисними властивостями. За даними вчених у житньому борошні – в рази більше фруктози, клітковини та калію, при цьому менше калорій і клейковини.

У житньому борошні міститься від 10 до 15% білків (обойне борошно), до 74-крохмалю (сіяне), золи від 1,85 (обойне) до 0,65% (сіяне). Вологість всіх сортів житнього борошна повинна бути не більше 15% [1].

За якістю борошно житнє буває: сіяне, обдирне, обойне. Колір борошна сіяного – білий, обдирного – сірувато-білий, обойного – сірувато-білий з помітними частинками оболонки зерна. Величина помелу житньої муки має таке ж значення, що і для пшеничної [4].

Ефективність логістичної діяльності млинів в сучасних умовах знаходиться в прямій залежності від формування ними ефективних ланцюгів поставок і впровадження принципів управління ланцюгами постачань – найсучаснішої концепції управління підприємствами.

У своїй діяльності торговельна мережа повинна не лише успішно управляти логістичними ланцюгами, а й оцінювати ефективність управління ними за різними методами, що допомагає контролювати та оцінювати весь процес постачання борошна житнього до кінцевого споживача [2].

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринку важливо забезпечити ефективне управління в тому числі і прийняттям рішень щодо постачання борошна житнього в торговельну мережу: чи то вибір найоптимальнішого постачальника, чи то постачання товару з власного розподільчого центру. Проблемою у визначенні ефективності логістичного ланцюга торговельної мережі є недосконалий набір методик його оцінювання, які можливо було б застосувати в сучасних умовах на практиці [3].

Дуже важливими для формування конкурентоспроможності борошна житнього в сучасних умовах є інформація виробника, його репутація серед споживачів, якість товару, що він пропонує та ціна за якою він реалізує даний товар, також не мало важливим є вибір місця реалізації, тобто чи реалізується даний товар лише в якомусь конкретному магазині чи мережі чи доступний в майже в усіх відомих торгових мережах.

Головними чинниками, що впливають на конкурентоспроможність борошна житнього є якість продуктів та його ціна.

Проаналізувавши основних постачальників ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» та оцінено ефективність управління постачанням, можна зробити висновок, що система управління ланцюгами постачання на підприємстві налагоджена та працює справно. Також виявлено головних постачальників борошна житнього на підприємстві: ТМ «Альта Віста»; ТМ «Сто пудов»; ТМ «O-la-la!»; ТМ «Лавка традицій»; ТМ «Екород».

Розраховуючи ефективність функціонування ланцюгів постачання для різних постачальників і порівнюючи одержані результати, визначають найкращого з них. І, у випадку, коли ефе-

ктивність джерела постачання менший від припустимої величини, то такий договір за рішенням відповідальних осіб може бути розірваний навіть за умови ініціювання санкцій [5]. У даному випадку іншими словами, найвищий рівень свідчить про його перевагу. Проте, для визначення ефективності може бути використана й інша система оцінок, за якої більш висока ефективність свідчить про вищий рівень негативних якостей постачальника. У цьому випадку перевагу слід віддати тому постачальнику, який має найнижчу ефективність функціонування ланцюга постачання.

В процесі дослідження нами були розроблені пропозиції для виробників борошна житнього, які полягають у :

- розширенні точок продажу (збуту) своєї продукції, оскільки такі виробники як ТМ «Лавка традицій» та ТМ «Еко-Планета» представлені лише у мережі «Сільпо» та супермаркетах «Фора»;

- якості товару та встановлення прийнятних цін на товар, щоб завоювати ще більше споживачів кращим співвідношенням ціни та якості;

- розширенні свого асортименту і виготовляти декілька видів борошна житнього (сіяне, обдирне, обойне та суміш пшеничного з житнім) , оскільки на даний момент в асортименті всіх виробників присутній лише один вид борошна житнього.

Пропозиції для підприємства ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» заключаються у тому що:

- потрібно розширити асортимент борошна житнього більшою кількістю різновидів таких як сіяне, обдирне, обойне та суміш пшеничного з житнім, та більшою кількістю виробників. Це дасть змогу кожному споживачеві знайти саме той товар що задовольнить його як за ціною так і за якість.

- розрахувати оптимальний розмір замовлення, щоб уникнути пустих полиць та утворення запасів на складі.

- періодично аналізувати дані по всім постачальникам та вносити корективи, якщо хтось із постачальників порушує умови договору то розірвати договір із ним та спробувати залучити нових постачальників.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. ДСТУ 8791:2018 «Борошно житнє хлібопекарське». Вид. офіц. К.: Держспоживстандарт України, 2017. 8 с.
2. Глушенко Т. М. Аналіз розвитку логістичних послуг на сучасному світовому ринку. Наук. вісн. Херсонського державного уні-ту. 2014. Вип. 6. Ч. 1. С. 169-171.
3. Дубовик С.Г. Сигида Н.О. Спесивий Ю.Ю. Управління ланцюгами поставок підприємств, їх сутність і структура. Економіка і суспільство . 2018 р. №18. С.402-410.
4. Куць А.В Чинники формування конкурентоспроможності борошна житнього. Іновації в підприємстві і торгівлі: зб. наук. ст. студ. Київ: КНТЕУ. 2020. С. 39.
5. Шванський В.С. Аналіз факторів систем оцінки показників ефективності ланцюгів поставок. Бізнес Інформ. 2014. № 9. С. 358-362.

УДК: 339.13:654.15.057.5

КАЛЕНИК С.В., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **САТИР Л.М.**, д-р екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ МОБІЛЬНИХ ОПЕРАТОРІВ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

У роботі виконано дослідження та аналіз розвитку та сучасного стану ринку мобільних операторів. З метою порівняння та розгляду основних аспектів розвитку найбільших підприємств України.

Ключові слова: ринок мобільних операторів, «Київстар», «МТС-Україна», «Lifecel».

Основними компаніями, які працюювали на ринку мобільного зв'язку України, як до війни так і під час військового стану є 3 підприємства: «Київстар», «МТС-Україна», «Lifecell».

«Київстар» – найбільший оператор телекомунікацій України, який надає послуги зв'язку та передачі даних на основі широкого спектру мобільних і фіксованих технологій.

У жовтні 2015 року «МТС-Україна» оголосила про початок повного переходу на новий бренд – “Vodafone”, при цьому остання – не володіє акціями «МТС», а отже, угода є партнерською. Спочатку два бренди будуть існувати паралельно – повний перехід на “Vodafone” займе якийсь час.

У травні 2015 року “Lifecell” став першим оператором на українському ринку, який запустив зв'язок третього покоління на основі технології 3G+. Виходячи на ринок України, “Lifecell” першим представив ряд послуг, які сьогодні стали звичними для кожного абонента. Серед них слід назвати такі, як Мело Рінг, голосове SMS, мікро SIM-карта. [1]

Понад 6 млрд грн виручки отримав найбільший оператор України «Київстар». У порівнянні з другим кварталом 2019 року вона виросла на 6,8%. При цьому у звіті зазначається, що половина виручки отримана з оплати послуг мобільного інтернету. [2]

На другій позиції – «VodafoneУкраїна». Компанії вдалося заробити 4,1 млрд грн, що на 9% більше, ніж за аналогічний період 2019 року. Це найвища на ринку динаміка збільшення доходу. У компанії пояснюють: збільшення доходу пов'язане з ростом споживання дата-послуг і збільшенням покриття швидкісного мобільного інтернету. [2]

Виручка оператора lifecell складає 1,596 млрд грн. Це на 7,7% більше, ніж у квітні-червні минулого року. Станом на січень-березень 2020 року мобільним зв'язком цього оператора користувалися 26 млн осіб, а вже через три місяці – 25,4 млн. У 2019 році компанія декларувала показники 26,2 млн абонентів.

За перший квартал 2020 року компанія звітувала про 19,5 млн користувачів, а за квітень-червень – про 19 млн. У порівнянні з аналогічним періодом 2019 року кількість абонентів зменшилася на 600 000

lifecell навпаки задекларував збільшення користувачів мережею на 11,8% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. До того ж за один квартал їхня кількість зросла на 1,7% і становить 7,6 млн абонентів [2].

Найбільший дохід від одного користувача має «Київстар». Таким чином користувач мобільної мережі приносить у бюджет компанії в середньому 72 грн. Проти першого кварталу 2020 року чек збільшився на 9,4%. Найбільший дохід від одного користувача має «Київстар». Таким чином користувач мобільної мережі приносить у бюджет компанії в середньому 72 грн. Проти першого кварталу 2020 року чек збільшився на 9,4%. [3]

На другому місці lifecell. «Активний 3-місячний ARPU у другому кварталі 2020 року зменшився на 3% на річній основі й склав 70,3 грн у порівнянні з торішнім показником 72,5 грн», – заявляють у пресслужбі оператора. Однак відносно першого кварталу 2020 року середній дохід від абонента збільшився з 69,5 грн до 70,3 грн [4].

Найменший показник має компанія «VodafoneУкраїна» (68,4 грн).

Телеком-оператори Київстар, Vodafone та lifecell запровадили програми підтримки для клієнтів після початку війни Росії проти України.

Vodafone повідомив, що корпоративні абоненти зможуть оплатити рахунки за зв'язок пізніше [5].

Київстар надавав усім абонентам можливість спілкуватися без поповнення рахунку до 11,05, а з 11,05 надає пакети безкоштовних послуг абонентам які знаходяться в зоні активних бойових дій.

Lifecell заявив, що нараховує всім своїм користувачам пакет послуг без додаткової плати. Він містить 30 хвилин для дзвінків на будь-які номери по Україні та 5 ГБ мобільного інтернету. Його можна буде використати протягом 30 днів. [6]

Від початку широкомасштабної війни Росії проти України мобільні оператори, що працюють на території України, надали безкоштовно послуг на понад 600 мільйонів гривень.

Окрім того, за його словами, вони переказали понад 25 мільйонів благодійним фондам та сплатили наперед податки.

«Для підтримки бюджету сплатили авансом податки: «Київстар» – 1,1 млрд грн, lifecell – 35 млн грн, Vodafone – 58 млн грн», – зазначив Михайло Федоров [7].

Оператори Vodafone, Київстар, lifecell разом з Міністерством цифрової трансформації України, Державною службою спеціального зв'язку та захисту інформації України та національною комісією, здійснюють державне регулювання у сфері електронних комунікацій, запустили національний роумінг в Україні [8].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- 249 1.Лазоренко Л.В. Аналіз ринку мобільного зв'язку України та напрями його розвитку 2017 р. №15 с. 246-249
- 2.Державна служба статистики України: Статистичні дані <http://www.ukrstat.gov.ua>
- 3.<https://www.vodafone.ua>
- 4.<https://kyivstar.ua>
- 5.<http://www.lifecell.ua>
6. <https://business.rayon.in.ua/news>
7. <https://www.radiosvoboda.org/>
8. <https://ru.slovoidilo.ua/>

УДК: 005.334.2

КОЛОСОВА К. К., студентка 2 курсу

Науковий керівник – **ВИХОР М.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Виявлено сутність поняття «конфлікт», його види, причини та специфіку методів управління конфліктами в організаціях. З'ясовано, що в сучасних організаціях конфлікти – звичне явище, яке вирішується, а не залишається в потоці справ.

Ключові слова: конфлікт, управління конфліктами, метод управління, проблема.

Сучасні підходи до управління персоналом дедалі більше орієнтуються на визнання пріоритетності особистості перед виробництвом, прибутком, інтересами підприємства, фірми, оскільки успіх будь-якої організації забезпечується людьми, які у ній працюють. У свою чергу, персонал підприємства можна розглядати як певний соціум у якому можуть відбуватися конфлікти різного рівня. Конфлікти характерні практично для всіх організацій, які функціонують у сучасному світі. Такі процеси відбуваються внаслідок того, що кожен, хто працює в організації, має власні цілі, прагнення, інтереси та особисті якості.

У загальному розумінні конфлікт розглядається як відсутність згоди між двома й більше сторонами, якими можуть виступати як організації, так і окремі працівники. Під конфліктом, так само, розуміють зіткнення протилежно спрямованих тенденцій у психіці окремої людини, у відносинах людей та їх формальних і неформальних об'єднань, обумовлене розходженням поглядів, позицій та інтересів [1, с. 177]. Роль конфлікту, як правило, залежить від того, наскільки ефективним є управління ним. У зв'язку із цим, виділяють конфлікти функціональні, що ведуть до підвищення ефективності організації та дисфункціональні, які ведуть до зниження особистості, задоволеності, групової співпраці та ефективності організації.

Управлінська теорія та практика виділяє чотири найбільш поширені види конфліктів: внутрішньо особовий; конфлікт між двома і більше особистостями; конфлікт між особистістю і групою; міжгруповий [2].

Причини виникнення конфліктів досліджені у працях багатьох учених. Так Е. Мейо, Е. Дюркгейм, Т. Парсонс вважали, що суспільство перебуває в стабільному й стійкому стані, а конфлікти розглядали як своєрідну «хворобу людських стосунків». З інших позицій виступали М. Вебер, В. Парето, Р. Дарендорф, які вважали, конфлікт є необхідним чинником, який здатний пояснити соціальні зміни та процеси. При цьому найпоширенішими причинами виникнення конфліктів називають наступні:

- не справедливий розподіл ресурсів між підрозділами;
- завдання, що є взаємозалежними;
- різниця в уявленнях, цінностях, сприйнятті;
- різниця у поведінці і досвіді людей;
- погані комунікаційні здібності деяких працівників [3].

У сучасних умовах проблема управління конфліктами є актуальною як у теоретичному так і в практичному аспектах. Управління конфліктами розглядається як процес цілеспрямованої дії на персонал організації, метою якого є усунення причин, які породили конфлікт, а також, приведення поведінки учасників конфлікту у відповідність до норм взаємовідносин.

Фахівці виділяють дві групи методів управління конфліктними ситуаціями: структурні; міжособові. До структурних методів управління конфліктами відносять: загальноорганізаційні комплексні цілі; роз'яснення вимог до роботи; координаційні та інтеграційні механізми в організаціях; структура та методи системи винагород; дисциплінарні заходи. До між особових методів управління конфліктами відносять такі як ухилення; примушування; компроміс; згладжування; вирішення проблеми по суті [4]. Зауважимо, що у практичній діяльності менеджери ті чи інші методи управління конфліктами залежно від конкретної управлінської ситуації, часто комбінуючи і поєднуючи їх.

Одним із завдань менеджерів, у цьому зв'язку, є постійний контроль за конфліктами, оскільки до 50% конфліктних ситуацій, практично, не мають стосунку до наявних проблем та протиріч організації. Проте саме вони призводять до збільшення емоційного навантаження та протидії позитивному розв'язанню проблем і конструктивному вирішенні розбіжності у поглядах. Лише в конфліктних ситуаціях перевіряються міцність управлінської команди, а також основні принципи корпоративної культури фірми, значущості як колективу, так і керівника.

Одним з найпоширеніших конфліктних ситуацій, що пов'язані з необхідністю змін, є конфлікт консерваторів та новаторів. Його виникнення є закономірне, оскільки всі новаторства завжди відбуваються з ініціативи окремих членів організації, незалежно, чи то лідер, чи рядовий працівник.

Для запобігання конфліктним ситуаціям та успішного їх вирішення, в разі виникнення, необхідно дотримуватися певних рекомендацій і порад, розроблених спеціально для таких ситуацій

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Біловодська О. А. Управління конфліктами в системі управління людським потенціалом підприємств. Економіка та суспільство. 2017. № 10. С. 177-182.
2. Конфлікти в управлінні організацією: види, методи вирішення, типи. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13936/>.
3. Типові причини виникнення конфліктів в організації. URL: <https://buklib.net/books/22902/>.
4. Єфтені Н. М. Управління конфліктами та ефективне функціонування колективу. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/1383/Efteni.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

УДК: 35.073.

КУЦ А.К., студентка 4 курсу

alinakuts01@gmail.com

ЗАГРЕБЕЛЬНИЙ Я.В., студент 1 курсу магістратури

zahrebelnyi.yv@gmail.com

Науковий керівник – **АРБУЗОВА Т. В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ДЕРЖАВНЕ АНТИМОНОПОЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Розглянуто особливості державного антимонопольного регулювання публічних закупівель. З'ясовано порядок та типові причини оскарження процедур закупівель. Обґрунтовано необхідність регулювання ринку публічних закупівель та підготовки фахівців у цій сфері.

Ключові слова: публічні закупівлі, державне антимонопольне регулювання, Антимонопольний комітет України, скарга, оскарження.

В Україні останні роки активно провадиться трансформація всіх сфер діяльності, в тому числі й системи публічних закупівель. Процедура їх проведення повинна бути ефективною та базуватись на принципах доброчесності, відкритості, прозорості, рівності прав учасників, чесного оцінювання того, що пропонується на тендерах та антимонополізму. Через недосконалість державного регулювання учасники ринку публічних закупівель скаржаться на неефективність своєї діяльності.

Законодавче регулювання сфери публічних закупівель регламентується нормами Закону України «Про публічні закупівлі», яким, зокрема, встановлюються юридичні та економічні підвалини створення конкурентного середовища у сфері публічних закупівель, забезпечення добросовісної конкуренції. Дотримання вимог законодавства у сфері публічних закупівель регулюється та контролюється, серед інших органів, Антимонопольним комітетом України відповідно до положень Закону України «Про Антимонопольний комітет України», а Закон України «Про публічні закупівлі» визначає АМКУ органом оскарження процедур закупівель [1]. З цією метою комітетом створено інституційний орган – Комісію з розгляду скарг про порушення законодавства у сфері публічних закупівель [2]. Скарга подається в електронній формі, засвідчена кваліфікованим електронним підписом.

Оскарженню підлягають будь-які рішення, дії, бездіяльність замовника щодо здійснюваних ним публічних закупівель. Скарги частіше за все подаються стосовно: кваліфікаційних критеріїв, висунутих за рамками обґрунтованих вимог; необґрунтовано складних критеріїв оцінки, або таких, що надають непропорційну вагу певним параметрам; завищених та необґрунтовано ускладнених технічних вимог; наполягань використання певної торговельної марки; безпідставного відхилення тендерних пропозицій; допущення до торгів або визначення їх переможцем постачальника, тендерна пропозиція котрого не відповідає встановленим замовником вимогам [3].

Розглядаються скарги АМКУ у такому порядку:

1) після подання постачальником оскарження на дії замовника й оформлення реєстраційної картки, є 3 дні у розпорядженні адміністративної колегії для рішення про прийняття до розгляду скарги або її відхилення. Може залишитися скарга без розгляду у випадку усунення замовником порушення або недотримання постачальником термінів подання скарги, інших вимог до її оформлення.

2) при прийнятті скарги до розгляду у колегії є на розгляд 10 днів (20 днів за наявності аргументації). Вивчаються аргументи, наведені постачальником, тендерна документація, рішення замовника.

3) ухвалення адміністративною колегією рішення щодо скарги – для публікації резолютивної частини рішення АМКУ має 1 робочий день та для оприлюднення його в системі Prozorro 3 робочі дні [1], [4].

Розгляд скарг є публічним, відкритим, з використанням телекомунікаційних засобів. На засіданні постійно діючої адміністративної колегії Антимонопольного комітету України учасники закупівель мають право бути присутніми, взяти участь у розгляді та дізнатися резолютивну частину. Замовник і постачальник можуть додавати до справи про розгляд скарги експертні висновки, які оприлюднюються в електронній системі закупівель та долучаються до матеріалів справи. Відсутність сторін процесу на розгляді скарги не вважається перешкодою щодо прийняття рішення АМКУ.

Органом оскарження за результатами розгляду скарги можуть бути прийняті рішення про [1], [4]:

- 1) факти наявності або відсутності порушень процедури закупівлі;
- 2) вжиття заходів для їх усунення, зокрема, зобов'язати замовника скасувати повністю (частково) його рішення, надати необхідну документацію, роз'яснення, позбавитися будь-яких дискримінаційних умов, узгодити тендерну документацію з вимогами законодавства або анулювати процедуру закупівлі за неможливості виправити допущені порушення.

АМКУ за результатами розгляду скарги приймається обґрунтоване рішення, яке містить [4]: 1) висновок про факт наявності або відсутності порушення процедури закупівлі; 2) висновок про повне (часткове) задоволення скарги чи про відмову в її задоволенні; 3) підстави та обґрунтування щодо прийняття комісією рішення; 4) у разі повного (часткового) задоволення скарги – зобов'язання усунення порушення замовником процедури закупівлі та/або її поновлення з моменту попереднього правомірної дії чи законного рішення замовника.

Подання скарги та її реєстрація в АМКУ відбувається після оплати учасниками публічних закупівель виключно через електронну систему закупівель. Якщо претензії скаржника визнані обґрунтованими, плата за скаргу повертається, якщо ні – зараховується до відповідного бюджету чи рахунку замовника. Невиконання рішення Антимонопольного комітету України тягне за собою притягнення до відповідальності.

У 2020-2021 рр. за один рік дії нової редакції Закону «Про публічні закупівлі» було розглянуто 377 скарг щодо скасування процедури закупівлі, а загальний відсоток задоволення по них склав 87%. Середній показник позитивних рішень по всіх скаргах, отриманих АМКУ, дорівнював 68-70 %. При цьому відсоток задоволених скарг був таким по кожній з підстав: неможливість усунення порушень – 92 %; відсутність подальшої потреби – 90 %; скорочення видатків – 68 % (такі випадки оскаржувати важко, тому відсоток відмов по них доволі високий). Підставу «Наявність обставин непереборної сили» замовники застосовували лише кілька разів, що свідчить про низький рівень потреби у ній [5].

У жовтні 2021 р. уряд надав можливість вітчизняному Антимонопольному комітету реалізувати інститут уповноважених з розгляду скарг щодо порушення законодавства у сфері публічних закупівель для формування складу адміністративних колегій і розгляду скарг. Особи, які претендують на посади уповноважених, призначаються за результатами проведення конкурсу, повинні мати вищу економічну та/або юридичну, та/або технічну освіту за ОС «магістр» або ОКР «спеціаліст», стаж роботи за фахом не менш ніж 5 років протягом останніх 10 років [2].

Проведене дослідження показало, що Антимонопольний комітет України регулює функціонування ринку публічних закупівель, запобігає корупційним проявам, спонукає розвиток добросовісної конкуренції завдяки формуванню прозорості процедур закупівлі й процедур оскарження, що своєю чергою сприятиме становленню України як правової держави. Знання в галузі державного антимонопольного регулювання у сфері публічних закупівель можуть прислужитися у виборі майбутнього місця працевлаштування нинішнього студента-економіста.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про публічні закупівлі : Закон України від 25.12.2015 р. № 922-VIII. Дата оновлення 30.04.22. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text> (дата звернення 01.05.2022).

2. Про Антимонопольний комітет України : Закон України від 26.11.1993 р. № 3659-XII. Дата оновлення 05.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12#Text> (дата звернення 22.03.2022).
3. Узагальнена практика Колегії АМКУ: типові причини оскарження закупівель. URL: <https://amcu.gov.ua/news/uzagalnena-praktika-kolegiyi-amku-tipovi-prichini-oskarzhennya-zakupivel> (дата звернення 22.03.2022).
4. Про внесення змін до Закону України «Про публічні закупівлі» та інших законів України щодо вдосконалення системи функціонування та оскарження публічних закупівель : Закон України від 03.06.2021 № 1530-IX. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T211530.html (дата звернення 11.05.2022).
5. Огляд рішень АМКУ щодо скасування процедури закупівлі : Торговий майданчик Smart tender. URL: <https://smarttender.biz/blog/view/oglyad-rishen-amku-shchodo-skasuvannya-protseduri-zakupivli/> (дата звернення 22.03.2022).

УДК: 351.712:352.07(1-19)

КАРПЕНКО О. І., студентка 3 курсу
werison701@gmail.com

Науковий керівник – **АРБУЗОВА Т.В.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ТА СЛУЖБИ В ОРГАНАХ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Розглянуто спільні та відмінні риси державної служби та служби в органах місцевого самоврядування, принципи, права, обов'язки та умови прийому й припинення роботи, особливості оплати праці. Обґрунтовано необхідність з'ясування статусу публічних службовців.

Ключові слова: державна служба, держслужбовець, місцеве самоврядування, посадова особа місцевого самоврядування.

Публічна служба поєднує службу в державних і муніципальних організаціях. З'ясування спільних та відмінних рис державної служби й служби в органах місцевого самоврядування шляхом систематизації питань їх організаційно-правового забезпечення, диференціації статусу-слугуватиме реальному формуванню «сервісної» держави.

Вітчизняне законодавство про державну службу було запроваджене в 1993 році, а Закон «Про місцеве самоврядування в Україні» сформований чотирма роками пізніше – у 1997. Держслужба є публічною, професійною, політично неупередженою діяльністю з виконання завдань і функцій держави [1]. Держслужбовцем є особа, котра обіймає посаду держслужби в державному органі та виконує відповідні до посади обов'язки, дотримується принципів держслужби. Місцеве самоврядування – це право громади самостійно розв'язувати питання місцевого значення в межах і на підставі законів України. До посадових осіб місцевого самоврядування належать особи, які працюють в його органах та мають обов'язки відповідно до займаної посади з виконання організаційно-розпорядчих та дорадчо-консультативних функцій [2].

Принципи, на яких ґрунтується служба в державних органах та органах місцевого самоврядування є подібними. Серед них такі принципи, як верховенство права, законність, професіоналізм, доброчесність, ефективність, прозорість, політична неупередженість, патріотизм, однакове ставлення до всіх громадян без найменших проявів дискримінації [1], [2].

Посадова особа місцевого самоврядування та особа, що займається держслужбою, мають також спільні для обох складових публічної служби права на:

- повагу до своєї особистості, гідності та честі, неупереджене до себе ставлення;
- справедливу оплату, якої заслуговує залежно від роботи, стажу, рангу, посади (у випадку держслужби, також залежно від умов контракту, якщо він був укладений);
- кар'єрний ріст відповідно до професійності, компетентності, результатів роботи та сумлінного її виконання;
- безперешкодне ознайомлення з матеріалами своєї особової справи та перегляд інших документів, що стосуються проходження публічної служби;

- безпечні умови праці та необхідне матеріально-ресурсне задоволення продуктивної праці;
- соціальну та юридичну безпеку;
- одержання встановленому законодавством порядку всієї необхідної інформації, що потрібна для роботи службовця;

- відпочинок, соціальне та пенсійне забезпечення.

Спільними для обох служб є також і обов'язки [1], [2]:

- дотримуватися Конституції, законів України, інших нормативно-правових актів;
- дотримуватися прав та свобод людини та підданого держави;
- берегти державну таємницю та особисті дані людей, які стали відомі особі публічної служби під час виконання посадових обов'язків;
- безперестанно покращувати свою роботу, підвищувати кваліфікацію;
- старанно виконувати службові обов'язки, а для держслужбовців дотримуватися умов контракту про держслужбу у разі його укладення;
- поважливоставитися до громадян держави та їх звернень, піклуватися про достатній рівень культури та поведінки;
- заборона дій, чи відсутність дій, які можуть заподіяти шкоду інтересам органам, де працює службовець;
- дотримуватися законодавства у сфері попередження та протидії корупції.

Держслужбовці наділені, крім того певними правами й обов'язками, залежно від підрозділів, в яких працюють [1]. Також для працівників держслужби є ряд суворих обмежень, відповідно до яких вони не можуть: бути членом політичної партії, обіймаючи керівну посаду на держслужбі чи працювати керівником в політичних партіях; будучи керівником на держслужбі, поєднувати державну службу зі статусом депутата місцевої ради; в політичних цілях користуватися своїм службовим становищем; здійснювати політагітацію, брати участь у заходах, організованих політичними партіями.

Вступ як на державну, так і на муніципальну службу здійснюється за результатами конкурсу. В обох випадках індивідами, що вступають на службу, складається присяга. [1], [2].

Посади державної та служби місцевого самоврядування діляться на різні категорії. У випадку держслужби це три категорії—«А», «Б» та «В»: до категорії «А» належить вище керівництво державної служби країни, до «Б» — керівники та заступники місцевих органів державної влади, керівництво державних органів середньої ланки, а до «В» — решта держслужбовців [1]. В органах місцевого самоврядування існує сім категорій з назвою залежно від номера. Приміром, до першої категорії належать голови обласних рад та міст зі спеціальним статусом, до шостої — посади керівників та спеціалістів виконкомів місцевих рад, а до сьомої — радники, консультанти керівників і спеціалістів районних, міських, сільських та селищних рад [2]. На державній та муніципальній службах присвоюються ранги залежно від категорій посад. Серед посадових осіб держслужбовців діють 9 рангів, а місцевого самоврядування — 15. При цьому на державній службі ранги присвоюються від 1-го до 3-го за категорією «А» (три ранги), від 3-го до 6-го за категорією «Б» та від 6-го до 9-го за категорією «В» (по чотири ранги в обох групах). У муніципальній службі ранги рівномірно поділені по всіх категоріях — по три до кожної. Зокрема, особам на посадах першої категорії можуть присудити 3, 2 та 1 ранги, а тим, хто обіймає посади, що належать до сьомої категорії, можуть бути присвоєні 15, 14 і 13 ранги [2].

Підстави припинення роботи службовців загалом схожі для обох складових публічної служби. Серед основних причин для них є:

- порушення законодавства, Присяги та виконання посадових обов'язків;
- порушення умов реалізації права на службу;
- виявлення обставин, що перешкоджають перебуванню на службі;
- досягнення граничного віку перебування на службі;
- за власної ініціативи службовця [1], [2].

Для держслужби є додатково такі підстави припинення роботи:

- за ініціативою суб'єкта призначення;

- передбачені контрактом у разі його укладення;
- через закінчення строку призначення на посаду;
- незгоди службовця на проходження служби;
- застосування заборони за Законом України «про очищення влади»[1].

Державний службовець отримує заробітну плату з держбюджетних коштів, а оплата праці службовців місцевого самоврядування здійснюється з місцевих бюджетів.

Отже, розглянувши правові та організаційні аспекти роботи в державних і муніципальних організаціях, можна резюмувати, що вони мають багато спільного: обидві служби мають схожі принципи, права та обов'язки, службовці наділені серйозною відповідальністю, мають бути неупередженими. Головні відміни полягають у тому, що на держслужбі реалізуються інтереси держави в цілому, а у муніципальній вони локалізовані інтересами громади. Для держслужбовців діє дещо більше обмежень і вони наділені більшим колом обов'язків та прав, залежно від підрозділів, де вони працюють. Розуміння спільних рис та відмінностей важливе для з'ясування майбутнім фахівцям-публічникам свого статусу та ролі у виконанні завдань, які ставить перед ними суспільство та держава.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про державну службу: Закон України від 10.12.2015 р. № 889-VIII. Дата оновлення: 01.01.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19#Text> (дата звернення: 15.04.2022).
2. Про службу в органах місцевого самоврядування : Закон України від 07.06.2001 р. № 2493-III. Дата оновлення: 01.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2493-14#Text> (дата звернення: 17.04.2022).

УДК: 351:355(477)

ЛОБУНЕЦЬ А.Р., студентка 1 курсу магістратури
 Науковий керівник – **ПАНАСЮК В.І.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНИХ УСТАНОВ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Актуалізовано напрями роботи Державної служби зайнятості в умовах воєнного часу. Досліджено шляхи вирішення проблеми зайнятості населення та підтримки підприємців за участі центрів зайнятості населення, удосконалення системи надання послуг.

Ключові слова: зайнятість населення, безробіття, тимчасово внутрішньо переміщені особи.

Нині вітчизняний ринок праці перебуває в стадії найгострішої кризи. Ця криза полягає в тому, що після двох місяців з початку російської агресії на території України близько 30% вітчизняних підприємців призупинили свою діяльність. Велика частина підприємств була евакуйована в регіони України, де не ведуться активні бойові дії. Кількість внутрішньо переміщених осіб з небезпечних регіонів станом на кінець квітня 2022 року становила 7 млн., більш як 5 мільйонів осіб (у тому числі і працездатного віку) змушені були виїхати на тимчасове проживання за кордон [1]. Переважна більшість таких громадян вимушені були залишити як домівки, так і роботу. Тому особливо актуальним для таких людей стає питання пошуку заробітку та отримання виплат по безробіттю.

Реалізація значної кількості заходів соціальної політики щодо вирішення проблем зайнятості населення та підтримки підприємців в умовах військової агресії знаходяться в компетенції Державної служби зайнятості. Зокрема, вони стосуються ініційованих державою управлінських рішень, спрямованих на активізацію залучення працездатних осіб, що тимчасово внутрішньо переміщені, до повноцінного життя і роботи [2].

З метою налагодження безперебійного процесу реєстрації безробітних, нарахування та виплати допомоги по безробіттю під час війни Кабінетом Міністрів України було прийнято постанову «Деякі питання реєстрації, перереєстрації безробітних та ведення обліку осіб, які шукають роботу, нарахування та виплати допомоги по безробіттю на період дії воєнного стану» [3]. Державна служба зайнятості є саме тією структурою, на яку покладається важливе завдання в максимальних обсягах забезпечити роботою громадян у регіонах України, де відсутні активні бойові дії. Мова йде про формування нового підходу до працевлаштування робочої сили у державі з надією на максимально сприятливе вирішення економічних негараздів та забезпечення потреб військових в Україні.

Серед особливостей налагодження роботи з обслуговування клієнтів центрами зайнятості у воєнний час визначено пріоритет у сприянні влаштування на незайняті (вакантні) робочі місця безробітних, а також додаткові гарантії щодо отримання допомоги по безробіттю, зокрема: громадяни можуть подавати заяви з використанням електронних сервісів служби чи мобільного додатку “Дія”; в громадах, де служби не мають змоги функціонувати та надавати фінансову підтримку, переказ коштів здійснюється через АТ “Ощадбанк” на рахунок заявника або з використанням міжнародної платіжної системи “MYTRANSFER”; передбачено процедуру припинення перебування на обліку безробітних у випадках відмови виконувати суспільно-корисні роботи, зокрема, пов’язані з вимогою військового командування громади чи місцевих органів влади щодо допомоги у вирішенні найбільш гострих економічних проблем, соціального захисту, зміцнення обороноздатності території [4].

Державна служба зайнятості відіграє вирішальну роль у налагодженні роботи ринку праці під час війни та сприятиме його швидкому відновленню з моменту скасування заходів правового режиму воєнного стану. Нині Державній службі зайнятості важливо удосконалити основні напрями своєї діяльності, змінити підхід старого формату надання своїх послуг та запроваджувати стратегію, яка допоможе подолати кризу на ринку праці. У короткостроковій перспективі економічний вплив війни змінить попит на робочу силу по секторах та регіонах і призведе до постійного перерозподілу робочої сили між регіонами. Перехід служби на підтримку у віртуальному форматі, великий приток шукачів роботи, повинен включати гарантії того, що різні виплати будуть здійснюватися без зволікань, надання інформації та заохочення шукачів роботи залишатиметься в активному стані, навіть якщо вакансій буде менше, ніж попиту на них.

Як висновок зауважимо, що Державна служба зайнятості повинна розставити пріоритети при обробці заяв про допомогу по безробіттю. Вчасна реєстрація безробітних та обробка заявок про допомогу є першочерговими завданнями для підтримки людей, доходи та добробут яких перебувають під загрозою війни. У відповідь на численні заяви про допомогу Державна служба зайнятості повинна ретельно продумати, як найкраще реагувати на збільшення кількості таких заявок та коригувати наявний ресурсний потенціал відповідно до цих потреб. Як варіант рішення, служба зайнятості може розширити ресурси, тимчасово зменшуючи масштаби або призупинити інші послуги в короткостроковій перспективі. Для задоволення зростаючого припливу вимог про допомогу доцільно звільнити ресурси шляхом скасування несуттєвих заходів та полегшити процедури подання заявок на отримання допомоги та належних виплат.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. За квітень з України виїхало понад 1,151 млн громадян. URL: <https://glavcom.ua/country/society/kilkist-ukrajinskih-bizhenciv-perevishchila-5-mln-osib-dani-on-840629.html> (дата звернення: 5.05.2022).
2. Комітет з питань соціальної політики та захисту прав ветеранів забезпечує належну державну політику щодо зайнятості населення та підтримки бізнесу в умовах військової агресії росії проти України. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/220747.html> (дата звернення: 5.05.2022).
3. Деякі питання реєстрації, перереєстрації безробітних та ведення обліку осіб, які шукають роботу, нарахування та виплати допомоги по безробіттю на період дії воєнного стану. Постанова Кабінету Міністрів України від 19 березня 2022 р. № 334. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/334-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 6.05.2022).

4. Особливості обслуговування клієнтів служби зайнятості під час воєнного стану. Державний центр зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/novyna/osoblyvosti-obslugovuvannya-kliientiv-sluzhby-zaynyatosti-pid-chas-voennogo-stanu>(дата звернення: 5.05.2022).

УДК: 336.201

МЕДВЕДЧУК Ю.С., студентка 2 курсу
Науковий керівник – **РИБАК Н.О.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ПОДАТОК ЯК ГОЛОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПЕРЕРОЗПОДІЛУ СУСПІЛЬНОГО ПРОДУКТУ

Розбудова ринкової економіки в Україні, її соціальна орієнтація передбачає формування ринкового середовища з притаманною йому системою фінансових важелів, провідну роль серед яких відіграє податкова система.

Ключові слова: суспільний продукт, податок, податкова система, бюджет, податкова ставка, оптимальне оподаткування.

Виробництво та розподіл виробленого суспільного продукту неможливий без виконання державою своїх функцій. Ефективний розподіл суспільного продукту передбачає формування відповідних коштів, що концентруються в бюджеті. Джерелами формування таких коштів можуть бути власні доходи держави та податки, які сплачують фізичні та юридичні особи зі своїх доходів.

Перерозподіл створеного продукту для покриття державою своїх витрат є первісно функцією податків. Ця функція податків залишається незмінною й до сьогоднішнього часу. За сучасних умов податки використовуються і як джерело поповнення бюджету, і як інструмент державного регулювання економіки.

Основними напрямками впливу податків на перерозподіл суспільного продукту є: податок перерозподіляє майно й капітал; податок перерозподіляє доходи; податок впливає на рух капіталів і доходів як у межах національної економіки, так і її межами; податок видозмінює пропорції складових ціни.

Логічними є постійні пошуки теорій оптимального оподаткування. Для кожної країни необхідно обґрунтувати таку величину податків у ВВП, яка би обов'язково враховувала специфіку економічного стану даної країни на час запровадження її податкової системи. Податкова система має базуватися на економічній і політичній стабільності в країні. Адже економічна наука стверджує, що чим вищим є рівень національного доходу країни, у тому числі і на душу населення, тим більші можливості матиме дана країна для збільшення обсягу податкових стягнень, і навпаки. Разом з тим, наряду з визначенням величини податків особливо важливе значення має обґрунтування принципів розподілу податкових стягнень з одного боку між основними групами населення, а з другого - між секторами виробництва. Крім того потрібен і аналіз розподілу податків між окремими платниками. Вирішення цих питань відповідатиме потребам оптимального поєднання особистих, колективних та державних потреб.

Існують різні погляди економістів стосовно впливу податків на стимули до праці та заощадження. Ставки податків мають вплив і на розподіл податку в часі, і на розподіл капіталу за секторами економіки. Розподіл податків між платниками (суб'єктами господарювання) є досить такою суперечливою процедурою. Обкладання прибутку підприємства високими ставками податку може мати такі негативні наслідки: ухилення від сплати податків, перекладання податку на споживачів через механізм підвищення цін; вплив капіталу в галузі і сфери, що дають більший дохід.

Дослідження розподілу податкового тягаря необхідне для визначення реального впливу на практиці того чи іншого податку на реальні конкретні економічні процеси. Для цього необхідно визначитися зі способом сплати податків та їх впливом на результати підприємницької

діяльності, на динаміку цін споживчих товарів, на динаміку цін факторів виробництва, на розподіл ресурсів, на заощадження, на структуру споживання і виробництва.

Недосконалість податкової системи впливає не лише на надходження до бюджету, але й на поведінку підприємців, й на трудову діяльність працівників. Недосконала податкова системи призводить до прояву негативних наслідків таких як економічні диспропорції в суспільстві, різноманітні вияви «неформальної» економіки.

Виходячи з цього особливого значення набуває проблематика суспільного вибору концепції оптимального оподаткування, яка має ґрунтується на двох системних підходах: по-перше, податкові платежі є обов'язковим атрибутом державності; по-друге, податки є обов'язком громадянина, наслідком свідомого вибору платників сплати суспільні блага, які вони отримують від держави.

Отже, можна зробити висновок, що оскільки податки є головним інструментом розподілу створеного суспільного продукту, то ефективність податкової системи тієї чи іншої країни відображає й ефективність розподільних відносин в цій країні. Розробка ефективної податкової системи має бути пріоритетним напрямком економічної теорії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Лаврешов А. Сучасний досвід розвитку податкових систем в зарубіжних країнах. Менеджер. 2016. № 3. С. 39–45. URL: [http:// nbuv.gov.ua/ UJRN/Nzhm_2016_3_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzhm_2016_3_7).
2. Кміть В., Яскевич О. Зарубіжний досвід функціонування системи прямого оподаткування та доцільність його застосування у національній практиці. Український журнал прикладної економіки. 2017. Т. 2. № 3. С. 96 -106.
3. Котляр О. Світовий податковий клімат став більш жорстким: як змінитися і виграти. Економічна правда. 2018. URL: [https:// www.epravda.com.ua/columns/ 2018/01/23/633255](https://www.epravda.com.ua/columns/2018/01/23/633255).

УДК: 336.14-024.86:352.075

МИЧКІВСЬКА А.П., студентка 4 курсу

mychkovskaya@ukr.net

Науковий керівник – **АРБУЗОВА Т.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

МІСЦЕВІ БЮДЖЕТИ – ФІНАНСОВА ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Розглянуто зміст, принципи формування, складові місцевих бюджетів. Обґрунтовано необхідність забезпечення фінансової спроможності територіальних громад для формування місцевих бюджетів на фінансування потреб соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: місцеві бюджети, місцеве самоврядування, територіальні громади, фінансові ресурси, фінансова спроможність.

В умовах децентралізації важливим є використання місцевих фінансів як ефективного інструменту регулювання соціально-економічного розвитку адміністративних регіонів. Більшість муніципальних утворень у світі стикаються з питаннями фінансування. Банкрутства, бюджетні дефіцити, фінансові збої, зниження якості адміністративних та соціальних послуг, невідтримувана інфраструктура, зростання бідності й соціального відчуження – за ці проблеми значною мірою несе відповідальність місцева влада. Тому уряди активно вживають заходів для реальної реалізації процесів децентралізації.

Місцеве самоврядування в Україні є гарантованим державою правом та практичною правоздатністю територіальної громади – добровільного об'єднання мешканців сіл, селищ, районів, міст тощо – самостійно або через органи місцевого самоврядування та їх посадові особи розв'язувати питання місцевого значення в рамках Конституції та законів України [1]. Фінансовою основою економічного та соціального розвитку територіальних громад є місцеві бюджети. Для визначення поняття місцевих бюджетів часто використовуються такі тлумачення:

чення, як набір фінансових ресурсів, фінансове планування адміністративних регіональних одиниць, система економічних відносин та оцінка перспектив фінансових ресурсів території т. і. Місцевий бюджет є не лише балансом мобілізованих доходів і запланованих видатків, а й важливою фінансовою категорією у сфері діяльності місцевого самоврядування[2], що ґрунтується на системі фінансових відносин між місцевим та національним бюджетами. Місцевий бюджет – канал, через який кінцевий результат суспільного виробництва, спрямованого на суспільне споживання, безпосередньо доводиться до населення.

Принципи формування місцевих бюджетів унітарній країні відповідають принципам формування бюджетної системи України. Слушною є думка про виділення принципів фінансової децентралізації, серед яких [3]: принцип відповідності (рішення про виробництво суспільних благ мають приймати громадяни, які проживають на території, де надаються відповідні послуги, фінансування виробництва яких здійснюється з податків цих громадян); принцип централізованого перерозподілу (політика розподілу має бути доручена центральним органам влади, які мають необхідні важелі для її реалізації); принцип фінансового вирівнювання (уряд має забезпечити певний рівень паритету між краще та гірше забезпеченими територіями механізмом міжбюджетного вирівнювання); принцип забезпечення національних суспільних потреб (центральні органи влади коштом цільових трансфертів мають забезпечувати виробництво важливих суспільних товарів на певних територіях).

Місцеве самоврядування як право і можливість місцевих громад самостійно вирішувати основні місцеві завдання, має об'єктивну потребу в реалізації принципу незалежності. Незалежність місцевих бюджетів забезпечується власними джерелами доходів територіальних одиниць, що дозволяє розв'язувати проблему комплексного фінансового забезпечення соціально-економічного розвитку цих територій. Концептуальною основою фінансової незалежності місцевого самоврядування є те, що місцеві органи влади приймають рішення з місцевих питань та вирішують їх, користуючись власними фінансовими ресурсами незалежно від центральної влади. Інакше місцеве самоврядування не зможе задовольнити потреби людей, які склалися відповідно до регіональних особливостей та місцевих інтересів [4]. Місцеві органи влади є агентами державного управління на місцевому рівні, яким дозволяється надавати гарантовані державою пільги з урахуванням місцевих особливостей.

Доходи місцевого бюджету умовно поділяються на власні (ті, щоможуть «заробити» органи місцевого самоврядування) і передані (перерахування з державного до місцевого бюджету безповоротним способом у формі дотацій та інших грантів, тобто міжбюджетні трансферти). Кошти місцевих бюджетів витрачаються на потреби громад, що є основною ідеєю та здобутком децентралізації.

Власні надходження до місцевих бюджетів формують такі доходи: податкові вилучення (забезпечують близько 90 % загальної суми власних доходів місцевих бюджетів); неподаткові доходи: плата за видачу дозволів та ліцензій, орендна плата, державне мито, штрафні санкції (понад 10% відповідно); інші надходження: кошти від реалізації основного капіталу, цільові фонди, донорські грошові кошти, отримані від міжнародних організацій та ЄС тощо. У 2021 році, приміром, з ПДФО до бюджетів територіальних громад надійшло 60 %, податку на прибуток підприємств (крім підприємств державної й комунальної власності) – 10 %, податку на прибуток підприємств та фінустанов комунальної власності – 100 %, рентної плати у місцеві бюджети за користування надрами для видобування корисних копалин загальнодержавного значення – 5 %, а місцевого значення – 100 %, також 100 % плати за ліцензії на певні види господарської діяльності та сертифікати надходить у місцеві бюджети [5].

Динамічне перетворення місцевих фіскальних систем вимагає збалансованого підходу до визначення обґрунтованих фіскальних та бюджетних підходів до регулювання розвитку регіональних громад. Необхідне запровадження дієвих інструментів фінансування місцевих бюджетів шляхом підвищення фіскальної спроможності місцевих фінансів, забезпечення ефективності та результативності використання місцевих грошових ресурсів щодо фінансування рівня та якості життя, зростання валового регіонального продукту. Фіскальна спроможність місцевих фінансів на пряму залежить від розвитку бізнесу на території громад з урахуванням розміщення

національних продуктивних сил, так і спеціалізації громад. Успішні бізнесові рішення й підтримка їх місцевою владою є фінансовим підґрунтям фінансової спроможності територій.

Реалізація реформи міжбюджетних відносин дозволила забезпечити формування нового зразка відносин щодо управління бюджетними ресурсами; завдяки зростанню більш ніж вдвічі дохідної спроможності місцевих бюджетів підвищено рівень їх фінансового забезпечення; повноваження органів місцевого самоврядування дозволяють встановлювати рівні ставок місцевих податків у встановлених законом межах та надавати пільги щодо з їх сплати; створено умови для мотивації органів місцевого самоврядування в частині нарощування дохідної частини місцевих бюджетів; змінено механізм вертикального міжбюджетного вирівнювання на більш прогресивний – горизонтальне вирівнювання податкової спроможності місцевих бюджетів – систему балансування видаткових повноважень, яка дозволяє зосереджувати більшу частину коштів на місцях; забезпечення споживачам якісних державних послуг шляхом розширення видаткових повноважень органів місцевого самоврядування; розширено ряд місцевих бюджетів, що мають взаємовідносини з державним [6].

Отже, на законодавчому рівні нині загалом забезпечено врегулювання питань повної бюджетної самостійності й фінансової незалежності місцевих бюджетів. З метою формування фінансової основи функціонування територіальних громад місцева влада має сприяти формуванню їх податкової спроможності для задоволення нагальних потреб економічного та соціального розвитку територій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97-ВР. Дата оновлення 13.02.2022. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>. (дата звернення 22.04.2022).
2. Бюджетний кодекс України 08.07.2010 р. № 2456-VI. Дата оновлення 01.05.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text> (дата звернення 02.05.2022).
3. Масгрейв Ричард А., Масгрейв Пеггі Б. Государственные финансы: теория и практика. / пер. с англ. Москва: Бизнес Атлас, 2009. 716 с.
4. Місцеві фінанси. Проблеми та шляхи вирішення: Асоціація міст України. URL: <https://auc.org.ua/galuz/miscevifinansy#problems> (дата звернення 29.04.2022).
5. Місцеві бюджети 2021: які доходи й видатки: Бухгалтерія для бюджету та ОМС, 26.02.2021 р. URL: <https://www.budgetnyk.com.ua/article/129-mstsev-byudjeti-2021-yak-dohodi-y-vidatki> (дата звернення 02.05.2022).
6. Місцеві бюджети : Міністерство фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk/local-budgets> (дата звернення 04.05.2022).

УДК: 330.341

МАКСИМЕЦЬ В.В., студент 1 курсу магістратури

Науковий керівник – **ШЕВЧЕНКО А.О.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ

У роботі досліджено теоретичні аспекти та практичні напрямки забезпечення інноваційного розвитку підприємств пивоварної галузі та її інфраструктури, обґрунтовано основні напрямки впровадження інноваційних заходів для підвищення ефективності вітчизняного пивоваріння.

Ключові слова: інноваційний розвиток, підприємства пивоварної галузі, конкурентно-спроможність підприємств, економічна ефективність.

В сучасних умовах функціонування підприємств пивоварної галузі України впровадження у діяльність суб'єктів господарювання нових інноваційних управлінських, організаційних, маркетингових, техніко-технологічних ідей є запорукою їх успішного розвитку.

Згідно з законом України «Про інноваційну діяльність», інноваційна діяльність трактується як «діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, що зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг [1].

Вітчизняна галузь пивоваріння потребує інноваційного шляху розвитку як в умовах сьогодення, так і в довгостроковій перспективі. Пивоварна галузь України динамічно розвивається та належить до таких, що робить значний вклад в бюджет. Однак, останнім часом, спостерігається скорочення обсягів виробництва та споживання пива. Це викликано зниженням купівельної спроможності населення через складну соціально-економічну ситуацію в країні та високим рівнем конкуренції в галузі. Досить низька активність та ефективність інноваційної діяльності підприємств пивоварної галузі пояснюється також заборонаю на рекламу пивної продукції, введенням ліцензування на торгівлю продукцією пивоваріння та високою вартістю інновацій. Не сприяло покращенню економічної діяльності і підвищення податкового навантаження на пивоварні підприємства.

Серед алкогольних напоїв пиво посідає перше місце за продажем і в 2019 році склало 18,4 млрд грн із загальної суми роздрібного продажу алкогольних напоїв 53,4 млрд грн. Станом на квітень 2021 року в Україні налічувалася 241 пивоварня, а загальний обсяг виробництва пива в Україні складав 1,8 млрд літрів[2].

Однією із умов економічного зростання пивоварної галузі є формування конкурентних переваг пивоварних підприємств шляхом забезпечення їх інноваційного розвитку. Одним із факторів впливу на розвиток інноваційної діяльності в пивоварінні є збільшення фінансової підтримки через залучення позикових ресурсів. Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 24.01.2020 №28 «Про надання фінансової державної підтримки[3] була розроблена Державна програма «Доступні кредити 5-7-9%». Метою програми є «сприяння розвитку суб'єктів підприємництва, збільшення обсягів виробництва, енергоефективності, впровадження інновацій»[4].

Освоєння нових технологій в галузі є рушійною силою забезпечення інноваційного розвитку. В Україні набуває поширення споживання «живого» пива, яке виробляється на невеликих підприємствах та розвиток крафтових пивоварень. Обсяг внутрішнього ринку крафтового пива складає 61 млн літрів (рис).

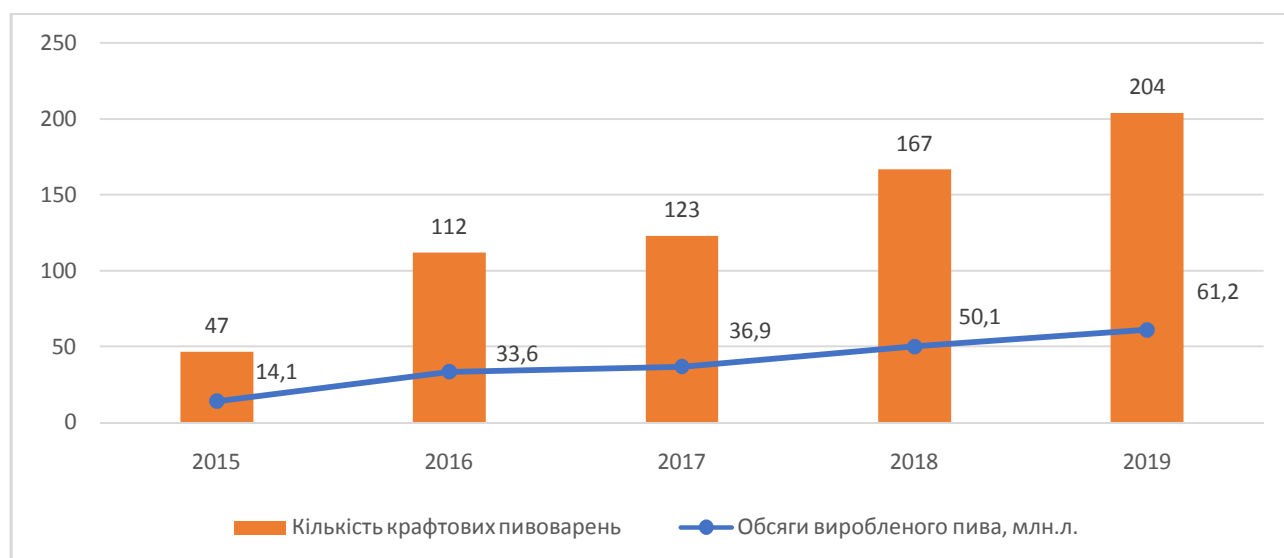


Рис. Динаміка розвитку крафтових пивоварень в Україні протягом 2015-2019 рр.

Частка крафтового пива в Україні складає близько 3% від вітчизняного ринку і швидко розвивається[2].

Доцільним є впровадження інноваційних методів управління асортиментом (випуск безалкогольного пива та квасу) та використання нових більш зручних засобів пакування пива. Так в 2021 році значно зросли обсяги продажів пива через мережі супермаркетів завдяки пакуванню пива в банці.

Отже, ринок пива в Україні стрімко розвивається. Тому підприємства пивоварної галузі потребують впровадження інноваційних заходів для підвищення ефективності вітчизняного пивоваріння, удосконалення продукту та забезпечення підтримки конкурентоспроможності галузі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України про інноваційну діяльність № 40-IV від 04.07.2002. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15>. (дата звернення: 15.05.2022).
2. Аналіз ринку пива. URL : <https://pivnoe-delo.info/2021/04/15/brdo-provel-analiz-ukrainskoj-pivovarennoj-otrasli-i-podgotovil-programmnyj-dokument/> (дата звернення: 15.05.2022).
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 24.01.2020 №28 «Про надання фінансової державної підтримки». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/28-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 15.05.2022).
4. Державна програма «Доступні кредити 5-7-9%». URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=becc6fc5-aa0a-4712-ae98-928855c59be5&title=ProgramiPidtrimkiInnovatsiinoiDiialnosti> (дата звернення: 15.05.2022).

УДК 519.22:311.14

НЕЧИТАЙЛО В.О., студент 2 курсу

Науковий керівник – **ЗАДОРЖНА Р.П.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ЗАКОН ВЕЛИКИХ ЧИСЕЛ ТА ЙОГО РОЛЬ У СТАТИСТИЦІ

Досліджено сутність закону великих чисел та сферу його застосування в економіці та економічній статистиці для вивчення масових процесів. Охарактеризовано та диференційовано поняття динамічних та статистичних закономірностей.

Ключові слова: закон великих чисел, теорія ймовірності, статистика, динамічна закономірність, статистична закономірність, статистична сукупність.

Закон великих чисел (ЗВЧ) – це закон теорії ймовірності, що формує засади статистичної методології і використовується статистикою для дослідження явищ суспільного життя. ЗВЧ забезпечує зв'язок між теорією ймовірностей та закономірностями, що притаманні випадковим явищам при здійсненні за ними масових спостережень [1, с. 102].

При великій кількості спостережень формується стійкість характеристик випадкових величин, тобто їх середній результат (частота події, середнє значення випадкової величини) можуть бути передбачені з високим рівнем вірогідності.

Оскільки на практиці кількість спостережень обмежена, то статистична величина неминує супроводжуватися похибкою. За однакового числа досліджень закономірність подій тим точніша, чим менша його розсіяність (дисперсія). Тобто закономірність поодиноких подій вимагає більшого числа спостережень, ніж частих масових, адже відображається менш точно.

Завдяки **закону великих чисел** можна зрозуміти, як на основі великої кількості на перший погляд випадкових спостережень простежується певна закономірність соціально-економічних явищ.

В якісно однорідних сукупностях закономірність можна простежити при наявності великої кількості об'єктів. І чим більша їх кількість, тим вища точність дослідження.

Закономірність являє собою повторюваність, послідовність та порядок у розвитку соціальних явищ. Вона може проявлятися по-різному. Розрізняють два види закономірностей, – динамічну та статистичну.

Динамічна закономірність – це така закономірність, яка виявляється в кожному окремому випадку і не залежить від кількості одиниць, які ми спостерігаємо. Динамічні закономірності

властиві природним явищам. Так, фізичні чи хімічні закони однаково проявляються як на одному об'єкті, так і на десятках чи сотнях.

Статистична закономірність – це така закономірність, яка простежується лише на значній кількості споріднених елементів, які поєднані подібними умовами існування та розвитку. Ці елементи утворюють статистичну сукупність, для якої притаманним є певний масовий процес. Тобто для кожного окремого елемента ця закономірність є лише імовірною.

Статистичні закономірності стосуються не природних, а соціально-економічних явищ. Кожне явище в житті соціуму особливе, оскільки воно формується під впливом великої кількості чинників. Якщо ці явища розглядати на великих масивах даних, то певні закономірності виразно проявляються, оскільки окремі фактори впливу, притаманні кожному окремому явищу, в загальній картині можуть нейтралізувати одне одного. При цьому взаємопогашення дії окремих випадкових причин посилюється зі збільшенням кількості спостережень [2, с. 17-18].

Наприклад, відмінність в тривалості життя чоловіків та жінок. Хоча певний конкретний чоловік може прожити довше, ніж певна жінка, однак відповідно до статистичних даних чоловіки живуть менше жінок в середньому на 5-6 років.

Закон великих чисел активно використовується в економіці з огляду на його об'єктивність для опису масових соціально-економічних процесів.

До прикладу, для оцінки витрат населення на лікування. Візьмемо для дослідження 10 респондентів, 6 з них за останній місяць на медичні послуги витратили по 10 000 грн., а інші 4 – по 1 000 грн. Середні витрати населення на медичні послуги в місяць складуть $(6 \cdot 10\,000 + 4 \cdot 1\,000)/10 = 6\,400$ (грн.).

Це не досить об'єктивно відображає реальні витрати населення на лікування.

Якщо ж для дослідження взяти не 10, а 200 респондентів, серед яких 50 за останній місяць витратили на лікування по 10 000 грн., 50 – по 5 000 грн., ще 50 – по 1 000 грн. і ще 50 респондентів не витрачали нічого, то середні витрати будуть складати $(50 \cdot 10\,000 + 50 \cdot 5\,000 + 50 \cdot 1\,000)/200 = 4\,000$ (грн.). Даний результат відображає більш реальну картину. І чим більшою буде вибірка, тим ближчим до істинного значення буде результат.

Інший приклад – страхові компанії пропонують усім бажаючим захистити себе від збитків при настанні нещасного випадку. На перший погляд, форс-мажорні події неможливо спрогнозувати, але при вивченні статистики виявляється, що вони підпорядковуються математичним закономірностям. Відтак у страхуванні закон великих чисел використовується для визначення мінімального страхового внеску, який дозволить компанії перекрити збитки при настанні страхового випадку.

Але слід пам'ятати, що закон великих чисел лише відображає середнє значення певного масового явища. Він не пояснює причини його виникнення та можливі наслідки.

Хоча неможливо передбачити, яке значення прийме та чи інша величина під дією множинного впливу різних чинників, проте при певних умовах сумарна поведінка достатньо великого числа випадкових величин практично втрачає випадковий характер і при цьому стає закономірною.

Закон великих чисел дозволяє виявляти закономірності, властиві, здавалося б, випадковій сукупності об'єктів. Тому він є важливим не лише для теоретичної математики, а й широко використовується статистикою для вивчення соціально-економічних явищ. Крім того, його вдаю використовують для прогнозування найімовірнішого сценарію розвитку подій у майбутньому, спираючись на масив історичних даних.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Горкавий В. К. Статистика : Підручник. Третє вид., переробл. і доповн. Київ: Алерта, 2019. 644 с.
2. Огірко О.І., Галайко Н.В. Теорія ймовірностей та математична статистика: Навчальний посібник. Львів: ЛьвДУВС, 2017. 292 с.

ОЛЕНІЧЕВ К., студент 4 курсу
Науковий керівник – **СВИНОУС І.В.**, д-р екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У ВІДПОВІДНОСТІ ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Розглядаються методичні підходи до оцінки основних засобів у відповідності до Міжнародних стандартів фінансової звітності. Особлива увага приділена формуванню первісної вартості основних засобів.

Ключові слова: основні засоби, оцінка, міжнародні стандарти фінансової звітності, первісна вартість, підприємство.

Основні засоби займають найбільшу питому вагу в структурі необоротних активів в більшості суб'єктів господарювання – юридичних осіб. Тому питання визначення їх первісної вартості є найважливішими при підготовці звітності у відповідності до міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ).

У Міжнародних стандартах фінансової звітності основним стандартом, що регулює порядок оцінки основних засобів, є МСФЗ (IAS) 16 «Основні засоби». Він розкриває порядок визнання та оцінки вартості основних засобів від моменту початкових понесених витрат до продажу чи вибуття з будь-якої іншої причини, способи нарахування амортизації, розкриття інформації у фінансовій звітності, тощо.

Вважаємо, що з метою визнання основних засобів у фінансовій звітності необхідно також враховувати вимоги наступних стандартів: МСФЗ (IAS) 17 «Оренда», МСФЗ (IAS) 40 «Інвестиційне майно».

Відповідно до МСФЗ 16 «Основні засоби» об'єкт основних засобів визнається як актив, коли існує достатня ймовірність, що суб'єкт господарювання отримає пов'язані з активом майбутні економічні вигоди а вартість активу може бути надійно оцінена [1].

Оцінка при первісному визнанні залежить від способу надходження основного засобу (зарахування на баланс суб'єкта підприємницької діяльності). При купівлі - основні засоби визнаються за первісною вартістю, до якої включаються: ціна придбання, включаючи імпортні мита та невідшкодований податок на купівлю за вирахуванням торгових знижок; витрати, які пов'язані з придбанням, транспортуванням та приведенням до робочого стану активу.

Вважаємо, що в первісну вартість основних засобів повинні бути включені витрати, які пов'язані з рекультивацією земельних ділянок та проведення відповідних природоохоронних заходів, які пов'язані з відновлення природного ландшафту, який був порушений в наслідок проведення будівельно-монтажних робіт.

МСФЗ 16 також містить додатковий непрямий критерій, який дає можливість суб'єктам господарювання не визнавати основними засобами активи, що формально відповідають визначенню основних засобів, на підставі їхньої незначності. При цьому стандарт не містить кількісного критерію щодо первісної вартості основних засобів, а включає якісні характеристики. Це дає підприємствам право самостійно приймати рішення щодо включення здійснених витрат до складу вартості основних засобів чи запасів.

Первісна вартість основного засобу, що надійшла в суб'єкт господарювання за договором міни, оцінюється за справедливою вартістю, крім випадків, коли операція обміну не має комерційного характеру або справедлива вартість отриманого, чи переданого активу не піддається достовірній оцінці. Якщо придбаний об'єкт не оцінюється за справедливою вартістю, його первісна вартість оцінюється за балансовою вартістю переданого активу [2].

Вважаємо, що при складанні звітності з МСФЗ велика роль приділяється професійній думці бухгалтера. Важливо правильно оцінити актив в залежності від способів його надхо-

дження, а також подальших намірів менеджменту суб'єкта господарювання щодо його використання.

Підставою для формування достовірної інформації про основні засоби підприємства є: облікова політика сформована на основі міжнародних стандартів фінансової звітності; договори, які пов'язані з проведенням операцій з основними засобами (придбання, відчуження, передача в безоплатне користування, фінансова оренда та ін.); внутрішні документи (положення, регламенти, накази, розпорядження), що дозволяють встановити факти, які впливають на визначення активів як основних засобів, термін їхньої корисного використання, тощо; звіти про результати оцінки основних засобів, які сформовані професійними оцінювачами.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Кудлаєва Н. В. Визнання та оцінка основних засобів: реалії сьогодення Проблеми системного підходу в економіці. 2019. Вип. 1(2). С. 107-114.
2. Могилова М. М. Оцінка основних засобів сільського господарства в контексті інформаційного забезпечення обґрунтування державної політики. Економіка АПК. 2013. № 9. С. 20-25.

УДК: 331.1

ОСТРОВЕРХ П.О., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **РИБАК Н.О.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ЕКОНОМІЧНО АКТИВНОГО НАСЕЛЕННЯ

Висвітлено роль соціального захисту як важливої складової соціальної політики держави та необхідного елементу ринкової економіки. Здійснено аналіз заходів держави щодо соціального захисту економічно активного населення.

Ключові слова: соціальний захист, економічно активне населення, зайнятість, офіційна зайнятість, неформальна зайнятість, безробіття.

Соціальна орієнтація ринкової економіки передбачає включення в систему управління нею механізм соціального захисту населення. Результативна та дієва системи соціального захисту населення має відповідати викликам ринкової економіки, максимально враховувати увесь спектр потреб та інтересів окремих осіб, верств населення, убезпечувати людину від соціально-економічної деградації, сприяти утвердженню соціальної і політичної стабільності в суспільстві [5].

Світовий досвід доводить, що на ефективність системи соціального страхування впливають два основні чинники - адекватність формального інституціонального середовища і стабільний рівень ресурсного забезпечення [7].

Серед важливих аспектів захисту економічно активного населення особлива роль відводиться проблемам зайнятості та соціального страхування.

Зайнятість населення є важливим макроекономічним показником, який впливає на рівень життя громадян, забезпечує добробут кожного члена суспільства, визначає конкурентоспроможність національної економіки. Через систему зайнятості відбувається залучення громадян до трудової діяльності відповідно до їх фізичних можливостей, їх майнового стану та потреб. Зайнятість Формується зайнятість під впливом попиту і пропозиції на ринку праці, приносить матеріальну вигоду, яка здатна забезпечити певний життєвий рівень працівників та їх сімей.

Статистика свідчить про те, що в сучасних умовах в Україні є чималі проблеми у сфері зайнятості, особливо пов'язані з поширення коронавірусної хвороби. Під впливом пандемії COVID-19 українська економіка зазнала цілого ряду змін: фактичного скорочення зайнятості; зростання кількості безробітних; зменшення доходів населення України від продажу своєї ро-

бочої сили та самозайнятості через зменшення зарплати, втрати роботи та доходів фізичних осіб-підприємців [1].

За даними Державної служби статистики України, виявлено, що кількість зайнятого населення у віці 15-70 років в середньому за 2020 рік, порівняно з 2019 роком, скоротилася на 663 тис. осіб та становила 15,9 млн. осіб. Рівень зайнятості населення скоротився з 58,2 % до 56,2 % [2]. Лише за I півріччя 2021 року, у порівнянні з I півріччям 2020 року, кількість зайнятого населення в середньому, скоротилася на 467 тис. осіб та становила 15,6 млн. осіб. Рівень зайнятості населення скоротився з 56,7 % до 55,6 % [3].

Наявність проблем у сфері офіційної зайнятості призвела до продовження функціонування неформальної зайнятості. Так, кількість неформально зайнятих громадян у віці 15-70 років, у 2020 році становила 3,2 млн. осіб (20,3 % усіх зайнятих громадян). Загалом, тіньовий сектор в Україні є важливою складовою ринку праці. Його частка за офіційними даними оцінюється на рівні 21 % від ВВП країни. За даними соціологічних опитувань в тіньовому секторі перебуває 4-5 млн працівників. Усі ці люди перебувають у групі підвищеного ризику для звільнення [4].

Рівень зайнятості населення, особливо його зменшення позначається на показниках безробіття в країні. Так, кількість безробітного населення (за методологією МОП) у віці 15-70 років в середньому за 2020 рік, у порівнянні з 2019 роком, зросла на 187 тис. осіб та становила 1,7 млн. осіб. Рівень безробіття населення (за методологією МОП) зріс з 8,2 % до 9,5 % робочої сили [2]. Аналіз цього показника за I півріччя 2021 року, у порівнянні з I півріччям 2020 року, також виявив його зростання на 82 тис. осіб, що складало 1,7 млн. осіб. При цьому рівень безробіття населення (за методологією МОП) зріс з 9,2 % до 9,9 % робочої сили [3]. Разом з тим рівень безробіття в країнах Європейського союзу скоротився з 7,1 % до 6,9 %, зокрема серед молоді у віці до 25 років - з 18,0 % до 17,0 % робочої сили відповідного віку [3].

Характерною ознакою вітчизняного ринку праці є великі розміри прихованого безробіття. Так, згідно з розрахунками інвестиційної компанії «DragonCapital», кількість безробітних в Україні, за підсумками квітня 2020 р., зросла з приблизно 9 до 20 % [1].

Головними причинами безробіття в Україні в сучасних умовах є добровільне звільнення з метою пошуку більш кращого варіанта трудової діяльності; спад виробництва на підприємствах, структурні зміни в економіці, зниження попиту на низку професій; непрацевлаштування після закінчення вищих навчальних закладів.

У реалізації державної політики зайнятості важливу роль відіграє соціальний захист економічно активного населення (зайнятого і безробітного у визначенні МОП), зокрема у вигляді запровадження загальнообов'язкового державного соціального страхування від ризиків, якими може супроводжуватись трудова діяльність.

Завдяки формуванню Фонду соціального страхування України відповідно до Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» в Україні реалізовується система прав, обов'язків і гарантій, яка передбачає матеріальне забезпечення, страхові виплати та надання соціальних послуг застрахованим особам за рахунок коштів Фонду [6].

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Кулицький С. Український ринок праці під впливом пандемії COVID-19: стан та оцінка перспектив розвитку. URL: <http://nbuviap.gov.ua/>
2. Ситуація на ринку праці та діяльність Державної служби зайнятості URL: <https://www.dcz.gov.ua/>
3. Ситуація на ринку праці та діяльність Державної служби зайнятості у січні-вересні 2021 року. URL: <https://www.dcz.gov.ua/>
4. Рой В., Жабінець О. Видимі та латентні наслідки COVID-19 для регулювання соціально-трудоких відносин в сфері МСБ України. Київ, 2020. URL: <http://eapcsf.org.ua/wp-content/uploads/2021/03/Vidimi-ta-latentni-naslidki-COVID-19-1-1.pdf>
5. Руженський М. Соціальний захист населення в умовах формування ринкової моделі економіки України: монографія. К.: ІПК ДСЗУ, 2013. 318 с
6. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування: закон України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1105-14>

УДК 621.326

ПИЛИПЕНКО Н., студентка 4 курсу
Науковий керівник – **ХОМЯК Н.В.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ЕКСПРЕС - АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДАНИМИ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ

Розглядаються методичні підходи до оперативного оцінювання основних показників, які характеризують фінансовий стан підприємства з метою загальної оцінки його діяльності, виявлення «слабких місць» і напрямів подальшого поглибленого оцінювання.

Ключові слова: підприємство, експрес-аналіз, оцінка, активи, капітал, фінансова звітність, автономність, стабільність.

Експрес-аналіз являє собою інструмент оперативного оцінювання основних показників, які характеризують фінансовий стан підприємства.

Експрес-аналіз проводиться за даними фінансової звітності, та основною його перевагою є швидкість і простота розрахунків. Залежно від об'єму вихідної інформації, головної мети і завдань дослідження експрес-аналіз може проводитися з різним ступенем деталізації.

Основними цілями експрес-аналізу фінансового стану є загальна оцінка діяльності підприємства, його фінансового стану, виявлення «слабких місць» і напрямів подальшого поглибленого оцінювання.

Прийомами, що застосовуються при проведенні цього виду аналізу фінансового стану, є вертикальний і горизонтальний аналізи, вихідною інформацією для яких є бухгалтерська звітність досліджуваного підприємства.

Вертикальний аналіз передбачає поетапне від укрупнених статей до окремих елементів залежно від ступеня деталізації, вивчення структури ключових статей майнового та фінансового стану підприємства.

Горизонтальний аналіз дозволяє дослідити динаміку абсолютних показників фінансової звітності, яка сформувалася на підприємстві протягом досліджуваного періоду.

Пропонуємо приклад проведення експрес-аналізу фінансово-майнового стану СТОВ «Добробут Плюс» с. Побережка Богуславського району Київської області, на базі якого відбувалося проходження виробничої бакалаврської практики.

Сільськогосподарське товариство з обмеженою відповідальністю «Добробут Плюс» - самостійне підприємство, яке створене засновником з метою виробництва сільськогосподарської продукції, її переробки, зберігання і реалізації, та задоволення суспільних потреб громадян, економічних і соціальних інтересів засновника та працівників господарства. Форма власності господарства – приватна.

СТОВ «Добробут Плюс» було засноване 6 серпня 2010 р. згідно довідки з єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, ідентифікаційний код суб'єкта підприємницької діяльності в єдиному державному реєстрі підприємств та організацій України 30024319.

Метою діяльності підприємства є виробництво товарної продукції рослинництва та тваринництва, а також її переробки та здійснення інших видів діяльності, спрямованих на задоволення інтересів учасників товариства, трудового колективу та інших споживачів як на території України, так і за її межами.

Товариство веде облік результатів своєї діяльності, оперативний, бухгалтерський, статистичний облік за встановленими нормами чинним законодавством України та складає звітність.

В основу фінансової звітності для проведення експрес-аналізу, як правило, береться одна з основних її форм – Баланс. Баланс підприємства завжди викликає найбільший інтерес для всіх користувачів фінансової інформації, оскільки саме він відображає вартість майна підприємства, залежність від джерел фінансування, стан розрахунків з контрагентами.

Загальна сума валюти балансу на початок звітного періоду складає 17581 тис.грн. На кінець звітного періоду ця сума становить 26921 тис.грн., тобто відбулося збільшення загальної суми засобів підприємства на 53,13%. Це свідчить про позитивну тенденцію розширення господарської діяльності.

В структурі засобів підприємства на початок звітного періоду основні засоби становили 40,18%. При цьому коефіцієнт їх зносу становив 19,82%. Це свідчить про якісний склад основних засобів підприємства. За звітний період відбулося збільшення абсолютної вартості основних засобів на 1849 тис.грн, зокрема довгостроковими біологічними активами, частка яких на початок звітного періоду складала

Крім основних засобів підприємство володіє іншими необоротними активами. (на початок звітного періоду складала 11891 тис.грн., що становило 67,64% загальної суми ресурсів підприємства. В їх структурі найбільша питома вага припадає на запаси підприємства – 9168 тис.грн. або 77,1%, в тому числі готова продукція 7719 тис.грн. Грошові кошти становили 111 тис.грн. Сума дебіторської заборгованості становила 2556 тис.грн. В кінці звітного періоду

Об. Активи 19890 тис.грн.

Запаси 13914 тис.грн. гот. Прод 11779 тис.грн. дебітори 5274 тис. грн.. грош кошти 616 тис.грн.

Таким чином, аналіз оборотних активів за звітний період показує на позитивні зміни підприємства в частині збільшення запасів готової продукції, накопичення грошових активів в результаті господарської діяльності.

Відбулося збільшення вартості поточних біологічних активів на 31.82% в кінці звітного періоду

Вартість власних оборотних активів з урахуванням поточних зобов'язань підприємства на початок становить 5873 тис.грн., на кінець – 15579 тис.грн., тобто збільшилася майже втричі, що також є позитивною тенденцією та свідчить про оптимальну частку поточних зобов'язань підприємства.

В структурі джерел утворення активів підприємства частка власного капіталу (11563) становила 65,77%, на кінець звітного періоду (22610)

83,98%, що свідчить про збільшення самостійності підприємства, його незалежності від зовнішніх джерел фінансування.

В структурі власного капіталу найбільшу питому вагу складає резервний капітал (на початок 11193 тис.грн. – 96,80%)

Поточні зобов'язання підприємства становили на початок 6018 тис.грн., в т.ч. зп 50,бедж. 41, тов..5927

Таким чином, експрес-аналіз однієї із основних форм фінансової звітності підприємства – Балансу свідчить про достатній рівень матеріального забезпечення підприємства, високий рівень його автономності, тобто незалежності від зовнішніх джерел фінансування, надійних фінансово-майновий стан та достатній рівень платоспроможності. За звітний період тенденції господарювання не втратили свої позитивні якості. А навіть їх покращили. Зокрема підприємство має запаси виробленої продукції, збільшило накопичення грошової маси та інших господарських засобів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

3. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства. 2-ге видання. Київ: Знання, 2019. 662 с.
4. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. посіб. Київ: Т-во «Знання», КОО, 2020. 378 с.

ПОВАР-БОБРОВСЬКА І.В., студентка 4 курсу
Науковий керівник – **КОВАЛЬ Н.В.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розкрито концептуальні основи забезпечення конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг промислових підприємств. Обґрунтовано необхідність використання промисловими підприємствами конкурентної стратегії – фокусування клієнтури, яка спрямована на задоволення запитів цільової групи фактичних та потенційних клієнтів.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, ресурси, стратегія фокусування клієнтури.

У сучасних умовах господарювання більшість вітчизняних промислових підприємств перебуває в динамічному процесі вдосконалення системи управління, спрямованої на забезпечення стійких конкурентних переваг на ринку, пристосування до нестабільних умов зовнішнього середовища, пошук способів протидії конкурентам, що обумовлює необхідність вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. У зв'язку з цим, формування конкурентних переваг є невід'ємною умовою забезпечення *виживання* та ефективного функціонування промислових підприємств в мінливому зовнішньому середовищі. Разом з тим, необхідність швидкого реагування на зміну факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, адаптації до нових ринкових умов, генерування нових ідей та реалізації їх у реальній практиці вимагають від керівництва та менеджерів підприємств оволодіння сучасними методами та інструментами стратегічного управління, насамперед, для забезпечення конкурентоспроможності та формування нових конкурентних переваг промислових підприємств.

В рамках існуючих концептуальних підходів обґрунтовуються різні наукові погляди на досліджувану проблему, що значною мірою визначає широкий спектр пропонованих вітчизняними та зарубіжними вченими стратегій підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства. Однак ці підходи недостатньо опрацьовані на рівні формування інструментальної основи вирішення проблеми зміцнення конкурентних позицій господарюючих суб'єктів галузі. Вважаємо за доцільне здійснити уточнення окремих теоретичних положень та обґрунтування методичних підходів щодо формування стратегії підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств на основі методів та інструментів сучасного менеджменту.

З метою підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств на основі виявлених конкурентних переваг необхідно формувати конкурентну стратегію, під якою слід розуміти сукупність дій і підходів, які пов'язані з управлінням, спрямованими на встановлення і зміцнення довгострокової конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку в одній специфічній сфері підприємництва [1; 2]. Разом з тим вона також репрезентує процес прийняття раціональних рішень про цілі та пріоритетні напрямки розвитку підприємства на основі ефективного формування та використання ресурсного забезпечення.

Таким чином, формування стратегії підприємства передбачає обґрунтування системи стратегічних цілей та способів досягнення довгострокових конкурентних переваг підприємства на ринку. Розробка конкурентної стратегії здійснюється на основі використання аналітичної інформації, проведення маркетингових досліджень та оцінки наявних у промислових підприємствах людських, матеріальних, технологічних та фінансових ресурсів [3].

Базуючись на ключовій стратегії зростання та стратегії забезпечення конкурентоспроможності, підприємство повинно регулярно розробляти стратегію свого розвитку, виходячи з частки ринку та рівня диверсифікації виробництва.

Структура стратегії підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства багато в чому може бути схожа на основні розділи бізнес-плану і включати: генеральну мету та основу для розробки даної стратегії, виконавче резюме, перелік керівників та виконавців, принципи та методи розробки та реалізації, заходи щодо впровадження та розвитку нових інформаційних, ресурсозберігаючих та інших технологій, тактичного та стратегічного маркетингу, формування цінової політики [4].

Для промислового підприємства, яке орієнтується на постійне оновлення асортименту товару та організацію нових видів *виробництва* в рамках власної *галузі* найкращою конкурентною стратегією слугуватиме стратегія фокусування клієнтури, яка дозволяє визначити сукупність ключових компетенцій, що гарантують задоволення запитів певної групи фактичних та потенційних клієнтів [5].

Проведений аналіз показав, що стратегія фокусування клієнтури включає:

1) фокусування клієнтури (на відміну від орієнтації на клієнта (ринок), що враховує вже відомі запити та потреби, вона спрямована на виявлення не тільки реального, а й потенційного попиту);

2) порівняльний аналіз компетенцій промислового підприємства та конкурентів, що дозволяє оцінити їх технологічні розробки;

3) виявлення латентних потреб клієнтів та задоволення їх через виготовлення необхідного продукту, що ініціює інноваційну активність [5; 6].

Таким чином, стратегія фокусування клієнтури дозволяє промислового підприємству використовувати свої сильні сторони, зумовлені наявними ресурсами, у тих ринкових сегментах, в яких воно утримує конкурентну перевагу. Ця стратегія забезпечує більш високу інноваційну активність, а також формує споживче інноваційне середовище.

Вищевикладене дозволяє констатувати, що в умовах посиленої конкуренції варто оперативно впроваджувати заходи щодо формування конкурентних переваг промислового підприємства, а саме: постійне оновлення асортименту, освоєння нових зразків товарів; вивчення споживчих переваг за допомогою проведення ефективних маркетингових досліджень; впровадження нових технологій продажів; застосування інноваційних логістичних підходів та розвиток логістичного сервісу; застосування гнучкої системи знижок та бонусів, що сприятиме залученню потенційних споживачів. Вважаємо, що правильно обрана стратегія та впровадження запропонованих заходів сприятимуть формуванню більш міцної конкурентної позиції промислового підприємства на ринку в сучасних складних умовах господарювання.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бельтюков Є.А., Некрасова Л.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. Економіка: реалії часу. 2014. № 2 (12). С. 6–13.
2. Коваль Н. В. Теоретичні аспекти формування конкурентних стратегій підприємств в умовах невизначеності та ризику. Економіка та управління АПК. 2015. №1. С. 43-49.
3. Варченко О.М., Артимонова І.В., Герасименко І.О. Формування системи управління результативністю маркетингової діяльності аграрних підприємств на основі системи збалансованих показників. Економічний дискурс. 2020. № 2. С. 96-109.
4. Селезньова Г.О., Сиров В.В. Система бізнес-планування на підприємстві та її елементи. Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. 2016. Вип. 4 (04). С. 228–232.
5. Щурко У.В. Підходи до формування та реалізації конкурентних стратегій. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 17. С. 402–412.
6. Гамова О.В. Формування стратегії управління конкурентоспроможністю промислових підприємств: монографія. Запоріжжя: видавець ФОП Мокшанов В.В., 2020. 420 с.

ПУНЬКО Ю.М., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **КОВАЛЬ Н. В.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ

Визначено сутність оборотних активів, наведена їх класифікація. Висвітлена роль оборотних активів в господарській діяльності підприємства та необхідність аналізу наявності та обсягу оборотних активів стейкхолдерами (інвесторами або кредиторами) з метою оцінки потенційного ризику здійснення фінансових операцій з конкретним бізнесом.

Ключові слова: оборотні активи, класифікація, ліквідність, фінансова стабільність.

Підприємства готують річні звіти з метою відображення та аналізу свого поточного фінансового стану. Оборотні активи (синонім: оборотні засоби, поточні активи) є одним із важливих компонентів, які підприємства відображають та аналізують у своєму балансі.

Оборотні активи – це сукупність майнових цінностей підприємства, що обслуговують поточний господарський процес і цілком споживаються протягом одного операційного (виробничо-комерційного) циклу [1].

Підприємства розраховують поточні активи, щоб допомогти зацікавленим сторонам зрозуміти короткострокову ліквідність своїх операцій. Ці активи відображаються в балансі як оборотні кошти, за рахунок яких підприємства можуть здійснювати фінансові операції та оплачувати відповідні витрати [2].

При класифікації оборотних активів виділяють їх види, роль та значення яких відрізняються залежно від галузі [1; 3]:

- грошові кошти або їх еквіваленти, інвестиції в ліквідні цінні папери, які приносять відсотки, наприклад облігації або казначейські векселі;
- дебіторська заборгованість. Це коли компанія надала послуги чи продала товари, але клієнт ще не здійснив оплату за них. Важливо, щоб оплата від клієнта надійшла протягом року;
- запаси, включаючи сировину, незавершену та готову продукцію. Наприклад, якщо компанія спеціалізується на продажу шкільної канцелярії, вона може розраховувати продати більшу частину своєї продукції на початку навчального року, оскільки школи вимагають наявності потрібної канцелярії у учнів. Це означає, що найближчим часом підприємство перетворить свої запаси на готівку, тобто такі запаси є поточним активом з високою ліквідністю;
- витрати майбутніх періодів. Це авансові платежі за послуги або товари, які компанія отримає в майбутньому. Звичайно вони не можуть бути конвертовані в готівку, оскільки платежі фірма уже здійснила, але це дозволяє звільнити капітал, який можна буде використати для інших цілей. Для прикладу це може бути плата страховим компаніям;
- ресурси компанії. Їх можна віднести до категорії оборотних активів, якщо планується продати їх чи якимось іншим чином конвертувати в готівку протягом року;
- інші ліквідні активи. Будь-які активи, які можна перевести в готівку протягом операційного циклу. Наприклад, це можуть бути довгострокові інвестиції, які мають бути погашені протягом року.

Важливо постійно контролювати обсяг поточних активів, оскільки їх загальна сума показує, наскільки фінансово стабільною може бути компанія в короткостроковій перспективі. Оборотні засоби забезпечують кошти, які підприємство використовує для оплати щоденних операційних витрат та інших короткострокових витрат. Якщо підприємство не зможе здійснити ці витрати, воно не зможе працювати і незабаром припинить свою діяльність. Наявність достатньої кількості оборотних активів для покриття таких витрат у короткостроковій перспективі також може захистити бізнес від несподіваних перебоїв у доході через зміни попиту або ускладнення ланцюга поставок.

Таким чином, поточні активи є вкрай важливими для щоденного здоров'я всіх підприємств. Крім того, аналіз наявності та обсягу оборотних активів може допомогти потенційним зацікавленим сторонам, таким як інвестори або кредитори, оцінити потенційний ризик здійснення фінансових операцій з конкретним бізнесом.

Багато зацікавлених сторін використовують інформацію про оборотні активи, щоб визначити, чи буде в компанії фінансова можливість погасити потенційні майбутні борги або поточні зобов'язання, не звертаючись до зовнішніх джерел для отримання додаткового капіталу [2; 4].

Отже, оборотні активи – це складова частина майна підприємства, наявність та ефективність використання яких є важливим чинником ефективної діяльності суб'єкта господарювання.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Хохлов М.П., Щербань О.Д., Крилова М.А. Поняття оборотних активів підприємства. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 31. С. 409-414.
2. Голубко А.І. Управління оборотними активами підприємства. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/195352865.pdf> (дата звернення 12.05.2022).
3. Дробишева О.О. Роль оборотних засобів у виробничому процесі підприємства. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 2 (02). С. 19-24.
4. Безбородова Т.В., Даншина Т.В. Управління оборотними коштами підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 1. С. 59-62.

УДК: 65.014

РАШКІВСЬКИЙ В.О., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.М.**, д-р екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ОБҐРУНТУВАННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Обґрунтовано теоретичні основи до формування антикризового управління підприємством та виділено широкий та вузький підходи до його розуміння. Розкрито сутнісну природу фінансової кризи та основні особливості її прояву. Аргументовано складові антикризового фінансового управління, яка базується на принципах інноваційності, цільової орієнтації, причинно-наслідкових зв'язків, відповідності діяльності підприємства його місії, стратегічному баченню, фаховості системи менеджменту. Визначено необхідність формування системи стратегічного та тактичного моніторингу, спроможної передбачити, попередити, подолати кризові ситуації, у результаті чого забезпечується стабільне функціонування та стійкий розвиток підприємства.

Ключові слова: антикризове фінансове управління, фінансова стратегія, фінансові кризи, принципи антикризового фінансового управління.

Нині суб'єкти господарювання функціонують в складних умовах, які характеризуються невизначеністю та динамічністю зовнішнього середовища. Ефективне управління фінансовою діяльністю підприємств передбачає вирішення стратегічних та тактичних завдань, пов'язаних із максимізацією прибутку, ростом рівня рентабельності, а також підвищенням ринкової вартості, не можливо забезпечити без сучасних інструментів та методів антикризового управління. Очевидно, що фінансовий антикризовий інструментарій спроможний забезпечити передбачення, попередження та подолання кризових ситуацій та одночасно забезпечує їх стабільне функціонування.

Узагальнення наукових праць дозволило встановити, що відмінність підходів до формування його теоретичних засад, серед яких можна виділити широкий підхід, який зорієнтований на збереження та посилення конкурентних переваг, і вузький підхід, який передбачає виведення підприємства із стану банкрутства або кризової ситуації [1-3].

У зв'язку із мінливістю середовища функціонування підприємства та збільшення кількості факторів, які впливають на фінансово-господарський їх стан, а також ускладненням характеру їх взаємодії значно скорочуються періоди стабільного їх розвитку. У зв'язку із цим, необхідно розрізняти антикризове фінансове управління підприємства в умовах потенційно можливої кризи, а також кризи, яка настала. Як доводить практика, підприємства, які знаходяться в однакових економічних умовах, можуть досягати різних фінансових результатів, при цьому важливу роль відіграє система управління їх фінансами.

Основною метою організації фінансового менеджменту є побудова системи управління його фінансовою діяльністю, яка спроможна забезпечити такий рівень фінансового потенціалу, при якому досягається зростання вартості підприємства. У науковій літературі обґрунтовано, що організація фінансового менеджменту повинна базуватися на наступних принципах:

- планування, який передбачає збалансованість усіх поставлених цілей із наявними у підприємства ресурсами;

- оптимізації, що забезпечує адекватне співвідношення між джерелами фінансування діяльності підприємства;

- управління фінансовими ресурсами, який дозволяє ідентифікувати їх та приймати дієві управлінські рішення щодо їх мінімізації та нейтралізації;

- варіабельності прийняття адекватних антикризових фінансових рішень, які сприяють розробці різних варіантів фінансових стратегій [4,5].

Очевидно, що в умовах мінливого середовища функціонування підприємства змушені суттєво змінювати відношення до фінансових аспектів своєї діяльності. Встановлено, що природа виникнення кризи відображає не лише закономірність її циклічного прояву, але й можливість її успішного подолання. Під фінансовими ризиком розуміють стан підприємства, який характеризується низькою ефективністю та збитковістю бізнес-процесів у результаті впливу внутрішніх та зовнішніх чинників, які представляють найбільш небезпечні загрози його фінансової стійкості, платоспроможності та зниження його ринкової вартості.

Проявом фінансової кризи є неспроможність підприємства гнучко пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, невідповідність використання методів традиційного управління цієї ситуації. Дослідники доводять, що управляти в нестандартних кризових умовах традиційними методами, неможливо [5]. Існує необхідність у використанні інших підходів до управління та прийняття таких заходів, які б спроможними були змінити кризову ситуацію та пом'якшити наслідки кризи. Зазначимо, що антикризове фінансове управління відрізняється від фінансового управління. Його специфіка визначається змінами в умовах діяльності підприємства, а також непередбачуваністю ситуації та її невизначеністю.

Антикризове фінансове управління підприємством відрізняється за формами власності, сферою економічної діяльності, розмірами його виробничого потенціалу, результативністю менеджменту, є необхідним в умовах, коли перетворення у всіх сферах діяльності набувають глобального характеру. Вивчення та узагальнення різних наукових поглядів на сутність антикризового фінансового управління дозволило встановити, що його розглядають як специфічний вид діяльності, яка спроможна створити умови режиму стійкого функціонування підприємства на основі антикризової фінансової політики щодо своєчасного реагування на перші ознаки появи кризової ситуації.

Основною метою антикризового фінансового управління є встановлення режиму управління, спроможного передбачити, попередити та подолати кризові ситуації та одночасно утримати фінансово стійке функціонування організації. Так, антикризове фінансове управління передбачає прискорене та дієве реагування на істотні зміни зовнішнього та внутрішнього середовища на основі розробленої стратегії. Очевидно, що ціль буде досягнуто у тому випадку, якщо визначено буде область антикризового фінансового управління. Саме тому у якості основних вимог до антикризового фінансового управління підприємством можна виділити наступні: забезпечення відповідності антикризової фінансової стратегії його місії та бачення стратегічних пріоритетів розвитку; формування інформаційної бази, яка сприяє процесу неперервного, цілеспрямованого процесу розрахунку відповідних показників, необхідних для проведення управ-

лінської діагностики та своєчасної підготовки оперативних управлінських рішень; проведення антикризової управлінської бізнес-діагностики, що базується на послідовному вивченні факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, проведенню оцінки фінансового стану підприємства, що дозволяє визначити рівень глибини фінансової кризи; розробці антикризової фінансової стратегії, яка дозволяє завоювати та посилити позицію на ринку; формування системи моніторингу антикризової фінансової стратегії.

Серед основних принципів антикризового фінансового управління слід виділити такі: цільова орієнтація, яка передбачає постановку цілі антикризового фінансового управління відповідно до місії, бачення та стратегічної концепції, орієнтованої на досягнення головної цілі підприємства; причинно-наслідкові зв'язки, реалізація якого забезпечується проведенням своєчасної управлінської бізнес-діагностики, дозволяє виявити вузькі місця в системі фінансового управління та прийняти дієві рішення щодо їх вирішення; відповідність діяльності підприємства місії, баченню та антикризової фінансової стратегії, що дозволяє скоординувати дії підприємства в області антикризового фінансового управління; компетентність фахівців служби менеджменту щодо володіння специфічними компетентностями.

У існуючих теоретичних розробках в області антикризового фінансового управління значну увагу приділено критеріям оцінювання результативності підприємства [6] та виділено наступні: адекватність цілей та задач антикризового фінансового управління підприємством стратегічним пріоритетам розвитку відповідної галузі; рівень задоволення споживачів продукцією; прибутковість та рентабельність; підвищення вартості підприємства та наявності можливостей щодо нарощування його потенціалу; спроможності механізмів та інструментів реалізації антикризового фінансового управління створювати умови до подолання кризових ситуацій, оцінювання можливих сценаріїв їх розвитку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 824 с.
2. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: навч. Посібник. Київ: КНЕУ, 2000. 412 с.
3. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
4. Фінансовий менеджмент: навч. посібник / Варченко О.М. та ін. Київ: «Хай-Тек Прес, 2011. 396 с.
5. Бланк И.А. Антикризисное финансовое управление предприятием. Москва: Омега-Л, 2008. 512 с.
6. Коваленко, В.В., Суганяка М.В., Фучеджи В.І. Антикризове фінансове управління в системі суб'єктів економічної діяльності: методи та інструменти оцінювання [Текст]: монографія/ В.В. Коваленко, М.В. Суганяка, В.І. Фучеджи. Одеса, 2013. 381 с.

УДК 341.655-027.543(470+571)

СИЧ О.П., студент 2 курсу

Науковий керівник – **ЗАДОРЖНА Р.П.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

МІЖНАРОДНІ САНКЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОСІЮ

Досліджено кількісні та якісні характеристики міжнародних санкцій, запроваджених світовою спільнотою проти Російської Федерації у відповідь на її військову агресію в Україні.

Ключові слова: міжнародні санкції, секторальні санкції, країни «Великої сімки», SWIFT, ембарго, безробіття.

Міжнародні санкції – це колективні або односторонні примусові заходи, які застосовуються одними державами чи міжнародними організаціями до інших, котрі порушили норми мі-

жнародного права. Такі заходи можуть запроваджуватись як в односторонньому порядку, так і на багатосторонній основі [1].

З огляду на військову агресію проти України Росія наразі є найбільшою метою глобальних санкцій. Так, жорсткі економічні санкції, спрямовані проти Ірану, приймалися протягом 10 років. Такі ж санкції, прийняті проти Росії, були реалізовані впродовж 10 днів від початку повномасштабної війни проти України.

Як результат, станом на 8 березня 2022 р. Росія підпадала під дію понад 5000 різних цільових санкцій, що більше, ніж проти Ірану, Венесуели, М'янми та Куби разом узятих [2].

На 29 квітня 2022 р. кількість запроваджених санкцій проти Російської Федерації перевищила 10000 (рис. 1).

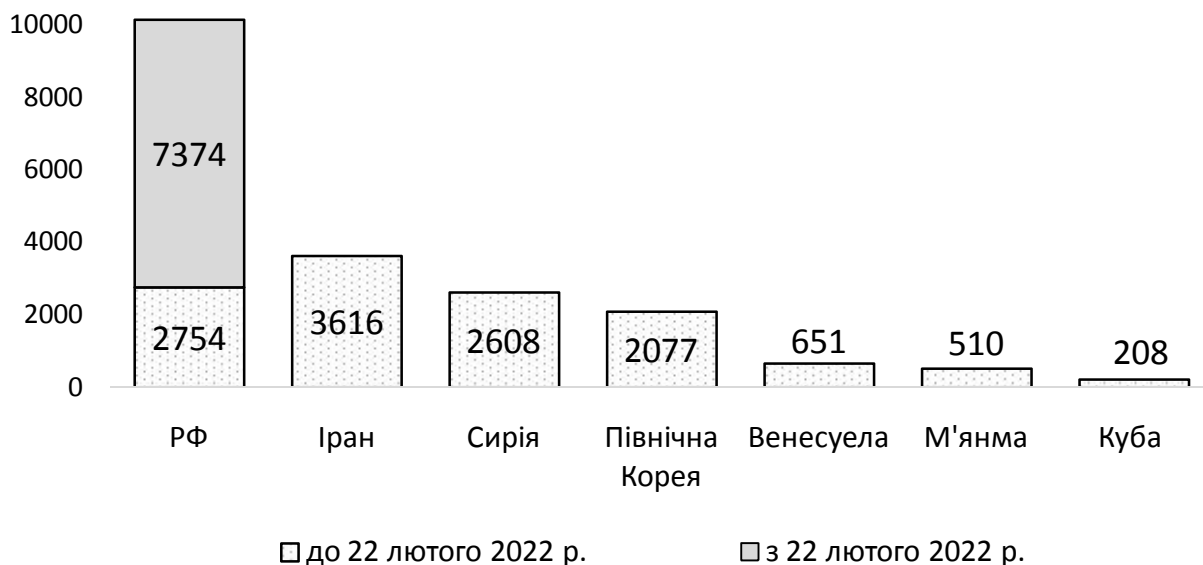


Рис. 1. Кількість міжнародних санкцій проти окремих країн станом на 29.04.2022 р.

Джерело: складено автором за[2].

Прийняття секторальних санкцій країнами «Великої сімки» (G7) вже суттєво вплинуло на російську економіку та міжнародні ринки. Відразу після початку вторгнення були введені санкції з метою обмеження можливостей оплати російського суверенного боргу (табл. 1).

Таблиця 1 – Розподіл санкцій проти Російської Федерації за секторами та країнами станом на 07.03.2022 р.

Види санкцій	США	ЄС	Велика Британія	Канада	Японія
Обмеження в енергетичному секторі	-	-	-	-	-
Обмеження для банків-кореспондентів	+	-	+	-	-
Санкції проти суверенного боргу	+	+	+	+	+
Обмеження SWIFT	+	+	+	+	+
Обмеження валютних резервів	+	+	+	+	+

+ – реалізовано, - – не оголошено

Джерело: [2].

Найбільш суворі секторальні санкції, оголошені 26 лютого 2022 р., унеможливили використання російським урядом іноземних резервів, які зберігаються закордоном, і обмежили дос-

туп російських банків до міжнародної системи грошових переказів SWIFT. Відтак уряд РФ втратив доступ до приблизно 50% своїх іноземних резервів.

На початку війни країни G7 не запровадили обмеження на експорт російських енергоресурсів і намагались забезпечити продовження фінансових операцій, пов'язаних з експортом нафти та газу з Росії. Попри це ціни на нафту Brent зросли до понад 110 доларів за барель після вторгнення, а спотові ціни на газ на світовому ринку зросли в 10 разів порівняно з цінами 2021 року [2].

Наразі нафтове ембарго проти Російської Федерації вже запровадили Сполучені Штати Америки та Канада, а Велика Британія планує відмовитись від експорту нафти з Росії до кінця 2022 року [3].

Країнам Євросоюзу більш складно ухвалити рішення про накладення санкцій проти російської нафти з огляду на високий ступінь залежності їх економік від експортних енергоносіїв, проте зараз обговорюється питання включення нафтового ембарго до шостого пакету санкцій ЄС проти Росії.

Іншим важливим напрямком економічного тиску на Росію є вихід іноземних компаній з російського ринку. Внаслідок санкцій західних партнерів, зумовлених агресією РФ проти України, росіяни вже втратили близько 100 тисяч робочих місць (рис. 2).

Всього станом на 11.03.22 р. про вихід з країни або часткову, або тимчасову зупинку операцій повідомили понад 330 іноземних компаній. За прогнозом, до кінця 2022 року роботу втратять близько 9 млн. російських громадян [4].

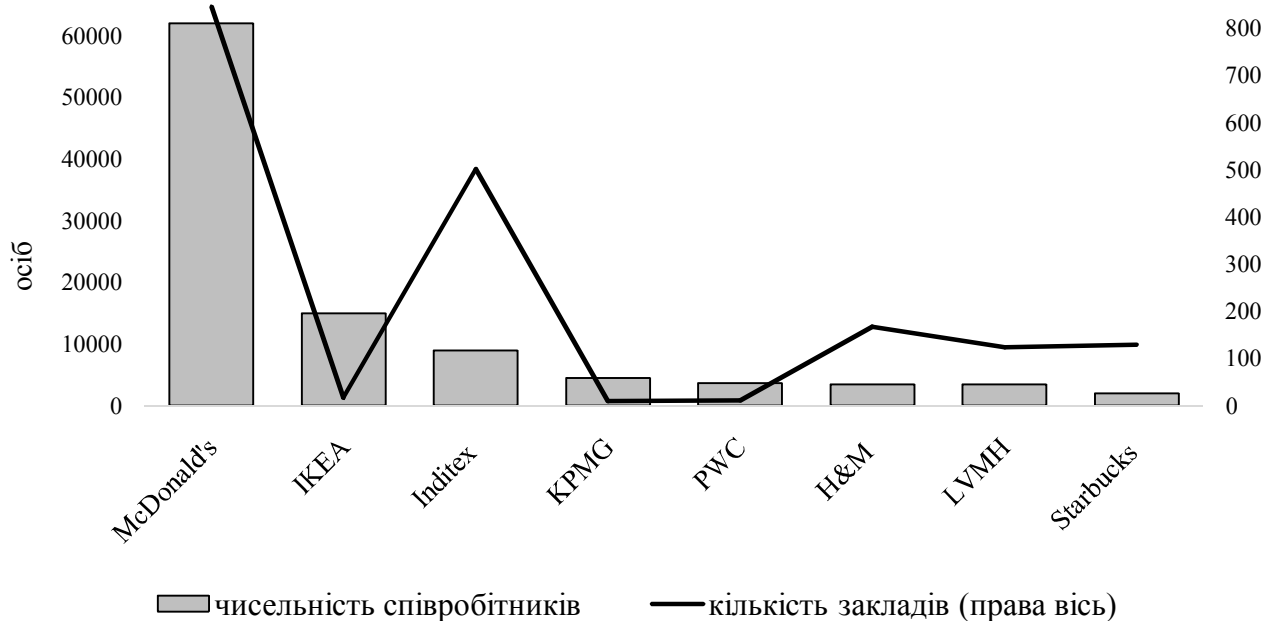


Рис. 2. Кількість співробітників та закладів окремих компаній, які припинили свою діяльність в РФ станом на 09.03.2022 р.

Джерело: складено автором за [5].

Вже запроваджені і можливі наступні міжнародні санкції проти Росії спрямовані на позбавлення Кремля можливості фінансувати найбільшу з часів Другої світової війни агресію проти суверенної країни. Їх вплив є системним і посилюється з часом.

В майбутньому, якщо постане питання про їх зняття, слід враховувати, що обмеження, запроваджені виконавчою владою (указами президента Сполучених Штатів та рішеннями уряду Великої Британії) знімаються доволі швидко, – так само, як і запроваджуються [6]. Проте скасування санкцій, запроваджених законодавчо, рішенням парламенту, потребуватиме більш складних процедурних рішень.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Міжнародні санкції. Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
2. RussiaIsNowtheWorld'sMostSanctionedCountry. URL: <https://www.castellum.ai/insights/russia-is-now-the-worlds-most-sanctioned-country> (дата звернення: 24.04.2022).
3. Нафтове ембарго проти Росії: чому це важливо. URL: <https://apostrophe.ua/ua/article/economy/jenergetika/2022-04-16/neftyanoe-embargo-protiv-rossii-pochemu-eto-vajno/45366> (дата звернення: 12.05.2022).
4. Більше 100 тисяч росіян вже безробітні. URL: <https://t.me/CenterCounteringDisinformation/650> (дата звернення: 22.04.2022).
5. Количество сотрудников и компаний, которые приостановили свою деятельность в РФ. <https://t.me/RUSanctions/1224> (дата звернення: 28.04.2022).
6. Россия под санкциями. Что уже ввели, чемещегрозят и когдаотменят. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-60833598> (дата звернення: 10.05.2022).

УДК: 658.152

СМИЧЕНКО Р.А., студент 4 курсу

Науковий керівник – ГЕРАСИМЕНКО І.О., канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Обґрунтовано актуальність дослідження джерел формування фінансових ресурсів підприємства. Наведено класифікацію основних джерел формування фінансових ресурсів. Представлено принципи надання кредиту як основного виду залучених фінансових ресурсів.

Ключові слова: фінансові ресурси, класифікація джерел фінансових ресурсів, кредит, принципи надання кредиту.

В процесі здійснення виробничої та фінансово-комерційної діяльності підприємство потребує постійного залучення та формування певних фінансових ресурсів. Вони створюють фактори для стабільного виробництва, визначення конкурентоспроможності підприємства у ринковому середовищі та зростання виробничого потенціалу.

Ресурси підприємства виступають ключовим фактором при здійсненні процесу розширеного відтворення в усіх його формах та на всіх стадіях. Головна проблема підприємства проявляється у недостатності власних фінансових ресурсів.

Класифікація джерел фінансових ресурсів підприємства зображена на Рис. 1.

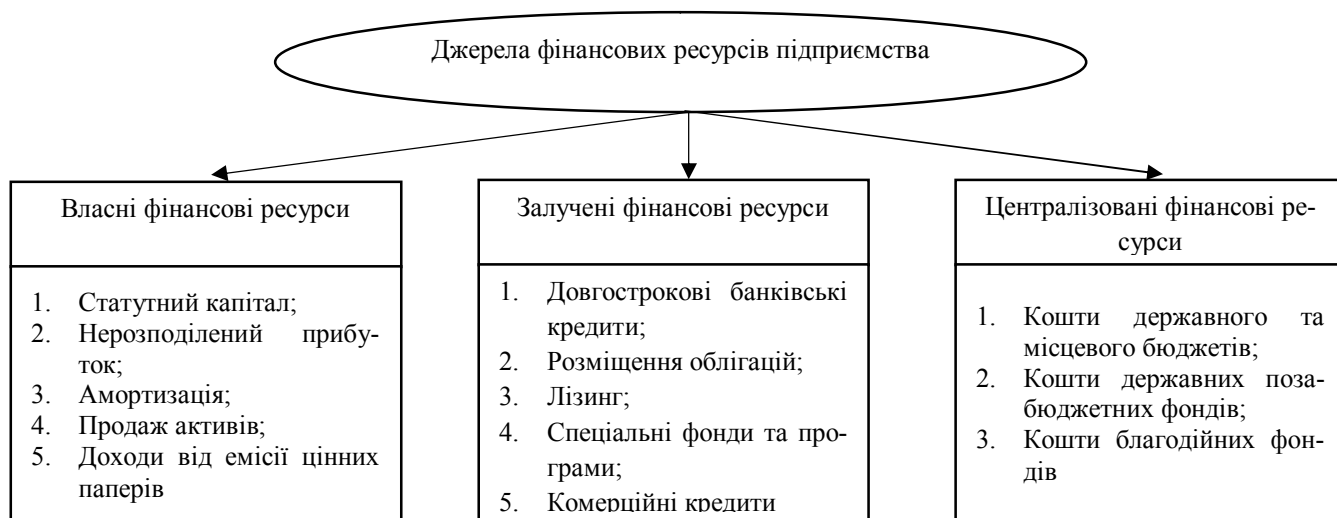


Рис. 1. Джерела фінансових ресурсів підприємства [1].

В діяльності підприємства основним видом запозичених фінансових ресурсів виступає кредит. Кредит залучається в господарську діяльність підприємства коли настає ситуація, що в підприємства виникає потреба в додаткових фінансових ресурсах більші, за ті які вони мають на даний момент.

Кредит надається з урахуванням певних принципів, а саме:

1. Поворотності – кредит повинен повернутися кредитодавцю;
2. Платності – за користування кредитом необхідно сплатити відсоток;
3. Цільового характеру – кредит видається на досягнення конкретної цілі;
4. Строковості – кредит видається на певний період;
5. Забезпеченості – сума кредиту не може перевищувати вартість майна позичальника.

Основним джерелом фінансових ресурсів у державі є ВВП. Склад та структура фінансових ресурсів, напрямки їх використання визначаються фінансовою політикою держави.

Централізовані фінансові ресурси – це фінансові ресурси, що формуються на рівні держави в процесі її фінансової діяльності та надаються підприємствам у вигляді: бюджетних інвестицій, державних дотацій, державних субсидій.

Бюджетні інвестиції – це виділені кошти з бюджетів на розвиток виробництва, насамперед у вигляді капітальних вкладень.

Державні дотації – це виділення коштів з бюджету на покриття збитків підприємства, у випадку, коли збитковість є наслідком певної політики держави.

Державні субсидії – це виділення коштів з бюджету суб'єктам підприємницької діяльності на вирішення певних завдань у рамках різного роду державних програм.

Таким чином, з метою забезпечення ефективнішого формування фінансового капіталу необхідно, щоб підприємства усіх форм власності й організаційно-правового статусу використовували не тільки власні фінансові ресурси, а й кошти фінансового ринку. Найсприятливішим для ефективної діяльності підприємства є комплексний підхід до вибору джерел фінансування.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Фінанси підприємств: Підручник. – 3-тє вид. / За ред. проф. А. М. Поддєрьогіна. – К.: КНЕУ, 2000
2. Закон України № 283/97-ВР «Про оподаткування прибутку підприємств» від 22.05.97 р.
URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=334%2F94-%E2%F0>

УДК: 35:3.08:005.95

СЛАВІНСЬКА О.В., студентка 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **ПАНАСЮК В.І.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ

Обґрунтовано особливості сучасного стратегічного управління в системі функціонування державної служби зайнятості. Запропоновано аналіз системи стратегічних комунікацій як дієвий механізм реалізації інформаційної політики в системі функціонування державної служби зайнятості.

Ключові слова: державна служба зайнятості, стратегічні цілі, Стратегія розвитку Держслужби зайнятості.

Протягом останніх восьми років в Україні відбувається процес реформування публічного управління. Важливим фактором сприйняття проведених реформ виступає здатність органів публічного управління до стратегічного управління.

Під стратегічним управлінням в органах публічної влади розуміють сукупність управлінських процесів, які передбачають проведення системних змін у діяльності органів публічної влади відповідно до зміни зовнішнього середовища, розробку та впровадження стратегій розвитку органів публічної влади шляхом введення змін в механізм управлінської діяльності.

Державна служба зайнятості є спеціалізованою державною установою, яка вирішує проблеми зайнятості населення, допомагає працевлаштуванню безробітним громадянам, організовує, за потреби, професійне навчання та соціальну підтримку. До складу Служби входить Державний центр зайнятості, міжрегіональні, регіональні центри зайнятості та їх філії [1].

Центрам зайнятості, які працюють в регіонах і безпосередньо контактують зі споживачами, доцільно як одну із стратегічних цілей обирати маркетингову стратегію взаємодії з клієнтами. Застосування на практиці цієї моделі, на нашу думку, дозволить більш чітко організовувати процес управління відносинами з клієнтами, повно і об'єктивно оцінювати його якісний рівень в системі служби зайнятості, приймати ефективні управлінські рішення. Вдосконалення системи управління якістю в діяльності служби зайнятості може забезпечуватися шляхом послідовного впровадження та використання базових принципів управління якістю з урахуванням специфіки надання соціальних послуг. Сучасний підхід до впровадження принципів менеджменту якості, що застосовують відповідно до стандарту ISO 9004:2000, може бути адаптований до управлінської діяльності щодо надання послуг в системі служби зайнятості. Серед них: орієнтація на споживача; лідерство керівника; залучення працівників; процесний підхід; системний підхід в управлінні; постійне поліпшення; ухвалення рішень на підставі фактів; взаємовигідні відносини з роботодавцями [2].

Протягом останніх років світ зіткнувся з величезними проблемами, які змінили кожного жителя планети – пандемія коронавірусу COVID-19, а з 24 лютого 2022 року – повномасштабне воєнне вторгнення росії в Україну. Якщо внаслідок пандемії коронавірусу (COVID-19) багато вітчизняних фірм намагалися під час жорстких заходів карантинних обмежень зберегти робочі місця для робітників, залучаючи до різних форм короткочасної чи дистанційної роботи, то війна в Україні внесла суттєві корективи до ринку праці. Нині Державна служба зайнятості відіграє одну з вирішальних ролей у збереженні ринку праці та сприятиме його швидкому відновленню після перемоги. Державній службі зайнятості потрібно запровадити стратегію, яка допоможе подолати кризу на ринку праці. Так, особливу роль у стратегії Державної служби зайнятості в 2019–2022 роках відігравала діджиталізація послуг, яка, зокрема, реалізувалася шляхом впровадження Е-сервісів для безробітних та роботодавців.

Так, на кінець 2019 року Державною службою зайнятості було заплановано встановлення чат-бота для первинної консультації безробітних. Деякі центри зайнятості досягли успіхів у цьому напрямку та вже мають запущені чат-боти в Telegram-каналі [3]. Крім того, у 2019 році було розширено функціонал електронних кабінетів безробітного та роботодавця. На 2020–2022 роки рекомендувалося переглянути перелік та ввести нові електронні послуги для роботодавців. Зокрема, рекомендувалося додати цілі, пов'язані з клієнтоорієнтованістю та використанням індивідуального підходу в наданні послуг.

В Стратегії розвитку Держслужби зайнятості на 2022–2024 роки, ключовими орієнтирами визнано створення сучасної цифрової системи соціального сервісу, з орієнтацією на поєднання інформаційних технологій з розвитком людського капіталу, швидким та легальним працевлаштування безробітних, надання якісних послуг роботодавцям [4].

Отже, в умовах стрімкого розвитку інформатизації суспільства та високого рівня сучасних викликів і загроз необхідно є подальша розбудова системи стратегічних комунікацій та ефективних механізмів функціонування органів публічної влади, в тому числі Державної служби зайнятості України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Положення про Державну службу зайнятості, затверджене Наказом Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 16 грудня 2020 року №2663. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1305-20#top> (дата звернення: 3.05.2022).

2. Принципи менеджменту якості. URL: https://stud.com.ua/21484/marketing/printsipi_menedzhmentu_yakosti (дата звернення: 4.05.2022).
3. Комплексний аналіз діяльності Державної служби зайнятості. URL: <https://www.ua.undp.org/summary-ukr-civitta> (дата звернення: 5.05.2022).
4. Стратегія розвитку Держслужби зайнятості на 2022 – 2024 роки URL: <https://www.dcz.gov.ua/publikaciya/ozvucheno-klyuchovi-oriyentyry-strategiyi-derzhavnoyi-sluzhby-zaynyatosti-na-2021-2024> (дата звернення: 5.05.2022).

УДК: 658: 339.9.012.23

СТУДЗІНСЬКИЙ О.О., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **ПАНАСЮК В.І.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ЛЕНД-ЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАХИСТУ ДЕМОКРАТІЇ В УКРАЇНІ

Розглянуто сутність поняття «ленд-ліз». Вивчено історичні факти надання «ленд-лізу» в світі. Проведено аналіз стратегічної ролі та можливих наслідків надання ленд-лізу для захисту української демократії.

Ключові слова: військова допомога, ленд-ліз, українська армія.

28 квітня 2022 року Конгрес США схвалив «Акт про ленд-ліз для захисту української демократії від 2022 року» («UkraineDemocracyDefenseLend-LeaseActof 2022»). Після підписання Президентом США Джо Байденом, Закон суттєво спростить бюрократичні перепони на шляху забезпечення України військовою допомогою та, за свідченнями багатьох військових експертів, може стати переломним моментом у ході україно-російської війни.

Для аналізу стратегічної ролі та можливих наслідків ленд-лізу в світлі сучасних подій слід окреслити дефініцію та історичне підґрунтя даного явища. Ленд-ліз вже мав місце у світовій історії, а саме – був ухвалений американським парламентом та підписаний президентом Франкліном Рузвельтом в березні 1941 року. Закон передбачав надання послуг і постачання матеріального забезпечення Сполученими Штатами Америки для своїх союзників – Великої Британії, Китаю та Греції. Дана інтервенція забезпечила підтримку країн озброєнням, стратегічно важливою сировиною та продовольством, зберігаючи, водночас, нейтральний статус США у конфлікті аж до моменту їх вступу у Другу світову війну наприкінці 1941 року [1].

Будучи інструментом військової інтервенції ленд-ліз головним чином спрямований на постачання військової техніки, її частка становила 54% усіх переданих активів. За даними Американської історичної асоціації, на умовах ленд-лізу під час Другої світової війни було надано 30,9 тис. літаків, 26,9 тис. танків та близько 637 тис. одиниць іншої військової техніки. В той же час, мало місце також і забезпечення матеріалами для промисловості (21%), продуктами харчування (13%) та військовими послугами (12%) [2]. Станом на 30 червня 1944 року рівень допомоги США на умовах ленд-лізу сягнув 15% їх загальних витрат на війну, що в доларовому еквіваленті становило 28 млрд 270 млн доларів США [2]. Значною перевагою ленд-лізу стало швидке налагодження ланцюга поставок та оперативне забезпечення допомоги в місцях із найгострішою потребою.

Зважаючи на вищевикреслене означення ленд-лізу можна стверджувати, що його роль для України може стати на порядок вагомішою, аніж лише передача зброї. По-перше, акт про допомогу вказує на покращення україно-американських політичних відносин. Варто відмітити, що питання забезпечення України зброєю було порушено в Сенаті США ще за місяць до початку повномасштабної війни, підкреслював у своїй промові його важливість і президент України Володимир Зеленський на конференції з безпеки в місті Мюнхен 19 лютого 2022 року. По-друге, американська зовнішня політика визначається принципом надання допомоги тільки тим державам, які доводять свою готовність щодо цього. Закон про ленд-ліз свідчить про високу оцінку української армії та її дій щодо стримування агресора. Наприклад, Пентагон уже підтверджував інформацію щодо встановлення рекордів у використанні «Джавелінів» українською армією – 100 прямих потраплянь в розрахунку на 112 пострілів [3]. За умови подальшого підвищення рі-

вня довіри щодо ефективного використання зброї Україна може в перспективі розраховувати на отримання таких високотехнологічних військових систем, як бойова машина піхоти «Bradley» чи бойовий танк «Abrams» [4]. По-третє, ленд-ліз передбачає забезпечення не тільки зброєю, а й гуманітарними вантажами. В ході боротьби проти гітлерівської Німеччини США постачала союзникам різноманітні товари – від їжі та палива до транспорту, шин, вагонів та хімікатів. Для України така перспектива є необхідною задля уникнення гуманітарної катастрофи, наслідки якої спостерігаються наразі в Маріуполі, Чернігові, а також інших населених пунктах.

Важливо усвідомлювати, що ленд-ліз не є безоплатною передачею зброї й має бути сплачений на умовах кредиту. Після Другої світової війни США не зобов'язували союзників віддавати зламану техніку, а також проводили пом'якшену політику щодо повернення вартості гуманітарних вантажів, перевівши дані зобов'язання в довгострокові кредити. Наразі питання компенсації є другорядним в умовах активної фази війни та залежатиме від подальших домовленостей між Києвом та Вашингтоном.

Отже, ленд-ліз є надзвичайно потужним інструментом війни та відкриває для нашої держави ряд можливостей. Забезпечення зброєю та відточення майстерності її використання, налагодження логістичних шляхів поставок, трансфер гуманітарних вантажів є стратегічними інструментами, що укріплять позицію України у війні та сприятимуть більш упевненій перемозі над противником.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Is escalation in Ukraine part of the US strategy? The Guardian: веб-сайт. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/may/04/us-lend-lease-act-ukraine-1941-second-world-war> (дата звернення: 4.05.2022).
2. How Much of What Goods Have We Sent to Which Allies? The American Historical Association: веб-сайт. URL: [https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-13-how-shall-lend-lease-accounts-be-settled-\(1945\)/how-much-of-what-goods-have-we-sent-to-which-allies](https://www.historians.org/about-aha-and-membership/aha-history-and-archives/gi-roundtable-series/pamphlets/em-13-how-shall-lend-lease-accounts-be-settled-(1945)/how-much-of-what-goods-have-we-sent-to-which-allies) (дата звернення: 5.05.2022).
3. 7 причин, що змінили позицію США щодо новітньої зброї для України. Українська правда: веб-сайт. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/05/4/7138869/> (дата звернення: 5.05.2022).
4. Закон США про ленд-ліз: що насправді він дасть Україні. DW.COM : веб-сайт. URL: <https://www.dw.com/uk/zakon-ssha-pro-lend-liz-shcho-naspravdi-vin-dast-ukraini/a-61675582> (дата звернення: 4.05.2022).
5. Ленд-ліз для України: що це означає для нас у п'яти фактах. Defence express: веб-сайт. URL: https://defence-ua.com/minds_and_ideas/lend_liz_dlja_ukrajini_scho_tse_oznachaje_dlja_ukrajini_u_pjati_faktah-7148.html (дата звернення: 4.05.2022).

УДК: 339.146.2:663.95

СІВОЗДРАВ Б.І., студент 4 курсу

Науковий керівник – **КЕПКО В.М.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОРТФЕЛЮ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ТОВАРНОЇ КАТЕГОРІЇ ЧАЮ

Визначено конкурентні позиції товарів товарної категорії чаю на підприємстві ТОВ «Рітейл-Тренд». Проведена порівняльна оцінка асортименту та конкурентоспроможність чорного байхового чаю різних постачальників. Запропоновано програму розвитку товарної категорії чаю в контексті системи постачання товарів у ТОВ «Рітейл-Тренд». Вдосконалено портфель постачальників товарної категорії чаю.

Ключові слова: чай, асортимент, якість, конкурентоспроможність, ефективність, категорія.

Незважаючи на кризовий стан української економіки, обвал споживчого ринку, подорожчання товарів, відсутність власного виробництва, чай залишається в числі найважливіших

компонентів раціону українців. За даними статистичного управління в середньому в рік кожний українець споживає 0,4 кг чаю, тоді коли середньосвітовий показник становить 0,8 кг.

В 2020 році в Україну було імпортовано 17,2 тис. т чаю на загальну суму 60,4 млн. \$. Обсяги імпорту виросли на 8% в порівнянні з аналогічним показником попереднього року. Основними постачальниками чаю в 2020 році в Україну були традиційні чайні країни: Шрі-Ланка (37% українського імпорту в грошовому вимірі), Індія (14%), Китай (11%), Кенія (10%), а також ОАЄ (12%) [1].

Всього на ринку представлено більше 200 найменувань чаю. Найбільш популярна асортиментна десятка – Greenfield, «Принцеса Нурі», «Принцеса Гіта», «Принцеса Канді», «Принцеса Ява», Lipton, Ahmad, Dilmah, «Майский чай». Чай цих марок забезпечує торговцям більше 70% продажів в натуральному вираженні. Продавці відзначили, що із запропонованих різновидів найбільш затребувані розсипний – 50% і пакетований чай – 40%.

В процесі дослідження було виявлено, що покупці грамотно підходять до вибору чаю, підвищуються вимоги до якості продукції, тому основним виробникам слід звернути увагу на фактори, що впливають на вибір бренду покупцями: смакові властивості, якість продукції, ціна, країна виробник, популярність торгової марки, упаковка, реклама [3].

Постачальники, як один з основних елементів зовнішнього мікрооточення підприємства, справляють значний вплив на діяльність ТОВ «Рітейл-Тренд». У загальному розумінні від них залежать основні конкурентні переваги товарів, що пропонує ТОВ «Рітейл-Тренд» покупцям. Визначення й використання постачальницького потенціалу дозволить ТОВ «Рітейл-Тренд», як торговельному підприємству, підвищити ефективність своєї основної діяльності, створити і підтримувати бажану конкурентну позицію. Основними постачальниками чаю для продажу в ТОВ «Рітейл-Тренд» є: «ЧУЛІ чай Лтд», «GF JIANYUAN ORGANIC TEA CO.LTD» та ТОВ «Українська кавова компанія ЛТД».

Традиційно вибір постачальника здійснюється за двома напрямками: вибір постачальника з числа компаній, з якими вже встановлені ділові відносини (реальні постачальники); вибір нового постачальника (потенційні постачальники) [4]. Потреба в пошуку потенційних постачальників виникає в тому випадку, якщо реальні постачальники не відповідають задовільного для споживача пріоритету постачальника або ж якщо реальних постачальників по передбачуваній закупівлі немає.

Структурно-логічна послідовність вибору постачальників товарних ресурсів ТОВ «Рітейл-Тренд» представлена на рисунку 1.



Рис. 1. Структурно-логічна послідовність вибору постачальників товарних ресурсів ТОВ «Рітейл-Тренд» [2].

Варто відзначити, що на вибір постачальника значний вплив має ціна чаю. Так, основною метою цінової політики ТОВ «Рітейл-Тренд» є орієнтація на збут, так як підприємство знаходиться на етапі зростання за етапами життєвого циклу чаю. При встановленні ціни на свою продукцію та послуги ТОВ «Рітейл-Тренд» використовує стратегію глибокого проникнення на ринок, встановлюючи при цьому середні ціни та надаючи товарам високої якості.

У ході порівняльного аналізу категорій закупівель і типів постачальників було виявлено, що 48,1% постачальників чаю, що відносяться до категорії ключових закупівель, становлять групу кваліфікованих постачальників. Дана ситуація підтверджує той факт, що ключовими закупівлями повинні переважно займатися кваліфіковані постачальники. Однак менеджерам по закупівлям в ТОВ «Рітейл-Тренд» слід звернути увагу на те, що 25,1% постачальників по одному з найбільш значущих видів закупівель володіють низьким пріоритетом. В майбутньому підприємству слід переглянути необхідність співпраці з постачальниками, які належать до цієї групи.

Запропоновані підходи до класифікації закупівель та постачальників відрізняються тим, що вони спрямовані на збільшення прозорості в класифікації закупівель і постачальників, дають можливість працювати як з перш придбані матеріальними ресурсами, так і з новими. Визначеність у цьому питанні дає можливість більш точно і коректно сформулювати закупівельну стратегію.

Таким чином, така методика та алгоритм, головним чином, орієнтовані на підтримку прийняття рішень у виборі кращого постачальника ТОВ «Рітейл-Тренд», чия номенклатура досягає декількох тисяч одиниць чаю. З функціональної точки зору даний алгоритм дозволить ТОВ «Рітейл-Тренд» вдосконалити роботу відділу закупівель, привести придбання чаю у відповідність зі стратегічними цілями підприємства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Державна служба статистики України, 2021 р. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Новікова Н.М. Вибір постачальників товарних ресурсів підприємства торгівлі // Приазовський економічний вісник. Випуск 4(09). 2018. С.43-48
3. Суббота В. І. Дослідження споживачів ринку чаю в Україні та їх класифікація/ Ч. 70–74. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/15961/10-ubbota.pdf?sequence=1>
4. Попов І. Обґрунтування вибору потенційного постачальника як фактору підвищення стійкості підприємства. Вісник Львівського національного політехнічного університету. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/11454/1/72.pdf>.

УДК: 339.96

САЄНКО В.Е., студент 1 курсу магістратури

Науковий керівник – **ШЕВЧЕНКО А.О.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У роботі досліджено сутність поняття конкурентоспроможності продукції, зроблено аналіз основних конкурентних переваг досліджуваного підприємства та визначено стратегії підвищення конкурентоспроможності продукції.

Ключові слова: конкурентоспроможність, асортимент морозива, стратегія, формування, ринкова ніша.

В умовах сьогодення розробка ефективних стратегій підвищення конкурентоспроможності продукції сприяє створенню надійного середовища для функціонування підприємства, підвищення його фінансової стійкості та економічної безпеки.

Під конкурентоспроможністю можна розуміти «властивість об'єкту, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретних потреб у порівнянні з аналогічними об'єктами, які представлені на даному ринку і створює для них можливість витримувати конкуренцію»[1,с.17].

Визначального значення питання конкурентоспроможності продукції набуває і для підприємств молокопереробної галузі, зокрема, маслозаводів. На українському ринку молокопродукції конкурентне середовище формують високотоварні переробні підприємства. Потужні компанії мають фінансову можливість використовувати у своєму виробництві новітні технології, що сприяє значній економії в транспортуванні, створює можливості для виробництва якісної та інноваційної продукції в широкому асортименті. А це дозволяє формувати конкурентні переваги та забезпечувати лояльність різних груп споживачів до конкретних торгових марок та брендів. Одним із таких підприємств молокопереробної галузі є акціонерне товариство «Житомирський маслозавод».

АТ «Житомирський маслозавод» спеціалізується на виробництві вершкового масла, сухого знежиреного молока, сиру, спреїв, а також широкого асортименту молочної продукції. Але в Україні воно найбільше відоме як лідер з виробництва морозива під брендом «Рудь». За добу підприємство виробляє 150 тон морозива. Компанія випускає більше сотні різновидів морозива і втримує дуже міцну конкурентну позицію на ринку.

На вітчизняному ринку морозива існує дуже жорстка конкуренція. Тому важливо не лише захопити свою нішу на ринку, але й зміцнити свої позиції.

Однією із важливих стратегій компанії, направлених на підвищення конкурентоспроможності її продукції на внутрішньому ринку є підтримання авторитету бренду «Рудь». Так, вітчизняне та європейське визнання якості отримав бренд морозива «100% морозиво». На користь забезпечення конкурентоспроможності бренду «Рудь», компанія випустила лінійку морозива в брикетах, нову лінію органічного морозива та спеціальне морозиво для дітей. Раціональна логістика та ефективна рекламна компанія сприяли ще більшому укріпленню бренду та зростанню обсягів продажів. З метою популяризації власного бренду підприємство широко використовує інтернет, акції в супермаркетах та рекламні міроприємства. Так, по всій країні компанія щорічно проводить «Свято морозива».

Товариство витрачає багато зусиль на впровадження стратегії якості. Завдяки цьому підприємство стало єдиним виробником морозива в Україні, що пройшло аудит Європейської комісії та отримало право на постачання своєї продукції в країни Європейського союзу.

З метою вдосконалення технології виробництва та пакування продукції АТ «Житомирський маслозавод» використовує стратегію інвестування. Компанія закупила унікальну для України лінію StraightlineSL1100, яка може виготовляти 600000 порцій морозива за добу[2]. Використання стратегії інвестування дало змогу розширити існуючий асортимент продукції преміальними видами. А щоб збільшити прибутки в зимову пору року підприємство розширило асортимент продукції за рахунок випуску заморожених напівфабрикатів, овочів та ягід та відкрило фірмові кафе з продажу м'якого морозива.

З метою концентрації зусиль на укріплення своєї ринкової ніші в сегменті «морозиво», компанія поглиблює використання стратегії розвитку. Вона передбачає зосередження фінансових та управлінських ресурсів на виробництво продукції, яка приносить товариству найбільші прибутки. Тому восени 2021 року АТ «Житомирський маслозавод» офіційно змінило основний вид діяльності з переробки молока на випуск морозива [3].

Отже, найбільший вплив на підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства приносить комплексне застосування стратегій, направлене на довгостроковий розвиток компанії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Левицька А. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи. Механізм регулювання економіки. 2013. №4. С. 155–162. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/retrieve/82221> (дата звернення: 14.05.2022).

2.Офіційний сайт АТ«Житомирський маслозавод».URL:[https:// rud.ua/ company/manufacture/](https://rud.ua/company/manufacture/) (дата звернення: 13.05.2022).

3.Житомирський маслозавод хоче відмовитися від переробки молока і виробляти лише морозиво. URL:<https://landlord.ua/news/zhytomyrskiy-maslozavo-khoche-vidmovytysia-vid-pererobky-moloka-i-vyrobliaty-lyshe-morozuvo/>.(дата звернення: 14.05.2022).

УДК 339.138

САБАДИН Є.Г., здобувачка першого рівня вищої освіти
Науковий керівник – **ПАРХАСЬВА Н.В.**, канд. техн. наук
Державний торговельно-економічний університет

ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА ВЗАЄМОДІЇ З ПОКУПЦЕМ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ

Розвиток технологій, Інтернету та глобалізація цього процесу значно вплинули на торгівлю. При цьому особлива увага приділяється взаємодії маркетингу та Інтернету, її впливу на відносини із покупцем.

Ключові слова: електронна торгівля, маркетинг, електронний маркетинг, електронні технології/

Сьогодні електронна торгівля розвивається швидкими темпами. Проаналізувавши динаміку останніх років, можемо сказати, що найближчим часом вона буде найбільш універсальним інструментом просування товарів. Електронна торгівля не є новим явищем. Загалом електронна торгівля може бути визначена як процес купівлі-продажу товарів та послуг, в якому весь цикл комерційної транзакції або її частина відбувається електронним способом.

Головною проблемою сучасної міжнародної економічної системи є посилення тенденції до індивідуалізації продажів, а саме: поява необхідності постачання конкретного товару або послуги споживачеві на певному рівні витрат. Електронна торгівля є важливим інструментом досягнення даної мети, адже організовує контакти з постачальниками та споживачами в гнучкій та спрощеній формі з використанням найбільш ефективних та швидких методів зв'язку. Підґрунтям розвитку електронної торгівлі є активізація використання населенням інформаційно-комунікаційних технологій та мережі Інтернет у глобальному масштабі. Певні складові процесу електронної торгівлі проходять в інтерактивному режимі з використанням електронних телекомунікаційних коштів та не супроводжуються оформленням звичайних документів на паперових носіях. Причому звичайні паперові документи замінюються електронними. Таким чином, однією з головних відмінностей електронної торгівлі від звичайної є використання електронного документообігу [1, с.212].

Особливістю електронної торгівлі є її масштабність: на міжнародному електронному ринку здійснюється значна кількість торговельних угод та різних торговельних процедур. Обсяги електронної торгівлі стабільно збільшуються, так само, як збільшується й кількість користувачів мережі Інтернет та підприємств, що активізують використання провідних інформаційно-комунікаційних технологій у своїй діяльності. Необхідно зазначити, що темпи зростання електронної торгівлі є більш динамічними порівняно зі зростанням обсягів традиційної торгівлі [2, с.105].

До електронної торгівлі в широкому значенні (як до галузі цифрового господарства) належать:

- глобальний електронний маркетинг, зокрема просування традиційних товарів та послуг;
- електронна комерція у вузькому значенні, тобто торгівля «невловимими» товарами, які можуть передаватися в цифровій формі або оплата яких може відбуватися в цифровій формі (повідомлення в текстовій, графічній або звуковій формі);
- віддалені послуги (послуги, пов'язані з консультуванням, юридичною та бухгалтерською підтримкою тощо, які можуть надаватися на відстані);

– дистанційна робота (будова «розподілених офісів», в яких спільно діють люди, які перебувають у різних приміщеннях, містах і навіть державах).

В основі побудови ефективної системи взаємин із клієнтами лежать сучасні інформаційні технології, що дозволяють збирати, зберігати та представляти інформацію, аналізувати її та надавати допомогу в прийнятті рішень менеджерам компанії. Підприємства використовують мережу Інтернет для комунікацій із покупцями, встановлення першого контакту та переходу до взаємовигідних довгострокових відносин [3, с.104].

Інновації є невід'ємною частиною електронної торгівлі. Імплементация соціальних медіа (Facebook, Instagram, Snapchat), системи онлайн-платежів (ApplePay, PayPal, Stripe і GoogleWallet), а також мобільних додатків (Uber, Nike, TheNewYorkTimes, ilMolino, Domino's, Ecolines, Нова Пошта) в електронну торгівлю оптимізують процес як для продавців, так і для покупців, подвоюючи обсяги купівлі-продажів. Використання таких новітніх інструментів, як чат-боти, голосовий помічник і технології віртуальної реальності (3D-сайту) формують нові форми комунікації між продавцем та покупцем [1, с.212].

З розвитком телекомунікацій відкрилися нові можливості для компаній, зокрема – проведення маркетингових досліджень за допомогою електронних ЗМІ, використання більш широкого спектра інструментів для впливу на більш широку цільову аудиторію [4, с.210].

Електронний маркетинг включає в себе інтернет-маркетинг, та являє собою маркетингову діяльність підприємства, управління якою здійснюється на основі електронних технологій. Науковий прогрес, усебічна інформатизація суспільства, розвиток концепції маркетингу відносин, популяризація сучасних інтернет-технологій призвели до підвищення значущості електронного маркетингу в процесі формування маркетингової системи взаємодії, найбільш важливим суб'єктом якої є покупець. Електронний маркетинг (е-маркетинг) у системі відносин підприємства з покупцями – це маркетингова діяльність підприємства, спрямована на формування та підтримку довгострокової системи його відносин із покупцем як ключовим суб'єктом взаємодії, зв'язки з котрим підтримуються із застосуванням сучасних електронних технологій [3, с.105].

Необхідно відзначити низку переваг електронного маркетингу:

- більш широке охоплення населення, відсутність географічних кордонів;
- більша рентабельність;
- різноманітність засобів просування (телебачення, радіо, Інтернет, мобільні телефони, реклами, що говорять, електронні кіоски тощо);
- доступність розрахунку; - мінімізації витрат тощо [4, с.210].

Для побудови ефективної системи взаємодії підприємства з покупцем необхідно застосувати унікальні можливості електронного маркетингу, в тому числі значною мірою інтернет-маркетингу, для проведення маркетингових досліджень, у тому числі інтерактивних. Відносини з покупцем, побудовані з використанням інструментів електронного маркетингу, дозволяють скоригувувати товарну та цінову політику. Збутова політика отримує нові можливості не тільки з погляду підвищення обсягів збуту, але й нові форми оплати за товар або послугу, більш широкі можливості надання додаткових послуг (он-лайн консультування, он-лайн розстрочки та кредитування тощо).

Отже, електронний маркетинг може впливати на споживчу цінність у декількох напрямках:

- знижувати вартість товару для споживачів за рахунок зниження накладних видатків, виконання деяких функцій самими споживачами і т. п.;
- збільшувати вигоди від придбання товару за допомогою індивідуалізації пропозиції, адаптації характеристик товару до конкретних потреб клієнта, зручності здійснення покупки, від самообслуговування при замовленні товару та відстеженні замовлення, можливості придбання різних товарів в одному місці[3, с.106].

Задоволеність споживача на електронному ринку залежить як від технічного стану споживчого інтерфейсу (його безпеки, надійності, швидкодії, простоти, якості втримування, безпеки та надійності системи платежів), так і маркетингових аспектів цього інтерфейсу (привабли-

вості використовуваних стратегій ціноутворення, якості обслуговування, надійності логістичної підтримки). Задоволеність споживача проведеною операцією на електронному ринку сприяє не тільки повторним покупкам, але й створює довіру до електронного бізнесу, яка підтримується репутацією підприємства і якістю його комунікацій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Боковець В. В.; Давидюк, Л. П. Електронна торгівля і її значення для розвитку бізнесу. Вісник, 2021, 1210. С. 210-214. DOI: 10.31891/2307-5740-2021-290-1-37
2. Боковець В.В.; Швед В.В. Стратегічне управління : навч. посіб. Вінниця : ВФЕУ. 2012. 149 с.
3. Маловичко С. В. Електронний маркетинг у системі відносин підприємства з покупцями. Науковий вісник ПУЕТ. Серія «Економічні науки», 2021, 3 (65). С. 104-108
4. Маловичко С. В. Електронна комерція, електронний маркетинг: понятійний аналіз. Науковий вісник Херсонського державного університету, 2015, 10: 209-212. С. 209-212

УДК: 005.574-029:174

ТРИГУБ К.А., студентка 2 курсу
Науковий керівник – **ВИХОР М.В.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ТА ВЕДЕННЯ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ

Досліджені етичні аспекти підготовки та ведення ділових переговорів. Обґрунтовані принципи ведення ділових переговорів, що можуть забезпечити їх успіх. Підтверджено позитивний вплив дотримання етичних норм на результативність ділових переговорів.

Ключові слова: комунікація, етика ділового спілкування, переговори, діловий партнер.

Комунікація – це обмін інформацією, досвідом та знаннями. Саме завдяки комунікації ми можемо розуміти інших людей. Усі постійно стикаються з тим, що потрібно домовлятися про щось та розв'язувати різноманітні проблеми. Це може відбуватися як у повсякденному житті, так і у діловому. Тому варто розрізняти такі ситуації та застосовувати різні підходи у спілкуванні. Етика ділового спілкування – це процес взаємодії ділових партнерів задля налагодження нових зв'язків та покращення наявних шляхом дотримання етичних норм спілкування [1].

Ділове спілкування організації проявляється у веденні переговорів. Переговори – це метод, який використовують для укладення угоди за допомогою ділового спілкування. Головною метою переговорів є врегулювання інтересів у єдине русло задля досягнення спільного рішення та подальшої співпраці.

Хороші переговори значно сприяють успіху організації, оскільки вони: допоможуть побудувати кращі стосунки, надаватимуть довгострокові та якісні рішення та допоможуть уникнути майбутніх проблем і конфліктів.

Не зважаючи на те, чи це підписання дуже важливого контракту, або ж звичайного договору постачання – варто готуватися до кожних переговорів дуже ретельно. Чим більше уваги приділяється підготовці, тим більші шанси на отримання потрібного результату. Не дарма Харві Маккей, автор книги «Як вціліти серед акул», спрямував свою головну думку на те, що переговори зможе виграти той, що має більше інформації, кращий план та більшу майстерність [2].

Підготовка до переговорів повинна йти шляхом двох основних аспектів: організаційних та змістових напрямів. Організаційними є такі питання, як: визначення часу, місця, регламенту, програми та складу переговорної делегації. Змістовими ж є: аналіз самої проблеми, інформації про партнера, співвідношення власних інтересів та інтересів партнера [3].

Знання норм етики та ведення переговорів корисні для ведення будь-яких ділових зустрічей. Кожна етична справа, з якою можна зустрітися, матиме свої особливості та нюанси, але

є кілька принципів, які всі учасники переговорів повинні пам'ятати, перебуваючи за столом переговорів.

1. Принцип взаємності. Часто ми стикаємося із фразою «Ставтесь до інших так, як хочете, щоб ставилися до Вас» і не дарма. Адже сама завдяки такому правилу можна побудувати правильну стратегію своєї поведінки у взаємодії із діловим партнером.

2. Принцип спадщини. Потрібно розуміти чи відображають ті дії та методи у переговорах те, що Ви хотіли, щоб про Вас запам'ятали.

3. Принцип інтересів. Під час переговорів важливо пам'ятати про інтереси своєї організації та інтереси зацікавлених сторін.

4. Принцип чесності. Варто бути правдивим та не вводити в оману свого ділового партнера, оскільки якщо Ваш обман розкриється, то репутацію повернути буде не дуже просто.

5. Принцип емоційної стабільності. Не дивлячись на те, які у Вас емоції, не варто показувати їх усім учасникам переговорів. Потрібно бути стриманим та вести переговори спираючись на факти, а не на емоції.

6. Принцип обіцянок. Що б Ви не вирішили взяти на себе під час переговорів, варто бути переконаним у тому, що Ви робите саме те чого хочете самі, адже варто дотримуватися своїх обіцянок задля збереження своєї репутації та репутації організації.

7. Принцип поваги. Шанобливе ставлення до усіх партнерів – це завжди правильно.

8. Принцип порад. Якщо Ви розумієте, що Ваші емоції можуть нашкодити переговорам, потрібно звернутися до незалежної третьої сторони за порадою, яка допоможе зрозуміти, чи раціонально була обміркована ситуація, перш ніж почати переговори.

Хороші переговори залишають кожную сторону задоволеною і готовою знову вести справи один з одним.

Переговори вимагають вміти як брати, так і віддавати. Ви повинні прагнути створити ввічливу та конструктивну взаємодію, яка буде безпрограшною для обох сторін. В ідеалі успішні переговори – це те, коли Ви можете піти на поступки, які мало для Вас означають, і дати іншій стороні те, що для неї багато означає. Ваш підхід має сприяти доброзичливості, попри відмінності в інтересах організацій.

Таким чином, вміння правильно побудувати процес етичного спілкування на переговорах має великий вплив на результат і для його побудови варто знати багато особливостей ділових комунікацій. Тільки тоді спілкування буде якісним та даватиме можливості для побудови тісних та продуктивних зв'язків між партнерами.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гах Й. М. Етика ділового спілкування : навч. посібник. К. : Центр навч. літератури, 2005. 160 с.
2. Маккей Х. Як вціліти серед акул : пер. з англ. М. : Економіка, 1991. 172 с.
3. Трейсі Б. Переговори : пер. з англ. М. : Манн, Іванов і Фербер, 2014. 144 с.

УДК:338.242.4.025.2:331.5-053.6

ТУРСУНОВ А.О., студент 4 курсу

vistouv@gmail.com

Науковий керівник – **АРБУЗОВА Т.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ ТА ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ

З'ясовано зміст ринку праці та зайнятості молоді, специфіку їх державного регулювання. Запропоновано заходи розв'язання проблем зайнятості й безробіття молоді.

Ключові слова: зайнятість молоді, ринок праці, безробіття, працевлаштування, робочі місця.

Більшість молоді стикаються з проблемами під час пошуку свого першого місця роботи, не мають доступу до інформації про можливі перспективи та не мають навичок, які потрібні роботодавцям. В Україні молодіжне безробіття вважають однією з найактуальніших проблем, оскільки воно впливає на економіку та стабільність держави.

Зайнятість – це діяльність людей, спрямована на задоволення їх особистих потреб (в отриманні заробітку та реалізації трудових здібностей) та суспільних потреб (у виробництві необхідної суспільству продукції здатними до цього процесу особами). Зайнятість приносить дохід у грошовій або іншій формі й реалізується на ринку праці. Ринок праці – це система суспільних взаємовідносин, пов'язаних із купівлею та продажем трудових послуг працівників. Це своєрідна біржа, на якій продаються-купуються знання та вміння фахівців. Особливість ринку праці полягає в охопленні не тільки робочої сили, а й сфери виробництва товарів, виконання робіт, надання послуг, де найманий працівник реалізує свою робочу силу.

Відповідно до законодавства України молоддю вважаються громадяни у віці від 14 до 35 років [1]. Молодь є важливим економічним ресурсом держави, привабливим для ринку праці завдяки фізичним та розумовим здібностям таких осіб. При цьому молоді люди є найбільш вразливим сегментом цього ринку через відсутність досвіду роботи, тому участь молоді у ринку праці, зменшення рівня її безробіття є надзвичайно важливим питанням для будь-якої країни.

Чинне законодавство України визначає порядок сприяння зайнятості молоді та наданням стимулів для стажування на різних підприємствах. Стаття 197 Кодексу законів про працю передбачає порядок надання працездатній молоді віком від 15 до 28 років першого робочого місця на строк не менше 2-х років після закінчення навчання в освітніх закладах, звільнення в запас по завершенню військової служби. Для молодих спеціалістів-випускників державних закладів освіти, що навчалися за замовленнями підприємств та організацій, такий строк становить не менше 3-х років [2].

Найбільш економічно активними є молоді люди у віці 30-34 років – понад 83 %, на другому місці особи віком 25-29 років – майже 80 %, найменш активна молодь 15-24-річного віку – трохи менше за 34 %, що пояснюється тим, що переважна кількість таких осіб (84 %) навчається і не входить до складу робочої сили [3]. Щорічно до фахівців Державної служби зайнятості звертаються лише 5-7 % випускників вишів, а більша частина молоді шукає роботу самостійно, за допомогою знайомих, Інтернету та оголошень [4]. В Україні для сегмента молодіжної зайнятості також характерним є те, що рівень безробіття знижується в міру переходу у старші вікові групи молоді, існує структурний дисбаланс між попитом та пропозицією праці, значний рівень неформальної зайнятості.

Ситуація на українському ринку праці є досить складною для молодих людей, які мають інвалідність – близько 74 % з них є безробітними. Перешкоди для працевлаштування таких осіб полягають в тому, що роботодавці не мотивовані створювати робочі місця людям з особливими потребами, оскільки для цього потрібні значні фінансові вкладення, час і дотримання спеціальних заходів щодо умов праці [5, с. 11].

Для розв'язання проблем зайнятості й безробіття молоді вбачаємо за потрібне: створення молодіжної біржі праці; розробку й просування проєктів, орієнтованих на фінансування заходів, які сприятимуть підвищенню зайнятості молоді; розробку програм міжнародного обміну студентами з метою стажування та підвищення кваліфікації; розробку заходів для поліпшення комунікаційних навичок молоді; під час навчання в освітніх закладах проводити навчальну та виробничу практики в реальних умовах. З цією метою мають бути створені нормативно-правові умови для організації такої практики з відповідними чіткими преференціями для державних і особливо приватних підприємств та організацій, що приймають у себе практикантів. Таким чином розрив між освітніми програмами вишів і вимогами реального сектору економіки скорочуватиметься, здобувач буде розуміти потреби практичної сфери і спрямовуватиме свій освітній попит на їх задоволення тощо.

Розв'язанню проблем з працевлаштуванням інвалідів з числа молоді сприятиме введення моніторингу і організація діяльності контролюючих органів, які перевірятимуть підприємства та фірми на предмет облаштованості робочих місць під потреби людей з особливими потребами.

Очевидним тут є необхідність формування та реалізації державних програм фінансової, податкової, кредитної, іншої підтримки підприємств та організацій, що наймають молодих людей з інвалідністю.

Актуальним є питання розширення часового проміжку для висвітлення в школах та вишах теми профорієнтації та майбутнього працевлаштування. Ознайомленість молоді із можливими місцями праці в перспективі та її розуміння майбутнього місця на ринку праці сприятиме підвищенню ефективності профорієнтаційних заходів. За останні роки суттєво зросла поширеність доступу населення України до Інтернету. Через це більшість молоді хоче пов'язати свою трудову діяльність майбутньому із цифровими технологіями, оскільки вони стали невіддільною частиною повсякденного життя. Проте більшість сфер діяльності, які пропонують робочі місця на ринку праці, не готові або покищо не адаптувались до бажання молоді працювати на посадах, пов'язаних із інформаційними технологіями. Для того, щоб усунути дану проблему, потрібно, по-перше, зацікавити підприємства в застосуванні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, по-друге, залучати ІТ-компанії до влаштування курсів та тренінгів, щоб покращити знання, вміння та навички їх використання. Це дозволить використати здатність сучасної молоді швидко пристосувати економічні процеси суб'єктів господарювання до актуальних інформаційних технологій, без чого неможливий прогресивний розвиток.

Державне регулювання молодіжного ринку праці та зайнятості є важливим для розвитку національної економіки та для підвищення добробуту суспільства. Зайнятість молоді, з одного боку, є проблемою для роботодавців через брак досвіду молодих людей, а з іншого боку – потенціалом для них, яким варто скористатися на взаємовигідних началах.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про основні засади молодіжної політики : Закон України від 27.04.2021 р. № 1414-IX. Дата оновлення: 27.04.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text> (дата звернення: 10.05.2022).
2. Кодекс законів про працю: Закон України від 10.12.71 № 322-VIII. Дата оновлення: 07.05.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (дата звернення: 10.05.2022).
3. Стан зайнятості молоді в Україні (результати досліджень): Інформатор. URL: <https://gurt.org.ua/news/informator/73172/> (дата звернення: 10.05.2022).
4. Питання працевлаштування молоді та шляхи їх вирішення : Львівський обласний центр зайнятості. URL: <https://lviv.dcz.gov.ua/novyna/pytannya-pracevlashtuvannya-molodi-ta-shlyahy-yih-vyrishennya> (дата звернення: 11.05.2022).
5. Козак О., Боскович Б., Оленік К. «Мріємо та діємо». Дослідження ринку праці (заключний звіт): USAID, Червень 2021 р. 68 с. URL: <https://makingcents.com/wp-content/uploads/2020/11/UNITY-LMA-Report-Ukrainian-September-2021.pdf> (дата звернення: 09.05.2022).

УДК: 658.15.

ФУРСЕНКО А.С., студент 1 курсу магістратури

Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.М.**, д-р екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Узагальнено сутність сучасних концепцій управління вартістю підприємства та виділити основні драйвери зростання ринкової вартості бізнесу. Розкрито сутність системи фінансового управління вартістю підприємства, визначено систему показників оцінки впливу управлінських рішень на ріст вартості організації. Обґрунтовано, що зростання вартості підприємства доцільно розглядати в аспекті: покращення фінансових та операційних результатів; підвищення споживчої цінності; наявності системи інформації про процеси; розробки плану щодо навчання персоналу. Виділено елементи системи управління вартістю: інформаційне забезпечення, фаховість системи менеджменту, підсистема контролю та моніторингу досягнення стратегічних цілей.

Ключові слова: управління вартістю, підприємство, фінансове управління вартістю.

Середовище функціонування підприємницьких структур характеризується динамічністю та високою складністю, які вимагають розробки дієвих підходів до фінансового управління та його орієнтації на досягнення довгострокових стратегічних цілей, таких як максимізація прибутку та вартості бізнесу. При цьому досягнення цієї стратегічної цілі можливо лише за умови створення ефективної системи управління вартості та неперервного розвитку її складових. Отже, одним із ключових факторів успіху підприємства, яке орієнтується до росту вартості, є наявність комплексної системи фінансового управління вартістю підприємства, яка враховує специфіку його діяльності.

На сьогодні розроблено значну кількість концепцій управління вартістю, серед яких доцільно розглянути підхід Раппапорта [1]. Автором систематизовано фактори створення вартості, які є драйверами росту, зокрема: рентабельність підприємства; ріст його продажів; обсяг інвестицій в оборотний капітал; величина капітальних затрат; ефективна ставка податку на прибуток; вартість позикового капіталу; прогностичний період. Цікавою є думка Раппапорта, що бухгалтерські дані підприємства не завжди підходять для цілей управління вартістю підприємства.

У свою чергу, А. Дамодаран запропонував наступні чинники створення вартості: ріст розміру вільних грошових потоків організації; темп зростання очікуваних грошових потоків у прогностичному періоді; вартість позикового капіталу [2].

Альтернативними концепціями, в яких розглядається управління вартістю підприємства, є концепція В. Бівера, Т. Дональдсона, Л. Престона. Цей підхід передбачає, що метою організації є приріст користі для працівників, акціонерів та інших сторін, а їх інтереси є однаково пріоритетними, незважаючи на те, що вони в окремих випадках конфліктують один із одним, що визначає складність процесу управління вартістю [3,4].

На думку інших зарубіжних дослідників, важливу роль в управлінні вартістю організації відіграють наступні ключові фактори: підтримка вищого керівництва; удосконалення процесу прийняття управлінських рішень, які входять в компетенцію виробничого, а не лише фінансового персоналу; накопичення критичної маси шляхом нарощення досвіду та навиків; інтеграція принципів управління вартістю в процес управління; особлива увага приділяється практичним аспектам; аналіз стратегічних питань проводити в ув'язці із особливостями кожної одиниці, а не на основі узагальнених принципів; наявність необхідної інформації; використання простих форм звітності та моделей вартісної оцінки, що полегшує роботу менеджерів; ув'язка системи мотивації зі створенням вартості; оцінка потреби в капіталі та людських ресурсах на основі вартості [5].

Відомим підходом до управління вартістю організації є підхід EVA (ValueBasedManagement), розроблений у 80-х роках. Серед найбільш поширених моделей управління вартістю можна виділити: модель економічної доданої вартості (EVA); модель ринкової доданої вартості (MVA); модель повного доходу для акціонерів (TSR); модель повного доходу бізнесу (TBR); модель грошової доданої вартості (CVA).

Під системою управління вартістю розуміють сукупність елементів, які забезпечують цілісний неперервний процес прийняття рішення, спрямованих на ріст вартості підприємства та дозволяють оцінювати його ефективність. Впровадження системи фінансового управління вартістю передбачає поетапний план, який включає розробку та реалізацію основних елементів: методичного, кадрового, інформаційного та інших елементів. Очевидно, що в якості важливих елементів методичного забезпечення процесів створення вартості доцільно використовувати стратегічні карти компанії, які вперше запропоновано у працях Р. Каплана і Д. Нортон [6].

Вважаємо, що зростання вартості підприємства доцільно розглядати у складі таких стратегічних завдань: покращення фінансових результатів; підвищення споживчої цінності; покращення операційних результатів; наявність системи інформації про процеси; наявність плану щодо навчання персоналу.

З метою налагодження ефективної роботи системи управління вартістю важливим елементом є кадрове забезпечення, тобто наявність кадрів, мотивованих та націлених на досягнення стратегічних цілей. З метою створення фахового кадрового забезпечення системи управління вартістю необхідно враховувати особливості діючої організаційної структури підприємства.

При цьому, організації не доцільно наймати окремих фахівців, а по можливості залучити більш результативних із працюючих.

У випадку, коли система управління вартістю успішно використовується підприємством, весь менеджмент, який беруть участь в розробці та прийнятті управлінських рішень щодо максимізації вартості, забезпечені необхідною інформацією та стимулами, У зв'язку із цим, до важливих елементів системи управління вартістю доцільно віднести інформаційне забезпечення.

Наявність дієвої системи інформаційного забезпечення пов'язано із необхідністю систематичного відстеження змін в організації. У зв'язку із цим після виявлення факторів, зміни яких в найбільшій степені впливають на вартість підприємства, необхідно розробити систему, яка сприятиме відстеженню ключових показників. В умовах диверсифікованої організації може бути впроваджено у кожен бізнес-одиницю підприємства, яка в подальшому буде агрегованою в консолідовану інформаційну систему.

Одним із важливих елементів системи управління вартістю є підсистема контролю та моніторингу виконання цілей, яка включає аналіз кількісних та якісних показників досягнення цілей. Традиційні фінансові показники, такі як прибуток або динаміка підвищення прибутковості, не завжди є об'єктивними для створення вартості. При цьому підприємствам необхідно досягати не фінансових цілей таких як, підвищувати рівень задоволення споживачів, інноваційності продукції, а також працівників. Всі ці цілі не суперечать максимізації вартості, навпаки, успішні організації формують та посилюють конкурентні переваги у нинішніх умовах саме на основі цих чинників.

У якості основних вимог до звіту моніторингу дієвості системи управління вартістю слід виділити наступні: перелік розрахованих показників повинен залежати від поставленої стратегічної цілі; обрані показники повинні враховувати специфіку економічної діяльності підприємства та враховувати всі сфери, на які можна впливати; показники необхідно аналізувати в динаміці.

Узагальнюючи вищезазначене можна зробити висновок про те, що з метою забезпечення ефективності системи управління вартістю необхідно: визначити чітку в кількісних та якісних показниках стратегічну ціль та орієнтири її досягнення; підтримувати систему управління вартістю з боку менеджменту підприємства; наявність методики для розрахунку показників, моніторинг яких дозволяє оцінити досягнення стратегічної цілі; гнучкість управління операційними та фінансовими процесами, запровадження системи ризик-менеджменту; достатність ресурсів на підтримку системи управління вартістю; заінтересованість працівників у досягненні стратегічної цілі; планування роботи системи управління вартістю.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Rappaport, A. Creating shareholders value: A guide for managers and investors. Free press - New York. 1999. 340 p.
2. Damodaran A. Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset October 11. 1995. 544 pp.
3. Beaver, W.H. Financial Ratios as Predictors of Failure / Empirical Research in Accounting Selected Studies / W.H. Beaver. 1966. № 4 P. 71-111.
4. Donaldson, T., Preston L. Shareholders revolution and the Clarkson principles. 1995. № 1 P. 65-91.
5. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д. Стоимость компаний: оценка и управление. 2-е изд. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес». 2002. 565 с.
6. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию: пер. с англ. Москва. 2005. 283 с.

ХРОМЕНКО В.Я., студентка 3 курсу

hromenkovika@gmail.com

Науковий керівник – **ЩУК В.В.**, викладач економічних дисциплін

Технологіко-економічний фаховий коледж

Білоцерківського національного аграрного університету

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ГРУПИ КОМПАНІЙ “КЕРНЕЛ”

Тема даного дослідження, а саме формування та удосконалення ефективного механізму управління виробничим потенціалом, актуальна для підприємств будь-якої форми господарювання, оскільки забезпечує стійке конкурентне становище на ринку, навіть за складних економіко-політичних умов. На прикладі Групи компаній Кернел розглянемо порушені питання, які потребують розроблення ефективного механізму удосконалення розвитку виробничого потенціалу підприємства.

Ключові слова: механізм управління виробничим потенціалом, удосконалення розвитку управлінських технологій, сутнісна характеристика, ресурсна складова, інструменти та важелі підприємства.

Виробничий потенціал являється фактором забезпечення розвитку господарського механізму промислових підприємств, який містить в собі засоби виробництва, трудові, фінансові, інноваційні, інтелектуальні, матеріальні ресурси та ін., що забезпечують господарську діяльність підприємства з метою одержання максимально можливого виробничого результату при найбільш повному їхньому використанні за продуктивністю і часом.

На ефективність потенціалу впливають чимало факторів, такі як цілісність, взаємодія складових та їхня взаємозамінюваність, потужність, гнучкість та соціальність, тому для успішного функціонування і забезпечення конкурентоспроможності підприємства хоча б на внутрішньому ринку необхідно якісно та правильно розвивати елементи виробничого потенціалу, котрі мають бути збалансовані не лише між собою, а й мати динамічну рівновагу з нестійким зовнішнім середовищем.

На жаль, чимало наших підприємств при розробленні сучасного механізму управління виробничого потенціалу не враховують новітні управлінські технології для успішності у досягненні поставлених стратегічних цілей і завдань задля покращення рівня ефективності його виробництва на прикладі європейських партнерів, використовуючи лише за основу традиційні інструменти та методи управління. Звідси виникає низка проблем спровокована недоліками політики українських підприємств:

- Акцент на підприємствах здійснюється на управління наявними ресурсами, а не виробничим потенціалом;
- Не приділяється належна увага взаємодії між окремими групами ресурсів підприємства;
- Зазвичай не проводиться оцінка ефективності використання потенціалу підприємств, і, звідси ж, відсутні заходи щодо підвищення даного показника;
- У рамках найбільш використовуваних підходів до управління виробничим потенціалом не розглядається вплив динамічного зовнішнього середовища, за рахунок якого можуть виникати обмеження розвитку потенціалу та пришвидшення розвитку, завдяки, чіткої орієнтованості виробничої та збутової діяльності на клієнтів.

Яскравим прикладом являються українські компанії ПрАТ «ЖЛК-Україна», ТМ «Тулчинка», ТОВ «Домінік Ко», які наслідують дану політику щодо управління виробничим потенціалом і мають проблеми з технологічним відставанням та маркетинговою і збутовою політикою.

Проаналізувавши діяльність підприємств, можна виділити наступні методи для покращення механізму управління виробничого потенціалу:

– постійно здійснювати дослідження у випадку зміни ресурсної складової, яка безпосередньо має вплив на розвиток та удосконалення механізму управління виробничим потенціалом підприємства;

– забезпечувати розробку новітніх технологій, інструментів та важелів, які будуть виникати в разі зміни зовнішнього і внутрішнього середовища існування підприємства;

– задля підвищення рівня ефективності виробництва підприємства залучати новітні управлінські технології.

Аналізуючи компанію «Кернел» можемо зробити висновок, що підприємство займає провідне місце в агрономічній галузі України та добре відоме за її межами, яке успішно та динамічно розвивається з часу її створення в 1995 році. Механізм управління виробничим потенціалом, завдяки якому обсяги компанії невинно зростають з кожним роком, посідаючи лідируюче місце експортера України, яскраво виражений в даній сутнісній характеристиці.

Таблиця 1 – Загальна система механізму управління виробничим потенціалом підприємства Кернел (на базі трудових, фінансових та виробничих елементів)

Організація	Організація оптимальних термінів постачання, оптимізація виробництва
Аналіз	Аналіз сучасної ринкової ситуації, принципом універсальності, метою якого є досягнення оптимуму користі при мінімальних витратах, щорічне оцінювання корпоративних компетенцій кожного співробітника
Прогнозування та планування	Планування роботи лише з тими постачальниками, які характеризуються незначними коливаннями у витратах, стабільною регулярністю споживання і високою точністю прогнозування в експлуатації
Мотивація	Пропонування працівникам конкурентної системи винагород, забезпечення соціальних гарантій
Контроль	Матеріальне та моральне стимулювання працівників, оцінка якості продуктів виробництва щодо загальних стандартів
Нормування і регулювання	Своєчасне реагування на звернення партнерів, захист репутації компанії, виконання умов контрактів, вчасне проходження аудиту і оприлюднення фінансової звітності і операційної діяльності
Заходи щодо підвищення внутрішнього потенціалу	Тренінги до корпоративних програм MBA, стажування робітників за кордоном, удосконалення ділової культури ведення національного бізнесу

Також безпосередньо інструментами управління компанії являється їх миттєва синхронізація зі стрімким розвитком галузі й новітніх інтелектуальних технологій та впровадження масштабних проєктів. Важелями підприємства для виконання стратегічних цілей являються санкції: матеріальна відповідальність за недоліки в роботі, оцінка роботи і помилок працівників, які включаються в річну звітність успішності та стимулювання до удосконалення навичок робітників.

Отже, механізм управління виробничим потенціалом підприємства – це складна економічна категорія, в якій варто приділити достатню кількість уваги саме детальному вивченню, і, відповідно, постійному удосконаленню, адже при органічній єдності всіх елементів промислового підприємства забезпечує готовність і здатність здійснювати встановлені функції в процесі реалізації мети.

На прикладі Групи компаній «Кернел» ми можемо чітко виділити правильність розробки та використання механізму та його результати, такі як: підвищення його конкурентного положення на світовому ринку та досягнення поставлених економічних цілей.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Герасимчук З. В. Виробничий потенціал регіону: методика оцінки та механізми його нарощення : монографія [Текст] / З. В. Герасимчук, Л. Л. Ковальська. – Луцьк : ЛДТУ, 2008. – 242 с
<https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/522.pdf>
2. Бова Т. В. Оцінка ефективності використання виробничого потенціалу сучасних промислових підприємств [Електронний ресурс] / Т. В. Бова. – Режим доступу:
http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2008_12/2/bova.pdf

3. Сайт компанії «Кернел» <https://www.kernel.ua>
4. Сайт ПрАТ ЖЛК-Україна <http://jlc-ukraine.com.ua/>
5. Сайт ТОВ «Домінік-Ко» <https://dominik.ua/>

УДК: 339.9-047.44:338.439.4:637.1

ХМЕЛЬНИЦЬКА С.А., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **БАТАЖОК С.Г.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ОЦІНКА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИКІВ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Експортний потенціал доцільно трактувати як складову економічного потенціалу підприємства, яка включає в себе можливість виробляти експортоорієнтовану та стандартизовану продукцію для зовнішнього ринку.

Ключові слова: експортний потенціал, світовий ринок, молочна продукція, зовнішнє середовище.

Важливою складовою оцінки експортного потенціалу підприємства є зовнішньо-орієнтований аналіз кон'юнктури та інтенсивності конкуренції на ринку.

Найбільш динамічно зростає ринок молочної продукції у США, найбільший ринок за кількістю споживачів – Китай.

За обсягами реалізації молочної продукції в 2020 р. лідерами є: США (85 013 млн. дол.); Китай (76 030 млн. дол.); Індія (71 420 млн. дол.); Бразилія (38 732 млн. дол.); Росія (38 113 млн. дол.) [1]. Для порівняння, реалізація молочної продукції України становив 3548,8 млн. дол., тобто 0,5% світового ринку. Прогнозується, що до 2023 року обсяг ринку складе 811,4 млрд. дол. США.

На світовому ринку домінують а серед продуктів готових до вживання: молоко, масло, сир, йогурт, заморожені десерти.

В Україні 2020 р на 23 % зменшилася вартість експортованих молочних продуктів і становить 172 млн. дол. Отриманими найбільшими валютними надходженнями є: реалізація сухого і згущеного молока (56 млн. дол.), масло і молочні пасти (49 млн. дол.), різні сири (24 млн. дол.), молочна сироватка (22 млн. дол.), незгущене молоко і вершки (12 млн. дол.) [2].

Основними факторами зростання попиту на молоко та молочні продукти є: ріст рівня доходів, більш свідоме споживання із врахуванням корисності продукту, процвітання харчової промисловості загалом. Позитивним фактором впливу є впровадження технологій автоматизації на молочних фермах. Спостерігається ріст попиту на екологічні продукти без добавок, консервантів та хімікатів (так звані *clean label products*). Виробники мають можливість розширювати органічне виробництво молочних продуктів.

Тенденціями розвитку продукції світового молочного ринку є:

Динамічний сегмент розвитку безлактозної молочної продукції. Попит на таку продукцію зумовлений тим, що все більше людей виявляють в себе алергію на лактозу. Зокрема, в Китаї це 90% населення, у США – 5%, в Європі – 10%. Відповідно, зростає попит на безлактозну продукцію (йогурт, молоко, сир тощо), зростають обсяги її продажу та підвищується диверсифікація. Середньорічний ріст ринку безлактозних молокопродуктів складає 7% [3].

В країнах, що розвиваються, зростає споживання самих свіжих молочних продуктів. Розвинені країни в основному надають перевагу переробленим молочним продуктам. Споживання та переробка щорічно збільшуватиметься в прогнозі на 2,1% та 1,7%. Головними споживачами до 2026 р. стануть Азія (50%), Африка (16%) та Близький Схід (13%). Основними імпортерами сиру будуть Японія, Китай, США та Мексика. Імпорт Китаю зростатиме щорічно: масло – 3,1%, сир – 4,3%. У світовому імпорті частка складатиме: Китай –

10% (масло) та 7% (сир); Близький Схід та Північна Африка – 19% [4].

Згідно Державної служби статистики, виробництво молока в нашій країні у 2020 р. знизилось до 9,25 млн. тонн, або на 4,2% [5]. Основна причина такої ситуації – це суттєве зниження поголів'яд дійних корів. Причини: сильне падіння ціни на сировину нижчого гатунку від населення, зменшення працездатного населення в селах, трудова міграція, труднощі з утриманням худоби тощо. Деякі підприємства скоротили їх у зв'язку з непевною ситуацією щодо відкриття земельного ринку, неповні виплати компенсацій за програмами державної підтримки, а також значне їх зменшення.

На український та світовий ринки молока впливає: скорочення попиту у громадському харчуванні; великі труднощі у сфері логістики та постачання; збільшення запасів знежиреного молока та масла; очікування суттєвого підвищення цін на корми; рецесія, ріст цін на нафту, зниження доходів; зменшення обсягів споживання.

Стратегічними пріоритетами розвитку молочної галузі України в контексті інтеграції до ЄС мають стати: удосконалення державної політики молочної галузі; якомога ефективніше використання виробничих потужностей молокопереробних підприємств, одночасно з впровадженням інновацій та підвищенням якості продукції; диверсифікація напрямків експорту молочної продукції за країнами та видами продукції, що мають найвищий рівень експортного та не реалізованого потенціалу; розробка довгострокових стратегій компаній, які дадуть змогу завоювати нові сегменти європейського ринку молокопродуктів, ефективний менеджмент господарюючих суб'єктів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Зовнішньоторговельний обіг продукції АПК/Демчак І.М., Митченко, Трофімова Г.В. та ін. К.: НДІ "Укragропромпродуктивність", 2020. 50 с.
2. Агропродовольчий експорт України 2020 році URL: <http://uaexport.org/category/analitika/>
3. Молочний ринок – зростання, тенденції та прогноз (2019-2024). URL: <http://milkua.info/uk/post/molocnij-rinok-zrostanna-tendencii-ta-prognoz-2019-2024>.
4. Секторальна експортна стратегія 2019-2023 Дослідження URL: file:///C:/Users/%D0%B4%D0%BE%D0%BC/Downloads/Food_and_Beverages_Sector_UKR_fin_1809.pdf
5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК: 339.5.332

ЧЕРНЕНКО О.С., студент 4 курсу
sashaczv68@gmail.com

Науковий керівник – **ОДНОРОГ М.А.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОЇ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ

Метою роботи є пошук відповідних показників для оцінки взаємозв'язку між інвестиціями в основний капітал сільського господарства, а також використання сільськогосподарського експорту в умовах формування експортоорієнтованої аграрної економіки.

Ключові слова: інноваційний та інвестиційний розвиток, кластерний аналіз, метод основних компонентів, регіональні сільськогосподарські системи, державна підтримка.

У сучасних умовах розвиток інноваційної та інвестиційної діяльності в сільському господарстві є драйвером забезпечення продовольчої безпеки та збільшення експортного потенціалу України. Проблема формування експортоорієнтованої регіональної аграрної економіки як у провідних аграрно-орієнтованих країнах, так і в Україні нерозривно пов'язана з підвищенням ефективності впровадження інноваційних технологій та високотехнологічної продукції в сільськогосподарському виробництві.

У сучасних умовах розвиток інноваційних технологій та зарубіжних досліджень відзначають освоєння нових технологій і методів вирощування сільськогосподарських культур як один із пріоритетів сталого сільського господарства [1, с. 18].

Переведення сільського господарства на нову технологічну основу відображається у використанні програмних методів створення оптимальних проектів в аграрній сфері [2, с. 40].

У той же час високий ступінь диференціації українських регіонів у розрізі географічного положення, природно-кліматичних умов та рівня ресурсозабезпеченості, що виступає як істотне обмеження на формування нових експортних позицій, випереджає необхідність розробити диференційовану державну політику для кожного типу регіонів та обґрунтувати ключові стратегії для управління інноваційною та інвестиційною діяльністю з метою посилення ефекту мультиплікатора інвестицій не тільки на виробництво, а й на експорт.

У контексті інноваційної трансформації економіки зростає роль державної політики, що полягає у моніторингу та пошуку інструментів підвищення ефективності функціонування в сільськогосподарських систем на всіх рівнях господарювання.

Проблеми стратегічного управління та підтримки прийняття управлінських рішень у сфері інноваційного розвитку регіональних агросистем можна вирішити за допомогою засобів діагностики моніторингу стану регіональних інноваційних агросистем.

Однією з умов диверсифікації експорту продовольства є стимулювання виробництва інноваційних товарів з високою доданою вартістю, що актуально для переважної більшості регіонів України [3, с. 41].

Для регіонів усіх кластерних груп рекомендуємо забезпечення умов для підвищення інноваційної активності сільськогосподарських підприємств шляхом активнішого залучення інвестиційних ресурсів у розвиток галузей, які здійснюють глибоку переробку сировини.

Для досягнення цілеспрямованості заходів державної підтримки доцільно використовувати такі інструменти, як субсидування інвестиційного кредитування, стимулювання купівлі сільськогосподарськими виробниками техніки та обладнання з високою інноваційною складовою, відшкодування частини прямих витрат на створення та модернізацію об'єктів.

Задля розширення експортного потенціалу необхідна інноваційно-інвестиційна стратегія, яка має бути спрямована на впровадження інвестиційних проектів, пов'язаних із цифровою економікою.

Регіони другого кластеру мають високий рівень інвестицій, але з точки зору масштабів виробництва та впровадження інноваційної продукції вони поступаються першому кластеру. Ця обставина перешкоджає здійсненню інноваційних структурних перетворень. Враховуючи специфіку регіональної спеціалізації, рекомендується посилити адресність заходів державної підтримки трансферу та трансферу технологій.

Третій та четвертий кластери характеризуються слабким інноваційним потенціалом для виробництва зерна та продукції тваринництва. Для регіонів цих кластерів рекомендовано створення об'єктів інфраструктури та збільшення вартості технологічних інновацій. У деяких регіонах частка домогосподарств у виробництві сільськогосподарської продукції є високою. Стосовно цих регіонів рекомендується використовувати заходи до стимулювати зайнятість сільського населення та моделювати ефективні інтеграційні зв'язки з сільськогосподарськими та переробними підприємствами. Особливу роль відіграє система підтримки для експортної діяльності (у тому числі інноваційної) малого та середнього українського підприємства.

П'ятий кластер представлений найбільшими регіонами-експортерами зерна. Збільшуючи інноваційно-інвестиційну діяльність, інвестиційна стратегія повинна бути спрямована на створення в експортоорієнтованій інфраструктури зернового ринку. Необхідне більш активне використання механізмів пільгового кредитування та компенсація частини вартості транспортування зерна автомобільним транспортом.

Реалізація сформульованих висновків, концепцій, розроблених підходів, і методів забезпечать комплексний підхід до аналізу та оцінки ефективності регіональних агросистем, що полягає у можливості використання державної інноваційної політики в аграрному секторі еконо-

міки відповідно до потреб конкретних регіонів з метою збільшення його експортного потенціалу.

У подальших дослідженнях ми плануємо розробити методологічні підходи до оцінки та прогнозування оптимального рівня інвестицій в агропромисловий комплекс регіонів України з метою збільшення експортного потенціалу. Обґрунтування ключових стратегій управління інвестиційним потенціалом регіону та прогнозних сценаріїв інвестиційного розвитку регіонів спрямовані на збільшення експортного потенціалу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Архієреєв С. І. Формування ринкового інституціонального середовища інноваційної діяльності. Наукові праці Донецького національного технічного університету. Сер. Економічна. 2004. Вип. 76. С. 17–22.
2. Пестова О. А. Інституціональні аспекти теорії інноваційного розвитку. Академічний огляд. 2011. № 2 (35). С. 38–45.
3. Шпикуляк О. Г. Інституціоналізація інноваційної діяльності в аграрній сфері економіки. Облік і фінанси АПК. 2010. №3. С. 38–45.

УДК: 336.011

ЧУБІНСЬКА Н.О., студент 1 курсу магістратури
Науковий керівник – **ВАРЧЕНКО О.О.**, доктор PhD
Білоцерківський національний аграрний університет

НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ФУНКЦІЇ ФІНАНСІВ ДОМОГОСПОДАРСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Встановлено, що домогосподарство є складовими елементами загальної економічної системи, взаємодіють із державними структурами та суб'єктами підприємницької діяльності на ринках ресурсів, товарів та послуг. Аргументовано, що заощадження домогосподарств є основою формування особистісних інвестиційних ресурсів унаслідок перерозподілу сукупних доходів. Наголошено, що в інвестиційній функції домогосподарства реалізують загальні та специфічні функції фінансів як загальної економічної категорії. Висвітлено інвестиційну функцію фінансів домогосподарств на основі виокремлення специфіки їх сутності у розрізі функцій фондоутворення та розподілу.

Ключові слова: домогосподарство, фінанси домогосподарств, інвестиційна функція.

Сучасні умови розвитку економіки країни, які погіршилися внаслідок агресії Росії, зумовлюють актуальність вирішення існуючих проблем у розвитку основного суб'єкта ринкових відносин – людини, її домогосподарства та всієї сукупності економічних відносин, в яких вони функціонують. Очевидно, що економічне зростання країни визначається ростом матеріального та соціального добробуту населення та залежить від потенціалу та структури розподілу доходів домогосподарств в напрямі економічної, фінансового-кредитної та інвестиційної діяльності, а також якості бюджетних та страхових ресурсів. Окрім цього до питання інвестиційної функції домогосподарств підвищується інтерес у дослідників та практиків внаслідок наявності більш широких можливостей включення населення у різні напрями вкладення фінансових ресурсів – крипто валюту, воєнні облігації, зелені інструменти інвестування, тощо.

Зазначимо, що домогосподарство – це економічний суб'єкт, у рамках якого відбувається відтворення важливого економічного ресурсу – робочої сили [1]. Вивченню функцій фінансів домашніх домогосподарств та визначення наявності у них специфічної, самостійної інвестиційної функції значну увагу приділено вітчизняними науковцями. Зазначимо, що домогосподарство є об'єктом вивчення статистики, економічної теорії, соціології, в більшості дефініцій ототожнюється із родиною. Однак між цими підходами існують відмінності, оскільки родина є соціальною складовою домогосподарства, але домогосподарство може складатися із однієї людини, об'єднувати декілька родин, а також включати представників, які не перебувають у родинних зв'язках.

Економічна категорія «домогосподарство» у сучасній економічній теорії та практиці є найбільш статистично ємкими та універсальним поняттям. Так, у вітчизняній економічній літературі домогосподарства населення розглядають на основі урахування їх функцій та функцій фінансів як: «група людей (родичі, члени сім'ї, індивідів), які спільно ведуть господарство» [2]; сфера зайнятості [3]; суб'єкт економічної діяльності, населення, яке зайнята в сфері виробництва [4]. Зазначені вище підходи до трактування категорії «домогосподарство» свідчать про її багатогранність, однак в фінансовій теорії їх доцільно розглядати через призму фінансових відносин. Отже, за такого підходу домогосподарство слід розглядати як первинну економічну одиницю, об'єднану на основі родинних зв'язків, спільним майном та загальними сімейними фінансами (бюджетом, доходами та видатками) та спроможну забезпечувати відтворення власних умов життєдіяльності та розвитку.

Домогосподарства є складовими елементами загальної економічної системи, взаємодіють із державними структурами та суб'єктами підприємницької діяльності на ринках ресурсів, товарів та послуг. Так, доходи домогосподарств спрямовуються на споживання не в повному обсязі, не спожита їх частина розподіляється між обов'язковими платежами, які включають податки та інші обов'язкові збори, і заощадження. Держава на основі організаційно-економічних важелів може впливати на фінансову поведінку домогосподарств та їх функціонування, зокрема, заощаджувальну.

Заощадження домогосподарств є основою формування особистісних інвестиційних ресурсів, що є можливим у процесі перерозподілу сукупних доходів. Процеси розподілу та перерозподілу процеси сукупного доходу суспільства формують базу первинних доходів домогосподарства та його учасників, а позикові засоби як джерела фінансування домогосподарства визначаються їхніми фінансовими рішеннями. У даному випадку проявляється ресурсоощадна функція фінансів домашніх господарств.

Розподільча функція фінансів домогосподарств є процес розподілу ресурсів на платежі по поточним зобов'язанням і ресурси, які спрямовуються на поточне споживання. Унаслідок розподільчих процесів формується певний рівень споживання, пропорції розмежування доходу на частини, яка споживається та накопичується, форми заощаджень та споживання. Отже, існує можливість виділення інвестиційної функції фінансів домогосподарств у рамках реалізації розподільчої функції.

Відомо, що процес трансформації заощаджень в реальні капіталовкладення найбільш повно розкрито прибічниками кейнсіанської школи. Так, Дж. М. Кейнс, відмічав двоїстість процесу заощадження [5], оскільки його надмірність стримує економічний ріст, що вимагає запровадження заходів щодо стимулювання споживання з метою підвищення показників зайнятості в економіці. Ідея Кейнса базувалася на припущенні, що ощадно-споживча поведінка визначається психологічним законом про схильність людини збільшувати власне споживання за умови підвищення доходу, але в меншій степені порівняно із його ростом. Очевидно, що ідеї Кейнса є актуальними для економіки країни, особливо щодо вирішення питання зайнятості населення. У подальшому ідеї Кейнса були розвинені у працях його послідовників, Р.Харрода, Дж. Робінсона, Дж. Л.С. Шекла, Ф.Модільяні.

Вплив інвестицій на зайнятість та національний дохід розглядається й у контексті економічного ефекту – мультиплікаційного ефекту. У працях Кейнса мультиплікатор інвестицій визначається як співвідношення зміни доходу та обсягу інвестицій, які зумовили ці зміни. Зазначимо, що інвестиції завжди супроводжуються заощадженнями, причому інвестиційні вкладення є активними вкладеннями у виробничий процес, а заощадження – пасивними.

Інвестиційна функція фінансів домогосподарств реалізує не лише функцію їх заощаджень, оскільки в ній проявляються всі основні функції домашніх господарств та загальні риси функцій фінансів. Якщо заощадження не реалізуються в матеріальних та фінансових активах, то вони перебувають в пасивному стані, тобто вилучаються із економічного обороту, що характеризується терміном «тезаврація».

Діяльність учасників домогосподарств в економічній сфері, у виробництві, у нарощенні людського капіталу впливає на рівень та якість життя як на рівні домогосподарства, так і в ма-

сштабах населення країни. Отже, фінанси домогосподарств створюють умови для неперервного росту потенціалу при відтворенні робочої сили, беруть участь в створенні засад соціально-економічного розвитку, є важливим джерелом інвестиційних ресурсів.

В інвестиційній функції домогосподарства реалізують загальні та специфічні функції фінансів як загальної економічної категорії. Інвестиційна функція взаємодіє із розподільчою функцією, оскільки механізм розподілу повинен виокремлювати інвестиційний потенціал. Інвестиційна функція фінансів домогосподарств забезпечує зайнятість населення в малому та середньому бізнесі та створенні робочих місць.

Розгляд інвестиційної функції фінансів домогосподарств доцільно проводити на основі виокремлення специфічної їх сутності у розрізі фондоутворюючої та розподільчої функцій. Ці особливості проявляються в частині фондоутворюючої функції домогосподарств, реалізація якої базується на зростанні їх доходів. Відомо, доходи домогосподарств формуються із різних джерел, але в результаті процесів розподілу та перерозподілу, які опосередковано реалізуються фінансовими відносинами домогосподарств із різними суб'єктами економічної системи, в т.ч. державою.

У вітчизняних умовах реалізація інвестиційної функції фінансів домогосподарств є утрудненою, що зумовлено наступним: нестабільність реальних доходів населення і домогосподарств та частки доходів, яка спрямовується на заощадження, пріоритет поточних витрат; невизначеність зовнішнього середовища і, як наслідок, високі ризики прийняття фінансових інвестиційних рішень; домінування мотивації до росту пасивних форм заощаджень; підвищення очікувань щодо дохідності інвестицій та виплат премій за високі ризики; скорочення термінів розміщення заощаджень як способу мінімізації ризиків; не високий рівень фінансової грамотності та низька активність щодо способів інвестування та ін.

Важливою метою функціонування домогосподарств є формування особистих інвестиційних ресурсів, що пояснюється особливостями кругообігу ресурсів у системі особистих фінансів, який орієнтований не лише на поточне споживання, але передбачає нарощення капіталу. Реалізація останнього можливо, коли в розподілі доходу є заощадження та інвестування.

Окрім цього сутність інвестиційної функції фінансів домогосподарств полягає у реалізації специфічних функцій, до них відносять: функція пошуку джерел формування доходу домогосподарств; функція активного та пасивного використання фінансового потенціалу домогосподарств; функція формування заощаджень частини доходів домогосподарств; формування спеціальної інвестиційної функції домогосподарств на основі функції заощаджень; функції забезпечення зростання споживання і підвищення життєвого рівня домогосподарств, яка не реалізується жодним із секторів економіки; функція формування специфічної, особливої фінансової політики кожного домогосподарства та всього сектору.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Станкевич Ю. Ю. Домогосподарство в ринковій економічній системі та його відображення у світовій економічній думці ХХ століття / Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Київ, 2010. 19 с.
2. Порівняльний аналіз еволюції поглядів на природу та роль домогосподарств/ В.Б. Мішура та ін. Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. 2007. №2Е (10). С. 34–39.
3. Майсюра О.М. Зайнятість населення і вирішення кадрової проблеми в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2013. № 5. С. 166–174.
4. Кізима Т.О. Фінанси домогосподарств: сучасна парадигма та домінанти розвитку. Київ: Знання, 2010. 431 с.
5. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. Москва: Гелиос АРВ, 1999. 352 с.

ЧЕРНЕНКО О.С., студент 4 курсу

sashaczv68@gmail.com

Науковий керівник – **АРБУЗОВА Т.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

РЕГУЛЯТОРНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-КЛІМАТУ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Розглянуто зміст, принципи, мета, цілі, суб'єкти та об'єкти регуляторної політики. Обґрунтовано необхідність удосконалення регулювань на державному, місцевому рівнях, які впливають на бізнес-клімат й дозволяють досягнути європейських умов для ведення бізнесу.

Ключові слова: регуляторна політика, бізнес-клімат, підприємництво, господарська діяльність, бізнес.

Регуляторна політика є невіддільною ланкою державного регулювання економічного розвитку суспільства, забезпечення його добробуту. Політика держави значною мірою впливає на формування бізнес-клімату, що являє собою зацікавленість внутрішніх та іноземних інвесторів у ресурсних вкладеннях в економіку, а отже є важливим як для держави, так і для населення: для держави – це соціально-економічний розвиток, а для суспільства – збільшення робочих місць.

Регуляторна політика – напрям політики державного регулювання економіки щодо вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами влади та суб'єктами господарювання з метою недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, обмеження державного втручання та ліквідацію перешкод для ведення господарської діяльності. Нормативно-правовий акт, спрямований на правове врегулювання зазначених відносин, називається регуляторним актом. Зasadничими принципами, на яких ґрунтується регуляторна політика є: доцільність, адекватність, ефективність, збалансованість, передбачуваність, прозорість, відкритість та врахування думки громадськості [1].

Суб'єктами регуляторної політики держави є, звісно, парламент, уряд, президент країни. До регуляторних органів належать центральні та місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, а також посадові особи зазначених органів, якщо ці особи відповідно до законодавства мають повноваження одноосібного прийняття регуляторних актів [2]. Безпосередня реалізація державної регуляторної політики покладена на Державну регуляторну службу України (ДРС), завданням якої є також політика з питань ліцензування, дозвільної системи, нагляду / контролю у сфері господарської діяльності, узгодження дій органів виконавчої влади різних рівнів, інституцій громадянського суспільства щодо дерегуляції господарської діяльності. Місією ДРС є захист господарчих суб'єктів від зайвого адміністративного тиску, а мета діяльності служби – неприпустимість ухвалення неефективних та економічно недоцільних регуляторних актів, зменшення втручання органів влади у господарську діяльність [3].

Інструментами регуляторної політики держави, зокрема, є: легалізація підприємницької діяльності (державна реєстрація суб'єктів підприємництва, ліцензування та патентування підприємницької діяльності, отримання дозвільних документів); бюджетно-податкова та грошово-кредитна політика (встановлення податкових ставок, регулювання ставок банківських кредитних відсотків, використання режимів спрощеного та презумптивного оподаткування, запровадження спрощеної системи бухгалтерського обліку та звітності підприємств тощо); заходи регулювання ринку (обмеження монополізму, контроль ринкової конкуренції, антиінфляційна політика, антикризова політика, державне регулювання тіньової економіки, захист прав споживачів, технічне державне регулювання, зокрема, проведення стандартизації та сертифікації продукції, соціальні та екологічні норми й нормативи для підприємств тощо).

Головне завдання бізнес-клімату – це створення умов для ведення бізнесу в країні. Бізнес потребує створення рівних та справедливих правил конкуренції, які можуть гарантувати право-

охоронні органи та судова система. В бізнес-кліматі цінується також відкритість ринку праці, прозорість умов ведення бізнесу, доступність до ринків тощо.

Для формування сприятливого бізнес-клімату розвитку малого та середнього бізнесу заходами державного регулювання є: законодавче забезпечення, регулювання підприємницької діяльності, лібералізація законодавства, усунення адміністративних бар'єрів і мінімізації регуляторних факторів щодо функціонування суб'єктів підприємництва, подальший розвиток ринкової інфраструктури, створення засобів фінансової підтримки підприємств, заохочення комерційних банків до інвестування малого бізнесу, підвищення ефективної співпраці з органами державного управління тощо.

Регуляторна політика охоплює національний та місцевий рівні. В процесі реалізації державної регуляторної політики в регіональному аспекті, забезпечення ефективного функціонування, підтримки та розвитку підприємництва в регіонах вагомим є роль місцевих органів самоврядування в частині створення придатного підприємницького середовища. На місцевому рівні для здійснення регуляторної політики кожен орган забезпечує наявність персоналу певної кваліфікації, який покликаний дослідити спеціалізацію відповідної території, виявити потребу в нормативно-правовому регулюванні відносин суб'єктів господарської діяльності регіону. З цією метою органами місцевого самоврядування створюються спеціальні підрозділи, приміром, у Білоцерківській міській раді при Управлінні економіки організовано Відділ з питань розвитку підприємництва та інвестицій, також функціонує Відділ з питань дозвільної системи у сфері господарської діяльності, створено спеціальну депутатську комісію з питань розвитку підприємства на території громади [4].

Світовий Банк, досліджуючи комплексний показник регуляторної політики в державному управлінні GlobalIndicatorsofRegulatoryGovernance (оцінка від 0 до 6 балів 185 країн світу), надав Україні у 2020 р. 5,2 бала (аналогічний показник дістали Польща та Німеччина), що є високою оцінкою процесу формувань регулювань, які впливають на бізнес-середовище. Україна значно випереджає Білорусь (2,8 бала) та РФ (4,0 бали) [5]. Однією з проблемних зон для України за цим дослідженням є потреба більш формалізованого визначення критеріїв, за якими вимагається проведення оцінки регуляторного впливу; відсутність єдиної бази даних (централізованої або розподіленої) з проектами регуляторних актів, аналізу регуляторного впливу та звітами про відстеження результативності [3]. Отже, в цій частині для державного регуляторного регулювання в Україні є поле для удосконалень.

Таким чином, регуляторна політика держави являє собою важливу ланку управління державою, завдання якої є вдосконалення господарських та адміністративних відносин між регуляторними або іншими органами державної влади й суб'єктами господарювання. Бізнес-клімат важливий для залучення вітчизняних та іноземних капіталовкладень в країну й чим він привабливіший, тим більше інвесторів будуть помічати її та вкладатимуть свої кошти, що є дуже важливим для розвитку бізнесу та збільшення робочих місць. З часом це має призвести до збільшення добробуту і держави, і населення. Також важливим є досягнути європейських умов ведення бізнесу на території України, особливо для малого та середнього підприємництва.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: Закон України від 11.09.2003 р. № 1160-IV (Дата оновлення 19.02.2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15#Text> (дата звернення: 10.05.2022).
2. Н.М. Лисогор. Здійснення органами виконавчої влади державної регуляторної політики: Міністерство юстиції України. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_2804 (дата звернення 02.05.2022).
3. Стратегія Державної регуляторної служби України : Державна регуляторна служба України. URL: <http://www.drs.gov.ua/> (дата звернення 02.05.2022).
4. управління економіки Білоцерківської міської ради : Біла Церква. Офіційний сайт Білоцерківської міської ради. URL: <http://old.bc-rada.gov.ua/econuprav.html> (дата звернення 04.05.2022).
5. Глобальні показники регуляторного управління: The World Bank. URL: <https://rulemaking.worldbank.org/en/methodology> (дата звернення 09.05.2022).

ШИРОКОПОЯС Т.І., студентка 2 курсу

Науковий керівник – **ЗАДОРОЖНА Р.П.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ДИНАМІКИ ОФІЦІЙНОГО КУРСУ ДОЛАРА В УКРАЇНІ В 2019-2022 РОКАХ

Досліджено закономірності та чинники формування офіційного курсу долара до гривні за період 2019-2022 рр. Охарактеризовано вплив на курс операцій нерезидентів з державними цінними паперами.

Ключові слова: валютний курс, девальвація, ревальвація, облігації внутрішньої державної позики.

Валютний курс є важливим показником, який відображає рівень розвитку країни. Як важомий інструмент державної політики валютний курс впливає на обсяги виробництва в країні, експортні потоки та інвестиційний клімат.

Валютний курс є ціною іноземної валюти, що виражається в національній грошовій одиниці [1]. В даному випадку ми будемо розглядати ціну долара, виражену в українській гривні (табл. 1).

Таблиця 1 – Динаміка офіційного курсу долара до гривні

Дата	Курс, грн/дол	Ланцюговий абсолютний приріст, грн	Ланцюговий темп зростання, %
31.12.2018	27,69	-	-
31.12.2019	23,69	-4,00	85,55
31.12.2020	28,27	4,58	119,3
31.12.2021	27,28	-0,99	96,5
26.04.2022	29,25	1,97	107,2

Джерело: складено автором за [2]

Центральні банки країн здійснюють управління національною валютою з використанням інструментів девальвації та ревальвації. Девальвація – це зниження обмінного курсу національної валюти відносно іноземних валют; ревальвація є протилежним процесом і являє собою підвищення курсу національної валюти відносно іноземної.

За даними Національного банку України [2], офіційний курс долара на 31.12.2019 р. складав 23,69 грн. Відносно кінця 2018 р., коли один долар обмінювався на 27,69 грн., гривня зміцнилася на 16,9%. Це пов'язано з активним продажем облігацій внутрішньої державної позики (ОДВП) влітку 2019 р., зокрема, іноземним інвесторам, які продавали долари, щоб потім за гривню купити українські державні цінні папери. Зміцнення гривні в 2019 р. забезпечило інвесторам в ОВДП високу прибутковість, котра сягала до 38% річних [3].

Відповідно до Закону України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» [4], ОВДП – це цінні папери, що розміщуються виключно на внутрішніх ринках капіталу і підтверджують зобов'язання України щодо відшкодування пред'явникам цих облігацій їхньої номінальної вартості з виплатою доходу відповідно до умов розміщення облігацій.

За допомогою коштів від продажу облігацій внутрішньої державної позики держава виплачувала борги та фінансувала дефіцит бюджету. Національний банк України не вважав, що гривня зміцнилась лише за рахунок інвестицій в ОДВП, а до переваг міцної гривні відносив зростання заробітних плат українців в доларовому еквіваленті; підвищення купівельної спроможності національної валюти; зменшення темпів інфляції (в кінці 2019 р. цей показник склав 4,1%); здешевлення зовнішніх запозичень та можливість поповнення резервів НБУ за більш вигідним курсом [3].

Зміцнення гривні є позитивним для імпортерів, однак не вигідне для експортерів. Крім того, попри зростання імпорту, скорочуються бюджетні доходи, пов'язані із зменшенням податкових надходжень, таких як ПДВ та митний збір. В 2019 р. не дивлячись на збільшення кількості імпортованих товарів, їх здешевлення українці практично не відчували. Щодо металургії, однієї з найбільш експортоорієнтованих галузей української економіки, то почалося скорочення виробництва, оскільки зменшились ціни на метал на світових ринках, а ціни на залізну руду значно зросли. Це все призвело до того, що за підсумками 2019 р. року доходи державного бюджету України були на 55 млрд. грн. меншими від планових значень.

Протягом грудня-січня 2020 р. курс коливався в діапазоні 23,68 – 25,08 грн за долар, а починаючи з березня гривня стала послаблюватись. Так, 18 березня 2020 р. відбулось здорожчання долара на 53 коп. (до 27,06 грн.), а 19 березня – ще на 21 коп. Причинами стрімкої девальвації національної валюти стали психологічні чинники, пов'язані з епідемією коронавірусу та ситуацією у світовій економіці [5]. Також негативний вплив мало зменшення попиту нерезидентів на українські ОВДП, зумовлене зниженням облікової ставки НБУ. На початку 2019 р. вона складала 18% річних, а з середини 2020 р. – лише 6%. [6]. Відтак якщо за 2019 р. портфель ОВДП нерезидентів зріс в 18,5 разів порівняно з 2018 р., то з початку 2020 р. почався відтік коштів, вкладених іноземцями в українські державні облігації. Отримавши дохід в гривнях, вони міняли на їх долари та виводили зароблене за кордон.

Для протидії негативним тенденціям та підтримання гривні Національний банк здійснював продаж валюти на аукціонах, а уряд як можливий засіб для підтримки вітчизняних експортерів та пожвавлення економіки розглядав підвищення рівня інфляції до 6-7% [7]. Як результат цих процесів, 31.12.2020 р. курс долара дорівнював 28,27 грн, збільшившись у порівнянні з відповідним періодом 2019 р. на 4,58 грн або на 19,3%.

Впродовж 2021 р. спостерігалась тенденція до зміцнення гривні. Станом на початок жовтня 2021 р. гривня входила до ТОП-10 світових валют, котрі продемонстрували найбільше зміцнення по відношенню до американського долара. При цьому найдорожчою (26,06 грн. за долар) вона була 11 листопада 2021 р.

Проте повідомлення про появу нового штаму коронавірусу, напруженість ситуації на кордонах з Російською Федерацією та тиск з боку нерезидентів, котрі розпродавали ОВДП і виводили кошти з України, зумовили послаблення гривні, яке тривало до кінця 2021 р. Попри це загалом за підсумками року відбулось зміцнення національної валюти: на 31.12.2021 р. курс становив 27,28 грн, що на 0,99 грн або 3,5% менше порівняно з попереднім роком.

Впродовж січня 2022 р. гривня девальвувала відносно долара на 4,3%. Хоча очікувалась її стабілізація впродовж декількох місяців з огляду на традиційне для України зниження курсу американської валюти навесні після його зростання в кінці року, загроза військової агресії з боку Росії спричинила знецінення гривні. Офіційний курс долара станом на 23.02.2022 р. становив 28,99 грн., а з початку війни Постановою Правління НБУ курс було зафіксовано [8]. Від 24.02.2022 р. до сьогодні офіційний курс не змінюється і становить 29,2459 грн. за долар. Згідно оцінки радника Президента України Олега Устенка [9], попри військові дії ризики значних коливань курсу відсутні, оскільки попит на валюту незначний, продовжується отримання валютної виручки експортерами та за потреби додаткові кошти Україна може отримати від Міжнародного валютного фонду та країн Великої сімки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Валютний курс. Енциклопедія сучасної України: веб-сайт. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=33052 (дата звернення: 23.04.2022).
2. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют. Долар США. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerate-chart?cn%5B%5D=USD> (дата звернення: 25.04.2022).
3. Курс гривні: хто виграв, а хто програв. BBC NEWS Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51061519> (дата звернення: 28.04.2022).
4. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки : Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15/print1491296480899025#Text> (дата звернення: 28.04.2022).

5. Валютні гойдалки: реальний ринок чи гра спекулянтів? Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2900381-muzika-ne-dovgo-grala-grivna-stala-j-znovu-vpala.html> (дата звернення: 02.05.2022).

6. Облікова ставка Національного банку. Національний банк України. <https://bank.gov.ua/ua/monetary/stages/archive-rish> (дата звернення: 03.05.2022).

7. Прем'єр: для «розігріву» економіки прийнята інфляція у 6-7% Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3085094-premer-dla-rozigrivu-ekonomiki-prijnatna-inflacia-u-67.html> (дата звернення: 04.05.2022).

8. Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану : Постанова Правління Національного банку України від 24.02.2022 р. №18. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_24022022_18 (дата звернення: 06.05.2022).

9. Устенко не бачить підстав для значних курсових коливань. Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3459861-ustenko-ne-bacit-pidstav-dla-znacnih-kursovih-kolivan.html> (дата звернення: 06.05.2022).

УДК: 005.6:338.436(477)

ШАРАБОРІН Я.І., МАРКОВИЧ Ю.С. студенти магістратури

Науковий керівник – **ВИХОР М.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ У ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Досліджені теоретичні, методичні та практичні аспекти впровадження сучасних систем управління якістю і підприємствах. Розкриті деякі особливості впровадження систем управління якістю у підприємствах агропромислового комплексу України на основі цифровізації та інформаційних технологій.

Ключові слова: якість; менеджмент якості; система менеджменту; сучасні системи управління; підприємство аграрного сектору; цифровізація.

В умовах глобалізації, розвитку міжнародної торгівлі ефективність діяльності підприємств на зовнішньому та внутрішньому ринку повністю залежить від того, наскільки їхня продукція чи послуги відповідають стандартам якості. Цим пояснюється актуальність для кожного підприємства питання підвищення та підтримання на відповідному рівні якості продукції.

В сучасному світі на перше місце виходить нецінова конкуренція, це викликано значним насиченням ринків, та в результаті робить якість одним з найважливіших критеріїв функціонування підприємства.

Зростання ефективності виробництва, яке завдячує значним темпам науково-технічного прогресу, дозволяє забезпечувати підвищення технологічного рівня та якості продукції, що, незважаючи на інтенсифікацію економічних відносин, підтримує конкурентоспроможність конкретної продукції та рівень достатку споживачів у країні в цілому.

Підвищення якості продукції, що випускається, є в даний час найбільш характерною рисою роботи підприємств у промислово розвинених країнах.

Українські підприємства поки що не досягли того ж рівня у сфері використання сучасних методів менеджменту якості. Поряд із цим підвищення якості несе колосальні можливості. Але підвищення якості неможливе без зміни ставлення до якості на всіх рівнях. Підвищення якості неможливе, якщо керівники різних рівнів не будуть ставитись до якості як до способу життя[3,с.38].

На сьогодні можна відзначити тенденцію з проведення традиційної галузі АПК сміливих експериментів щодо впровадження цифрових технологій. Однак досі є застосування традиційного програмного забезпечення, додатків, електронних таблиць, що передбачає витрати на надання інформації контрагентам для укладання контрактів, зусиль та часу. Але з впровадженням цифрових технологій вдасться отримати потужний поштовх для зростання галузі[12, с.310].

Від людського фактора залежить лише 25-30% результату, який необхідно використати повністю. Саме цифрове сільське господарство надає можливість цього використання. Однак через нестачу кваліфікованих фахівців, готових працювати з інформаційними технологіями, залишається проблема нестачі введення даних на полях, від яких залежить результат цифровізації.

Внаслідок цього йде розробка методик, що "затягують" користувачів в роботу в інформаційній системі. А також доводиться добиватися того, щоб дані, що автоматично збираються і вводяться людиною (цифрові та аналогові), перетиналися.

Наприклад, одним із найпопулярніших напрямів цифровізації вважається геоінформаційний моніторинг. Так, фахівці формують свої рішення, ґрунтуючись на ретроспективному моніторингу земель: відбувається виділення за даними дистанційного зондування стійких внутрішньопольових зон родючості та підготовка карт-завдань для «розумної» сільгосптехніки на диференційоване[9, с.127].

Економія становить 10-15 % хімікатів, підвищується врожайність зернових та якість продукції, до того ж відбувається скорочення пестицидного навантаження на довкілля. Завдяки впровадженню систем такого типу з'являється можливість ефективного планування, прогнозування, а також контролінгу стану тих чи інших ресурсів та гарантія раціональнішого використання та отримання максимальної вигоди.

Акселератором цифрової трансформації галузі можна назвати Інтернет речей, який дає можливість керуючим компаніям агрохолдингів збирати автоматично генеровані великі дані з супутників, дронів та різних датчиків, завдяки яким виробники отримали можливість подвоювати об'єми продукції.

Досвід застосування системи ефективного землеробства дозволяє здійснювати контроль логістики сільгосптехніки за допомогою датчиків. З огляду на це з'являється можливість збільшення продуктивності на 100%; економія матеріальних цінностей завдяки зниженню частки втрат приблизно на 50%, підвищення врожайності в ряді випадків на 10-15% та рентабельності сільгоспвиробництва на 20%.

Застосування системи здійснюється з виконанням наступних дій:

- контроль над процесом роботи сільськогосподарського транспорту в реальному часі, відображення на моніторах відповідальних осіб оповіщень про відхилення;
- контроль за виконанням робіт в одиницях пробігу/обробленої площі/мотогодин;
- контроль точного обліку ваги із застосуванням тензOMETричних систем бункера-перевантажувача або датчиків рівня зерна в бункері комбайна, що дозволяє повністю виключити втрати чи розкрадання у процесі збирання.

Можливості оснащення цифровими засобами механізації та автоматизації лише невеликої маси господарств, які виробляють до половини валового продукту галузі, залежить головним чином від поєднання дорогих кредитів, довгих ланцюжків поставок та обставини, що закупівельна ціна сільськогосподарського продукту становить менше 20 % від роздрібної. Високі логістичні витрати і витрати, пов'язані з некоректним визначенням попиту, призводять до того, що маржа кожної з ланок перепродажу становить лише 5 %, але торгова націнка «на всьому шляху до споживача» сягає 85 %.

Це призводить до низької продуктивності та високої вартості одиниці продукту. Вирішення цих проблем аналітиками вбачається в гігантському потенціалі цифровізації. Забезпечення наскрізною автоматизацією збуту, тобто, прямий зв'язком виробників з продавцями і ретейлерами продукції без витрат складу, що дозволить домогтися зменшення транзакційних витрат у кілька разів, спростити ланцюжок поставок, зберегти посередникам ту ж маржу, у своїй низивши загальну націнку до 25-35 %. А управління всім ланцюжком створення доданої вартості суттєво знизить ризики кредитування сільськогосподарських виробників та дозволить використовувати кращі ставки за кредитами.

Цифровізація сільського господарства – найважливіший напрямок, що є дуже актуальним. На сьогоднішній день перед Україною стоїть досить складне завдання – реалізація впровадження цифрових технологій в АПК таким чином, щоб на тлі цього перехідного процесу вдало-

ся забезпечити компенсацію витрат і отримання максимально високого прибутку. Хочеться сподіватися, що в найближчому майбутньому багато українських підприємств сільського господарства зможуть відновити втрачені через військову агресію російської федерації можливості та використати потенціал цифровізації для досягнення поставлених цілей.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Питання Міністерства цифрової трансформації. Постанова Кабінету Міністрів України. 2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/856-2019-%D0%BF#Text>.
2. David P. Some New Standards for the Economics of Standardization in the Information Age. *Economic Policy and Technological Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. P. 206
3. Бичківський Р. Управління якістю: навч. посібник. Л.: ДУ «Львівська політехніка», 2000.
4. Кирилюк І.М. Розвиток нормативних підходів до формування систем управління якістю продукції тваринництва. *Агросвіт*. 2019. № 23. С. 32—41.
5. Кирилюк І.М. Управління стандартизацією та сертифікацією: навч. посібник. Черкаси: ЧНУ, 2017.
6. Кравченко В.О. Менеджмент: навч. посіб.; Одеса: Атлант, 2013. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/485/1/Кравченко%20В.О.%20Менеджмент%20навчальний%20посібник.pdf>
7. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту: підручник. Київ: "Академвидав", 2003.
8. Мізіна О.В., Криворучко К.О. Антикризове управління у сучасному менеджменті підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6672>
9. Руденко М. В. Вплив цифровізації на розвиток агросфери. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. 2019.
10. Слободяник А.М., Плотник П.А., Зазимко С. А. Проблема впровадження сучасного управління агрохолдингом в умовах діджиталізації. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7808>
11. Траченко Л.А. Важливі аспекти формування систем управління якістю в контексті вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2015. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6239>
12. Шерстюк Л. М. Цифрове сільське господарство: зарубіжний досвід та особливості впровадження й використання в Україні: колективна монографія. К.: «Академвидав», 2019.

УДК: 316.334.3(477)

ЯРЕМЕНКО В.О., студент 4 курсу

vlad.yaremenko.2002@gmail.com

Науковий керівник – **АРБУЗОВА Т.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ – ОСНОВА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ КРАЇНИ

Розглянуто зміст, принципи, мету, завдання, суб'єкти і об'єкти соціальної політики держави. Представлено напрям розв'язання соціальних проблем в Україні інструментами соціальної політики держави.

Ключові слова: соціальна політика держави; соціальна сфера; соціальна допомога; соціальні послуги.

Результативна внутрішня і зовнішня державна політика базується на конституційному визначенні загальнонаціональної цілі – побудові суверенної, демократичної, соціальної й правової держави. Дослідники визначають кілька проблем соціально-економічної політики країни. Передусім це формування соціально орієнтованої економіки, екологічно захищеної, на засадах зміцнення національної та міжнародної безпеки. Соціальна політика є важливим аспектом розвитку країни й процвітання населення за допомогою надання можливості отримати необхідні матеріальні, культурні й духовні блага. Соціальна сфера – це комплекс галузей і видів діяльності, підприємств, установ, організацій, які займаються забезпеченням потреб людей у зазначених благах відповідно до законів і правил з метою зміцнення держави.

Соціальна політика в сучасній Україні має політико-правові засади, нормативну базу практичного здійснення. Головним суб'єктом соціальної політики є держава в особі Міністерс-

тва соціальної політики України, Державної соціальної служби України, яка визначає напрямки розвитку й інструменти реалізації. Ціллю соціальної політики є соціальні відносини, котрі мають вплив на соціальну безпеку людини, задоволення нею соціальних інтересів та потреб, створення соціальних цінностей. Розглядати соціальну сферу і соціальну політику як важливий компонент державного управління спонукає ст. 1 Конституції України, якою визначено Україну як соціальну державу. Соціальна держава – це високорозвинена, правова й демократична держава, яка визначає людину найвищою соціальною цінністю [1]. Важливою ціллю соціальної держави є сприяння суспільному прогресу, що базується на принципах соціальної рівності, солідарності й взаємної відповідальності. Конкретизуючи завдання соціальної політики держави, відзначимо потребу створення умов для реалізації соціального потенціалу людини, сприяння розвитку соціальних відносин, розвитку соціально-трудових відносин, формування результативної системи соціального захисту, удосконалення системи соціального страхування, реформування ринку праці та зайнятості.

Соціальна політика є складовою внутрішньої політики держави. Головні аспекти розуміння сутності соціальної політики полягають в таких підходах: по-перше, соціальна політика – суспільні дії для розв’язання громадських проблем, по-друге, на передньому плані стоїть питання захисту соціально вразливих і потенційно небезпечних верств населення через соціальну допомогу й добровільну діяльність. В третьому розумінні увагу зосереджують на зменшенні негативних соціальних наслідків завдяки системі розподільчих заходів, а в четвертому головним є дотримання принципів соціальної справедливості й соціального партнерства. Ще одна точка зору зосереджує увагу на регулюванні соціально-трудових відносин, тобто взаємин праці й капіталу, найманих працівників і роботодавців.

Стратегічними цілями державної соціальної політики на 2022-2024 рр., що спрямована на удосконалення рівня життя населення, надання соціальної підтримки родинам, які знаходяться у складних обставинах, забезпечення гідної старості, рівних прав різних соціальних груп тощо, суб’єктом реалізації – Мінсоцполітики України – визначено необхідність: підвищити ступінь пенсійного забезпечення; скласти єдину інформаційну систему соціальної сфери; підвищити рівень суспільних стандартів й гарантій допомоги малозабезпеченим родинам; надати якісні соціальні послуги; сприяти інклюзії осіб з інвалідністю в суспільне життя; захищати права дітей; забезпечувати рівні права й можливості жінок і чоловіків [4].

Основні соціальні проблеми країни в 2022-2024 рр., на думку регулятора, мають такий алгоритм розв’язання інструментами соціальної політики держави:

- низька якість пенсійного забезпечення більшої частини осіб пенсійного віку, відсутність власних накопичень можуть бути усунені розробкою законопроектів про підвищення розміру пенсій, про забезпечення мінімально гарантованого пенсійного доходу непрацездатним громадянам, про загальнообов’язкове накопичувальне пенсійне забезпечення; проведенням індексації пенсій кожній категорії пенсіонерів кожного року з 1 березня, здійсненням перерахунків й підвищенням пенсійних виплат і таке інше;
- незадовільний ступінь отримання адміністративних послуг за допомогою електронних сервісів, надання великої кількості документів для отримання соціальних й страхових виплат можуть бути вирішені шляхом запуску електронних сервісів в усіх областях України, формування можливості для отримання й спостереження Фондом соціального страхування усіх даних електронного реєстру непрацездатності в режимі реального часу, створення системи захисту інформації Єдиної інформаційної системи соціальної сфери, ведення обліку трудових відносин в електронній формі тощо;
- проблеми визначення незалежно від прожиткового мінімуму розмірів соціальних виплат, які не є основним джерелом існування; повернення на ринок праці працездатних осіб з малозабезпечених сімей, що отримують соціальну допомогу; отримання універсальної соціальної допомоги для подолання складних обставин життя можна розв’язати шляхом удосконалення законодавства щодо використання прожиткового мінімуму, надання фінансової підтримки для відкриття власної справи малозабезпеченим родинам та інше;

- відсутність у місцевого самоврядування механізмів стимулювання діяльності в громадах системної соціальної роботи й розвитку соціальних послуг; незадовільний рівень оплати праці й кваліфікації кадрів надавачів соціальних послуг; слабкий контроль з боку держави за працівниками соціальних служб; незадовільний рівень надання послуг соціально вразливим верствам населення тощо передбачається вирішити через розвиток інституту фахівців із соціальних робіт на рівні територіальних громад, удосконалення системи виплати компенсацій фізичним особам, створення реєстру надавачів й отримувачів соціальних послуг, інтегрованого з іншими державними реєстрами й таке інше;
- низький рівень надання реабілітаційних послуг для осіб з інвалідністю, проблеми з їх працевлаштуванням і соціальним захистом прав; недостатній рівень розвитку виробництва технічних засобів реабілітації, незадовільний рівень представництва інтересів осіб, які мають інвалідність на державному і місцевому рівнях пропонується вирішувати через надання фінансової допомоги роботодавцям для створення робочих місць та їх облаштування для людей з інвалідністю; затвердження державних стандартів послуг для таких осіб тощо;
- незадовільна фінансова та методична підтримка діяльності служб у справах дітей; недостатній рівень доступності до якісної освіти, інших послуг для задоволення потреб дитини в територіальних громадах, не повною мірою виконання ними повноважень щодо захисту прав дітей; зниження показника усиновлення; скорочення чисельності закладів оздоровлення і таке інше може бути вирішене через створення в кожній територіальній громаді служби у справах дітей; запровадження механізмів контролю та оцінювання якості діяльності закладів у цій сфері; соціально-підтримка дітей, постраждалих через воєнні дії; своєчасні виплати послуг та допомоги на утримання і виховання соціально незахищених категорій дітей тощо[4].

Найбільших успіхів у сфері соціального розвитку досягають країни, які мають достатньо високий рівень консолідації суспільства навколо національної ідеї щодо формування потужної економіки для досягнення добробуту населення та його соціального захисту. Результативна соціальна політика є важливим мотивом гуртування суспільства й підвищення рівня життя.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Концепція соціальної держави України: Проект Закону України від 02.04.2008 № 2312. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JF1S800A>.
2. Соціальна політика: Інформаційно-довідниковий сайт «Україна». URL: http://proukraine.net.ua/?page_id=759 (дата звернення: 07.05.2022).
3. Соціальна політика в Україні: реалії та перспективи оновлення / за ред. В.Г.Никифорець : монографія / МОН України. Одеса : Одеський нац. економічний унів-тет, 2015. 363 с. URL: <https://inlnk.ru/68waYA>.
4. Про затвердження Стратегічного плану діяльності Міністерства соціальної політики України на 2022 бюджетний рік і два бюджетні періоди, що настають за плановим (2023–2024 роки): Наказ Міністерства соціальної політики України від 11.02.2022 № 90. URL: <https://www.msp.gov.ua/documents/6220.html> (дата звернення: 10.05.2022).

ЯЩУК А.С., здобувачка першого рівня вищої освіти
Науковий керівник – **ПАРХАСЬВА Н.В.**, канд. техн. наук
Державний торговельно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ВНАСЛІДОК ВОЄННИХ ДІЙ В УКРАЇНІ

Наслідки війни в Україні створюють нові виклики для організації маркетингу та управління ризиками в сфері торгівлі. Розглянуто сучасні проблемимаркетингу в контексті результатів досліджень ситуації у сфері торгівлі в період карантину та всесвітніх локдаунів.

Ключові слова: торгівля, маркетинг, війна, карантин, ризики, інфраструктура, логістика.

Встановлення обмежувальних заходів внаслідок військових дій, порушення традиційних каналів постачання продукції, блокування забезпечення діяльності підприємств торгівлі й інші проблеми є серйозним викликом для ефективної організації управління маркетингом та потребують дослідження для ефективного управління ризиками. Сучасні значні за наслідками формажорні обставини можна розглянути в контексті результатів досліджень ситуації у сфері торгівлі в період карантину та всесвітніх локдаунів.

Теоретичне підґрунтя для дослідження вказаної проблеми не достатньо вивчене, однак окремі розробки намагались дослідити експерти Google, які зупинились на пошуку головних трендів у роздрібній торгівлі та актуалізували дослідження змін, що відбулись в торгівлі, внаслідок подій 2020-2021 років. Автори дослідження обґрунтовують свої висновки на результатах статистичних досліджень та спостережень за запитами і діяльністю інтернет-маркетів у одному із найпоширеніших пошукових систем світу[1].

Динаміку сучасних змін на ритейл-ринку та діяльності маркетингу торговельних компаній досліджували не тільки науковці, але й експерти, які вказували на динамічні тенденції та зростання ролі мінімаркетів у насиченості ринку[2]. Деталізуючи стан ритейлів та реагування на кризу потужних мереж, українські експерти говорять про різке зростання впливу мінімаркетів. Головна причина деформації ринку – бажання отримати «магазин на відстані руки». Також маркетингові служби торговельного бізнесу мають врахувати й такі тенденції у запиті покупців як розширення урбанізованих територій, зменшення розмірів домогосподарств, скорочення обсягів закупівель до оптимальних і мотивованих в конкретний час і за певних обставин[2].

Водночас тимчасові явища щодо бажання отримати значні запаси продуктів харчування та предметів першої необхідності, пов'язані в українському торговельному сегменті не тільки із загрозою пандемії, а із веденням воєнного стану інших обставин, які унеможливають звичний ритм життя. Новими і непередбачуваними раніше викликами для торгівлі є ризики, що впливають із щоденних загроз:

- труднощі з логістикою (пошкодження транспортної інфраструктури, складнощі з перевезенням товарів і нестача кадрів тощо);
- скорочення асортименту товарів (внаслідок знищення промислових потужностей вітчизняних виробників та замороження контрактів із закордонними постачальниками);
- необхідність забезпечення швидкого та відповідного за ціновими параметрами пошуку замінників товарів, завдяки імпортованим товарам;
- стискання ринку, пов'язане із скороченням попиту;
- нестача фінансових ресурсів та інвестицій (дефіцит оборотних коштів, орендна плата, оплата податків, купівля енергоресурсів на фоні зменшення кількості працюючих торговельних підприємств).

Новим фактором впливу та викликом для торгівлі є руйнація торговельної інфраструктури України. Внаслідок агресії Росії проти України, що досягла нової критичної фа-

зи у лютому 2022 року, руйнація торговельних закладів на певній частині України досягла критичної межі. За офіційними даними, станом на 27 квітня 2022 року, в Україні знищено торгових центрів та складської інфраструктури на загальну суму еквівалентну 497 млн доларів (вказані втрати є лише оціночними показниками). Однак і зазначені дані змушують ставити питання про пошук альтернативних місць реалізації товарів та налагодження логістики із новими особливостями[3].

Підсумовуючи сказане слід зазначити, що внаслідок війни, що спричинила кардинальні зрушення у торговельній системі України, перед маркетинговими підрозділами торговельних закладів постає цілий комплекс проблем, які необхідно вирішувати за допомогою екстрених та неординарних рішень. Зокрема, потребує нових підходів питання логістики, пошуку замінників товарів, цифровізації процесів реалізації та доставки товарів. Також важливим питанням є реагування на зміну смаків покупців, що мають попит на зручні за обсягами і достатні за асортиментом мінімаркети. Зміна тенденцій у цінній політиці підприємств торгівлі, що раніше була значно розшарована та пропонувала дуже різні за рівнем купівельної спроможності товари, тепер зводиться до необхідності пропонувати дешеві, але якісні товари. Ці та інші тенденції з огляду на довготривалий ефект відновлення після завершення війни, матимуть вплив тривалий час, оскільки потребують реагування маркетингових структур підприємств у залежності від стану економіки, зростання доходів населення та забезпечення безперешкодного руху товарів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Sinclair L., Колесникова А. 5 главных тенденций в маркетинге для ритейлеров в 2021 году. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/consumer-insights/consumer-trends/retail-trends-predictions/> (дата звернення: 27.04.2022).
2. Нагорський В. Розмір має значення: чому гіпермаркети програють невеликим магазинам. URL: <https://rau.ua/novyni/gipermarkety-prograyut/> (дата звернення: 27.04.2022).
3. Гордійчук Д. Дороги, заводи, житло: збитки від війни для України URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/04/27/686329/> (дата звернення: 27.04.2022).
4. Війна. Все, що відбувається з економікою, бізнесом в Україні та світі. URL: <https://forbes.ua/news/viyna-vse-shcho-vidbuvaetsya-z-ekonomikoyu-biznesom-v-ukraini-ta-sviti-03032022-4086> (дата звернення: 27.04.2022).

УДК: 305:328.185:316.3

БАЛІЦЬКА Н.І., студентка 4 курсу
maks.228.nata@gmail.com

Науковий керівник – **АРБУЗОВА Т.В.**, канд. екон. наук
Білоцерківський національний аграрний університет

ВПЛИВ ГЕНДЕРНИХ ВІДМІННОСТЕЙ НА СПРИЙНЯТТЯ КОРУПЦІЇ В ГРОМАДЯНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

З'ясовано питання гендерно зумовленого впливу корупції, її наслідки та форми прояву. Представлено соціально-психологічні причини гендерних відмінностей у ставленні до корупції, запропоновано механізми їх нівелювання.

Ключові слова: корупція, гендер, гендерні відмінності, вплив корупції, сприйняття корупції, антикорупційна політика.

Корупція в українському суспільстві є однією з головних перешкод належного рівня соціально-економічного розвитку та фактором зниження ефективності використання ресурсів, уповільнення економічного зростання, чинником формування передумов для порушення прав людини, незалежно від її гендерного спрямування. Хоча численна кількість корупційних правопорушень негативно впливає на все суспільство в цілому, дані проведених досліджень доводять, що чоловіки та жінки по-різному сприймають їх прояви та наслідки, демонструють відмінні настрої та поведінку щодо протидії їм. Тому як на локальному, так і глобальному рівнях

існує доцільність як одночасного просування гендерної рівності, так і забезпечення однакових можливостей жінок і чоловіків щодо реалізації антикорупційних програм як таких, що підсилюють та доповнюють стратегії суспільного розвитку.

Питання взаємозв'язку «гендер – корупція» є доволі суперечливим. З одного боку, вважається, що корупція в житті жінок та чоловіків набуває абсолютно різного вигляду і масштабу, що, своєю чергою, спонукає їх до різного сприйняття. З іншого, існують успішні практичні кейси тих країн, де рівень корупції вдалось зменшити саме завдяки збільшенню кількості жінок у владі, а також вдалось досягти підвищення ефективності антикорупційної політики, що враховує інтереси як жінок, так і чоловіків [1].

Різне ставлення чоловіків та жінок до корупції дозволяє провести якісну оцінку різниці сприйняття ними її гостроти та рівня розвитку основних інститутів антикорупційної протидії, ефективності їх діяльності та суспільного розвитку в цілому. Згідно з результатами дослідження «Корупція очима жінок і чоловіків», метою якого є оцінка сприйняття корупції та впливу корупційних практик на життя людей з урахуванням їх гендерних відмінностей, жінки в цілому є менш обізнаними щодо проявів корупції, ніж чоловіки [1], [2]. На побутовому рівні жінки частіше стикаються з корупцією. Вдвічі більше жінок повідомили, що їм або членам їх сімей доводилося стикатися з хабарництвом при зверненні до судових інстанцій щодо розгляду цивільної справи (31% / 15% (жінок / чоловіків), взаємодії з поліцією (38% / 28%) та оформленні допомоги по безробіттю (13% / 6%). Водночас більша кількість чоловіків повідомили про випадки хабарництва при взаємодії з закладами освіти (41 % / 34 % (чоловіків / жінок): одно- чи багаторазово надавали хабар / від них вимагали хабар у секторах початкової та середньої освіти, 33 % / 27 % – у секторі професійної) [1], [2].

Відповідно до результатів міжнародних досліджень часто жінки є більш схильними засуджувати хабарництво і тому менше долучатися до корупційних практик та меншою мірою виправдовувати їх застосування іншими членами суспільства, в тому числі й чоловіками. При цьому негативні наслідки побутової корупції більше впливають на життя жінок, аніж чоловіків. Жінки більше за чоловіків також скаржилися на проблеми з доступом до різного роду послуг (приміром, соціальних та медичних), причому у сільській місцевості значно частіше та більшою мірою, ніж в місті (45 % / 33 %) [1], [2].

Лише 44 % жінок є готовими повідомляти про корупційні злочини та правопорушення. 16 % жінок вважають, що громадяни не повідомляють про такі випадки через власний страх за наслідки таких повідомлень, 15 % – через складнощі їх доведення і майже 14 % – через зневіру змінити ситуацію на краще. При цьому 12 % чоловіків не повідомляють про факти корупції, бо не хочуть, щоб «вважали, що з них тягнуть хабар». 18 % з них вважають, що ситуацію взагалі не можна змінити [1], [2]. Щодо мотивації до антикорупційної діяльності, то жінки є більш чутливими до проявів несправедливості, часто мають активнішу громадянську позицію, проте, як зазначалося, частіше стикаються з проявами побутової корупції та її наслідками [1].

Проаналізувавши представлені дані та загальну тенденцію щодо сприйняття корупції в Україні та світі, можна зробити висновок, що загалом відмінність у ставленні до корупції чоловіків і жінок, ймовірно, можуть спричиняти такі фактори [3]:

1) переважна більшість чоловіків наразі перебувають на вищих та більш відповідальних посадах в ОДВ та / або ОМС, що збільшує ймовірність вчинення ними корупційних правопорушень (проте нині ситуація певним чином змінена щодо участі жінок в процесі прийняття важливих управських рішень, тому даний ризик поступово стає «універсальним»);

2) «стереотипна» соціальна роль жінки, що стосується її місця в родині та суспільстві в цілому;

3) абсолютно різне сприйняття та / або розуміння корупційної поведінки жінок і чоловіків (чоловіки часто є менш обізнаними в корупції та рідше здатними ідентифікувати її прояви як в повсякденному житті, так і на вищих рівнях);

4) часто етичні та / або моральні стандарти у жінок є вищими (хоча це питання є доволі спірним (так звана «поведінкова корупція»);

5) жінки є менш схильними до ризикових рішень, з якими, як правило, пов'язані корупційні злочини та правопорушення.

Цілком реальною є ситуація, що після зайняття відповідних високих посад в політиці гендерні відмінності щодо ставлення до корупції можуть бути знівельовані. Причиною може бути виникнення необхідності «приспосовування» до відповідного політичного середовища та дотримання певних норм, аби не втратити робоче місце та «не виділятися». А тому є відповідний ризик, що жінки будуть змушені вступати в корупційні відносини через певну «спокосу до збагачення» та використання свого домінуючого положення в суспільстві.

Отже, оскільки корупція – явище універсальне через її шкоду та негативні аспекти впливу на різні рівні та аспекти життя суспільства, для вироблення ефективно побудованої системи антикорупційної політики в Україні необхідним є питання мобілізації зусиль всього громадянського суспільства, що є можливим лише за умови рівності прав усіх груп соціуму та гендерів. Нині важливим та актуальним є посилення захисту прав людини та підвищення обізнаності як жінок, так і чоловіків щодо взаємопов'язаних інструментів протидії дискримінації, забезпечення верховенства права й боротьби з корупцією та її різними проявами в суспільстві щодо виконання службових та / або інших зобов'язань і повноважень при зайнятті посад. Лише системна реалізація цих напрямів дозволить не тільки підвищити рівень ефективності та додати вимірності результатам боротьби з корупцією, а і врахувати інтереси й потреби всіх членів та груп суспільства, незалежно від гендерної приналежності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

7. Гендер та корупція. Аналіз моніторингу. URL: <https://gurt.org.ua/news/informator/49304/> (дата звернення: 22.03.2022).

8. Дослідження «Корупція очима жінок і чоловіків». 2018. Програма розвитку ООН в Україні. URL: [https://idss.org.ua/monografii/Gender corruption report UA.pdf](https://idss.org.ua/monografii/Gender%20corruption%20report%20UA.pdf) (дата звернення: 22.03.2022).

9. Соціально-психологічні причини гендерних відмінностей у сприйнятті корупції. URL: <https://cutt.ly/0FpJaDD> (дата звернення: 02.04.2022).

UDC: 658.14/.17:005

BEZRUKOVA A.O., undergraduate

Supervisor – **TKACHENKO K.V.**, Candidate of Economic Sciences

K-Tkachenko@ukr.net

Bila Tserkva National Agrarian University

ENTERPRISE FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM

The structure of functioning of the financial management system of the enterprise is revealed. The levels of determining the parameters of financial management of economic entities are described. Measures to organize effective management of financial flows of the enterprise are proposed.

Key words: equity, loan capital, stocks, financial flows, profitability.

The financial management system of the enterprise includes making financial decisions on the effective management of financial resources of the enterprise, as well as financial relations that arise in the process of movement of financial resources. This system covers all activities of the enterprise - operating, financial and investment and aims to address issues related to the circulation of capital in the enterprise.

We believe that the financial management system of the enterprise should be considered as a complex structure consisting of relatively separate, closely interconnected elements that have a direct impact on each other:

1. Capital formation: equity management; debt capital management; accounts payable management.

2. Use of capital: management of non-current assets (including investment activities); management of current assets (including inventories, receivables and cash and current financial investments) [1; 2].

Each of the selected elements of the financial management structure has features which involve the development of various effective measures to achieve the results: timely provision of the organization with the necessary financial resources, achieving the planned level of income, developing optimal financial capital structure, maintaining the required level of liquidity, solvency and financial stability. ensuring an acceptable acceptable level of financial risk in the event of a risk event, etc. [3]. At the same time, determining the optimal financial structure of capital is one of the most difficult problems of financial management of the enterprise, as the management of capital formation and use is focused primarily on meeting the needs of sources of financing of their economic activities. capital by economic entities can be achieved only on the basis of optimization criteria that meet the goals and strategic directions of its development [4].

The process of financial management of enterprise resources and the algorithm of its implementation should include the main stages of any management system [3]: analysis; forecast; planning and control. The influence of external and internal factors of the enterprise should be taken into consideration. Considering approaches to optimize the capital structure of enterprises used in domestic practice, they are based on elements which are justified by foreign practice ("tax shield", leverage, bankruptcy costs, etc.), as well as taking into account the internal and external environment functioning of business entities [4].

When determining the parameters of financial management, it is necessary to distinguish three levels, between which a certain interval is set, which shows that the company can move to a new stage of development, having a sufficient amount of accumulated reserves in reserve:

1. the minimum possible (according to the pessimistic forecast) - the required value of absolute and relative indicators to minimize the needs of the enterprise;

2. basic (realistic forecast) - the absolute and relative values of indicators are really achieved, which allow to ensure profitable operation, meet the needs of owners, the formation of a reserve of financial strength;

3. advanced (optimistic forecast) - promising relative and absolute indicators achieved by the accumulation of sufficient internal reserves of the enterprise and favorable conditions of the competitive environment, as well as other external factors [5].

Thus, assessing the effectiveness of financial management of the enterprise is a very time-consuming process, as it covers a wide range of financial relations of the entity. For each of the selected segments of financial management in the real sector of the economy (management of equity and debt capital, management of non-current and current assets) different specific indicators to assess their effectiveness is used. In addition, there are generalized indicators, which include the return on total capital (total assets), return on sales, net profitability and economic added value, which are designed to assess the effectiveness of financial management of the enterprise as a whole.

For rational management of financial resources and financial condition of the enterprise it is necessary to analyze and control the process of formation, distribution and usage of financial flows, as well as their overall dynamics in absolute terms and compliance with regulations in relative terms.

REFERENCES

1. Dekhtyar, N.A., Deineka, O.V., Chernous, T.M. (2017). Upravlinnia oborotnymy aktyvamy pidpriemstva [Management of current assets of the enterprise]. Elektronnyi naukovyi zhurnal Mukachivskoho derzhavnoho universytetu «Ekonomika ta suspilstvo» [Electronic scientific journal of Mukachevo State University «Economics and Society»], no 8. pp. 572–578.
2. Epifanova, I.Y. (2016). Equity in the system of financial support of innovative activities of enterprises [Vlasnyi kapital u systemi finansovoho zabezpechennia innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv]. Problemy ekonomiky [Problems of the economy]. no 3. pp. 239–244.
3. Trachenko, K.R. The mechanism of management of financial resources of the enterprise. Available at: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2018/paper/viewFile/3927/3246> (дата звернення: 02.05.2022).

4. Varchenko, O.M., Artimonova, I.V., Kholodenko, N.I. (2021). Optymizatsiia struktury kapitalu yak instrument upravlinnia vartistiu molokopererobnykh pidpriemstv [Optimization of capital structure as a tool for managing the value of dairy enterprises]. *Ekonomika ta upravlinnia APK : zbirnyk nauk. prats Bilotserkiv. nats. ahrarn. un-tu* [Economics and management of agro-industrial complex: collection of sciences. works of Bila Tserkva. nat. agrarian un-tu]. no 1. pp. 111–124.

5. Romashko, O.M., Barilyak, V.O. (2019). Teoretychni zasady formuvannia mekhanizmu upravlinnia finansovymy resursamy pidpriemstva [Theoretical principles of formation of the mechanism of management of financial resources of the enterprise]. *Biznes Inform* [Business Inform]. no 5. pp. 180–184.

UDC: 336.741.242-028.63:339

KORBUT A. M., 3rd year student

Supervisor – **TKACHENKO K.V.**, Candidate of Economic Sciences

K-Tkachenko@ukr.net

Bila Tserkva National Agrarian University

THE PLACE AND ROLE OF CRYPTOCURRENCY IN THE WORLD ECONOMY

Mankind has long understood the need for a tool that could assess the value of a particular good or service. Initially, it developed in the form of barter transactions. That is, there was an exchange of one product for another. Subsequently, due to the need for a special tool for the sphere of circulation, coins were introduced. They were easy to exchange, did not lose their shape and were small in size and weight. After some time, paper money was introduced, which does not lose its relevance to our time.

Key words: cryptocurrency, exchange, money, payment.

In general, in whatever form money is, it is the world's only measure of the value of goods and services, and they alone perform three important functions: means of circulation, accumulation, and payment. In the current conditions of rapid development of scientific and technological progress, a new type of money was introduced - digital money. Mankind is currently trying to move into an information environment based on a powerful communications network and state-of-the-art engineering inventions. This also affected the financial sector. Developers are constantly creating new payment systems that use new types of currencies. Yes, a form of money such as cryptocurrency was introduced.

Today it is the world's leading currency. It is used by millions of people. But there are many proponents of virtual currency. Due to the still underdeveloped platform where all cryptocurrency transactions are regulated and controlled, illegal money-related lawsuits are very common. Therefore, it has a positive effect on the world economy or vice versa, it is impossible to say negatively.

Cryptocurrency can be understood as a certain type of electronic money, which, like ordinary money, has its own payment system, but they operate on the basis of such technology as blockchain (a continuous chain of blocks that have a certain set of information) [1]. Cryptocurrency became widespread after the crisis of 2008-2009. It has significantly shaken the monetary system of all countries. The advent of digital money has helped solve the problem of double the costs involved in using financial instruments. Personal virtual wallets were created, thanks to which real money was transformed into cryptocurrency. Each had a digital code, which in the future showed its virtual number (account) and was the basis for various transactions. [2]

Today, about 2,000 cryptocurrencies have been created and developed. Each of them has its own value and level of use. Yes, the most common and most expensive of them is bitcoin (Bitcoin). It is considered the first currency used in the digital economy. [3] But Ethereum, Security Tokens, XPR and Litecoin are also popular.

Cryptocurrency has spread rapidly because it does not depend on real money generated by the state (such as the dollar or the euro). But in order to obtain cryptocurrency, you need to perform a large number of mathematical operations on one or more computers. Today, for example, to create 1 bitcoin you need to do 500 thousand more transactions than when bitcoin was used. As a result, the value of

cryptocurrency has now exceeded the value of an ounce of gold. The reason is the interest of participants in the use of electronic money as a means of rapid enrichment. This explains the value of digital currency. For many, this is similar to coin mining, which is why a name has emerged that describes this complex mining process.

REFERENCES

1. Vintage.agency. Blockchain. Available at: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/blockchain> (дата звернення: 01.05.2022).
2. Sheludko, V.M. (2015). *Finansovyi rynok* [Financial market]. Kyiv, Stereotype. Znannya, 535 p.
3. Liu, Y. and Tsyvinski, A. (2018). "Risks and Returns of Cryptocurrency", *Natsional'ne biuro ekonomichnykh doslidzhen' Yel's'koho universytetu, USA*, pp. 111—123.
4. Arkhireiska, N.V., Kuchkova, O.V. (2019). *Mekhanizm funktsionuvannia krypto valiut. [The mechanism of cryptocurrencies]*. *Biznes Inform [Business Inform]*, no 2. pp. 407—413.
5. Kovalchuk, A.T., Kotlyarevsky, Y.V., Knyazev, S.I. (2019). *Instytutsionalni aspekty rehuliuвання innovatsiinykh finansovykh tekhnolohii u konteksti rozvytku kryptovaliut [Institutional aspects of regulation of innovative financial technologies in the context of cryptocurrency development]*. *Ekonomika ta pravo [Economics and law]*, no 3. pp. 97—106.

УДК: 336.773-043.83:364-624

КОРЧЕВНА Т.М., студентка 1 курсу магістратури

Науковий керівник – **АРТІМОНОВА І.В.**, канд. екон. наук

Білоцерківський національний аграрний університет

СИСТЕМА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ БАНКІВ

Розкрито значення банківських *фінансових ресурсів* на мікро- та макрорівнях. Визначено, що ефективний механізм банківського фінансового менеджменту забезпечує досягнення стратегічних і тактичних цілей банку. Запропоновано напрями підвищення ефективності управління формування фінансових ресурсів банків.

Ключові слова: банківська ресурсна база, фінансові ресурси, джерела фінансування, ліквідність.

Враховуючи реалії української економіки в умовах військового стану та сучасні умови розвитку банківської системи особливо важливого значення набуває процес формування банківських фінансових ресурсів, оптимізація їх структури та ефективне управління власними та залученими коштами, оскільки від цього значною мірою залежить вирішення проблеми інвестиційної активності. Зміцнення банківської ресурсної бази є однією з ключових передумов *забезпечення стабільного* функціонування та подальшого розвитку фінансової системи України. Відзначаючи значимість вищезазначеного слід вказати, що питання формування банківських фінансових ресурсів стають дедалі актуальнішими в нинішніх умовах розвитку економіки країни.

Фінансові ресурси банку є багатоаспектним поняттям, яке доцільно розкривати через мікро- та макрорівень. На мікрорівні фінансові ресурси банку слід розглядати як сукупність грошових та не грошових ресурсів (виражених у грошовій формі), які є в розпорядженні банківської установи на засадах власності (власний капітал) та тимчасового користування (залучений і позичений капітал) та спрямовуються на забезпечення всіх напрямків його діяльності (отримання прибутку, забезпечення ліквідності, стабілізація фінансового становища, досягнення позитивних фінансових результатів, розвиток матеріально-технічної бази, зміцнення позицій на міжбанківському ринку). Як свідчить управлінська практика банків їх фінансові ресурси існують у двох виразах: як сукупність джерел їх формування (пасиви) і як сукупність напрямів та об'єктів їх розміщення (активи). Зокрема в залежності від конкретних засад управління ресурсами банку може використовуватись активна або пасивна форма їх виразу. На макрорівні фінансові ресурси банківської системи слід розглядати як сукупність усіх наявних фінансових ресурсів банківської системи країни та потенційних ресурсів, які можуть створюватися банківсь-

кою системою в конкретних умовах певного економічного періоду, яка може бути використана для фінансування потреб суб'єктів господарювання, домогосподарств, держави та банківських установ без загрози стабільності грошовому ринку країни [1]. Управління процесом залучення фінансових ресурсів банками на макрорівні здійснюється Національним банком України, а на мікрорівні самими кредитними організаціями відповідно до розробленої фінансової політики мобілізації та використання залучених грошових ресурсів.

Виходячи з особливостей банківської діяльності, ґрунтуючись на визначенні способу фінансування як способу акумулювання коштів варто виділити основні способи фінансування:

1) капітальне фінансування – будь-яка угода, за якою банк отримує кошти для здійснення інвестицій в обмін на надання права пайової участі у власності банку;

2) фінансування шляхом отримання позик, коли банк отримує кошти для здійснення інвестицій в обмін на зобов'язання виплатити ці кошти у майбутньому з обумовленим відсотком, причому право на частку власності кредитор не отримує [2].

Політика банку при формуванні залучених фінансових ресурсів передбачає вибір методів фінансування, визначення джерел фінансування та використання відповідних важелів та інструментів, що базується на створенні механізму формування та управління банківської ресурсної бази за рахунок залучених ресурсів. Механізм банківського фінансового менеджменту являє собою систему основних елементів, що регулюють процес розробки і реалізації управлінських рішень в сфері фінансової діяльності банку [3]. У структуру даного механізму входять такі основні елементи:

1. Система принципів формування залучених ресурсів.

2. Система регулювання діяльності банку з акумуляції фінансових ресурсів.

3. Система фінансових важелів, методів, інструментів здійснення управління фінансової діяльності банку.

Цілком очевидно, що взаємозв'язок між управлінням формуванням залучених фінансових ресурсів та управлінням ліквідністю банків проявляється, перш за все, у тому, що управління формуванням ресурсної бази має забезпечувати функціонування механізму швидкої мобілізації додаткових коштів необхідної якості. У свою чергу забезпечення ліквідності банку істотно впливає на безперебійне фінансування банківських установ з боку різних суб'єктів фінансового ринку [4].

З огляду на вищевикладене, вважаємо, що основними напрямками підвищення ефективності управління формування банківських фінансових ресурсів у сучасних умовах є збільшення довіри до банківської системи загалом з боку клієнтів; вдосконалення механізму захисту прав інвесторів; розвиток та впровадження інноваційних банківських послуг; розширення спектру банківських кредитних продуктів; досягнення рівня достатності капіталу банківської системи загалом; поліпшення структури ресурсної бази банку тощо.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ларіонова К. Л., Капінос Г. І., Балактіонова Д. О. Проблеми формування фінансових ресурсів банківської системи України в умовах фінансової нестабільності. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 6. С. 7–16.

2. Рисін В.В., Біда А.П. Фінансова стійкість банку: чинники та особливості забезпечення. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2021. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2021/3.pdf

3. Васьківська К.В., Сич О.А. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. Львів: «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2017. 236 с.

4. Артимонова І.В., Безозерських В.Є. Аналіз кредитно-інвестиційної діяльності державних банків України: SCIENTIFIC COLLECTION «INTERCONF». «Current issues and prospects for the development of scientific research». Франція (Орлеан). 2021. № 71. С. 29–38.

USENKO N.A, undergraduate

Supervisor – TKACHENKO K.V., Candidate of Economic Sciences

K-Tkachenko@ukr.net

Bila Tserkva National Agrarian University

FINANCIAL RISK MANAGEMENT IN INSURANCE COMPANY

The issue of risk management of insurance companies in an unstable economy is quite relevant, because it is timely management allows you to respond in a timely manner to changes in the external environment and internal state of the insurer, ensuring financial stability, stability and solvency. A characteristic feature of risk management is the ability to predict the occurrence of a negative situation and reduce its consequences.

Key words: risk, insurer, management, financial stability.

The impact of risks on insurance companies can be investigated by their activities, both the object and the risks taken by policyholders. Without a well-established management system, it is impossible to ensure the reliability and financial stability of the insurance company. By studying the activities of insurance companies, it can be argued about their complex nature of risk, which in turn creates problems for effective and timely response and management. The impact of military invasions, economic crises, natural disasters, which have recently greatly affected the insurance industry, has a negative impact on the development of the insurance sector, and therefore an effective risk management system should be developed.

The peculiarity of insurance companies is that in addition to the risks that affect the activities of the business entity, insurance companies accumulate additional risks of other entities.

Financially stable is an insurance company, which is characterized by sustainable financial and economic growth, effective prevention of external and internal risks in order to minimize or eliminate them.

Given the above, we believe that the main task of financial stability of insurance companies is to ensure efficient, clear and effective activities for development in the long run.

Risk management covers the following stages:

- search for possible risks in "weak spots";
- assessment of the probabilities of risks and the consequences of their elimination;
- risk management: choice of methods and tools;
- controlling and drawing conclusions.

The main financial risks in the activities of insurance companies are: the risk of inadequacy of tariffs; liquidity risk; insolvency risk; reinsurance risk; risk of insufficient reserves; investment risk.

Thus, the risk management of insurance companies is very special, as this area aims to voluntarily assume the risks of other entities for a fee. Risk management of insurance companies is based on the use of special mechanisms inherent only in insurance activities: reinsurance, preventive actions, the formation of insurance reserves.

REFERENCES

1. Gherasymova, I. (2016). Upravlinnja finansovymy ryzykamy strakhovykh kompanij z metoju zabezpechennja ekonomichnoji bezpeky [Management of financial risks of insurance companies in order to ensure economic security]. *Ekonomichnyj prostir* [Economic space], no. 115. pp. 112–125.
2. "Zakon Ukrainy" Pro strakhuvannia" [On insurance]: Law of Ukraine of March 7, 1996 under № 85/96-BP. Available at: <http://zakon1.rada.gov.ua>. (дата звернення: 02.05.2022).
3. Prikhno, I. M. (2019). Problemy ta perspektyvy rozvytku finansovoho poserednytstva v Ukraini [Problems and prospects for the development of financial intermediation in Ukraine]. *Ekonomika. finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky* [Economics. finances. management: current issues of science and practice], no 4, pp. 92 – 100.
4. Sheludko, V.M. (2015). *Finansovyj rynok* [Financial market]. Kyiv, Stereotype. Znannya, 535 p.

5. Sosnovska, O.O., Zhytar, M. O. (2019). Intehralna otsinka systemnoi efektyvnosti ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [Integral Valuation of the System Efficiency of Economic Security of the Enterprise]. Collective Monograph Association Agreement: Driving integrational Changes, Accent Graphics Communications. Chicago, Illinois, USA, pp. 109-121.

ЗМІСТ

БАРАНЕНКО О.М., ХАРАКТЕРИСТИКА ЧИННИКІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА - 3
БАЛІЦЬКА Н.І., ІНДЕКС КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТАЛАНТІВ (GLOBAL TALENT COMPETITIVENESS INDEX) В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19 - 5
БЕДРІЙ Є.О., МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ ЧЕРЕЗ НАДАННЯ ЯКІСНИХ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ – 7
БАЛІЦЬКА Є.Ю., ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА – 9
БУЧОК С., ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ І ОЦІНКИ ЗАПАСІВ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ – 10
БІЛЯЄВ М.А., МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА – 12
БАТАЖОК О.В., ЗАСТОСУВАННЯ ЕКО-ІННОВАЦІЙ ЗА РЕСУРСОЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА В ЦИРКУЛЯРНІЙ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ – 14
БУРТОВИЙ Я.О., ОЦІНКА ПОПИТУ НА ТОВАР НА ПІДПРИЄМСТВІ – 16
БЕРЕЖНИЙ О.С., СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ В УМОВАХ ВІЙНИ – 18
ВАСИЛЕНКО А.Б., ПРОБЛЕМИ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ НА ПРИКЛАДІ АТ ЖИТОМИРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД КОМПАНІЯ «РУДЬ» – 19
ВИСОЦЬКИЙ В.М., ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ОПЕРАТОРА ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ «УКРПОШТА» – 22
ВОЙЦЕШУК В.Ю., БОНДАЕНКО А.І., ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ТУРИСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ – 24
ВДОВЕНКО А.О., ЕНЕРГЕТИЧНИЙ КОМПЛЕКС УКРАЇНИ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ – 25
ГНАТЕНКО М.В., ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ – 27
ГУДИК Т.А., ПРИНЦИПИ ДЕРЖАВНО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПАРТНЕРСТВА В ПРИРОДОКОРИСТУВАННІ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ – 28
ГРИНЧУК К.В., МАРКОВИЧ Ю.С., ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ – 29
ДМИТРЕВИЧ А.С., РОЛЬ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ – 31

ДУРДУКА Д.О., ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	– 33
ДМИТРЕВИЧ А.С., ПРОБЛЕМИ ЗОВНІШНЬОЇ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	– 36
ЕЙСМОНТ Ю. В., СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ	– 38
ІСАЧЕНКО Н.В., ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ ЧЕРГ У БІЗНЕСІ	– 40
ЗАМКОВА Д.Д., НАНОРІВЕНЬ: ТОНКОЩІ ІНФЛЮЕНСЕР – МАРКЕТИНГУ	– 42
ЗАПОРОЖЕЦЬ В.С., СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГІЇ	– 43
КАРПЕНКО О.І., ЗЕЛЕНІ ОБЛІГАЦІЇ ЯК НОВИЙ ФІНАНСОВИЙ ІНСТРУМЕНТ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ	– 45
КОБА Б.С., ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ ЯК ОБ'ЄКТУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	– 47
КУДРИЦЬКА В.М., КРИПТОВАЛЮТА ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНВЕСТИВАННЯ: МОЖЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ	– 50
КАСЯНЮК О.І., ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	– 52
КИЯНИЦЯ О.В., ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ БОРОШНА ЖИТНЬОГО	– 54
КАЛЕНИК С.В., ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ МОБІЛЬНИХ ОПЕРАТОРІВ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	– 55
КОЛОСОВА К.К., МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ	– 57
КУЦ А.К., ЗАГРЕБЕЛЬНИЙ Я.В., ДЕРЖАВНЕ АНТИМОНОПОЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ	– 59
КАРПЕНКО О. І., ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ТА СЛУЖБИ В ОРГАНАХ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	– 61
ЛОБУНЕЦЬ А.Р., ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНИХ УСТАНОВ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	– 63
МЕДВЕДЧУК Ю.С., ПОДАТОК ЯК ГОЛОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПЕРЕРОЗПОДІЛУ СУСПІЛЬНОГО ПРОДУКТУ	– 65
МИЧКІВСЬКА А.П., МІСЦЕВІ БЮДЖЕТИ – ФІНАНСОВА ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	– 66
МАКСИМЕЦЬ В.В.,	

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ	– 68
НЕЧИТАЙЛО В.О., ЗАКОН ВЕЛИКИХ ЧИСЕЛ ТА ЙОГО РОЛЬ У СТАТИСТИЦІ	– 70
ОЛЕНІЧЕВ К., МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У ВІДПОВІДНОСТІ ДО МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ	– 72
ОСТРОВЕРХ П.О., СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ЕКОНОМІЧНО АКТИВНОГО НАСЕЛЕННЯ	– 73
ПИЛИПЕНКО Н., ЕКСПРЕС - АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДАНИМИ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ	– 75
ПОВАР-БОБРОВСЬКА І.В., ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	– 77
ПУНЬКО Ю.М., СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ	– 79
РАШКІВСЬКИЙ В.О., ОБҐРУНТУВАННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	– 80
СИЧ О.П., МІЖНАРОДНІ САНКЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОСІЮ	– 82
СМИЧЕНКО Р.А., ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	– 85
СЛАВІНСЬКА О.В., СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ	– 86
СТУДЗІНСЬКИЙ О.О., ЛЕНД-ЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАХИСТУ ДЕМОКРАТІЇ В УКРАЇНІ	– 88
СІВОЗДРАВ Б.І., ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОРТФЕЛЮ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ ТОВАРНОЇ КАТЕГОРІЇ ЧАЮ	– 89
САСНКО В.Е., ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	– 91
САБАДИН Є.Г., ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА ВЗАЄМОДІЇ З ПОКУПЦЕМ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ	– 93
ТРИГУБ К.А., ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ТА ВЕДЕННЯ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ	– 95
ТУРСУНОВ А.О., ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ ТА ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ	– 96
ФУРСЕНКО А.С., СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	– 98
ХРОМЕНКО В.Я.,	

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ГРУПИ КОМПАНІЙ “КЕРНЕЛ”	– 101
ХМЕЛЬНИЦЬКА С.А., ОЦІНКА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИКІВ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	– 103
ЧЕРНЕНКО О.С., ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОЇ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ	– 104
ЧУБІНСЬКА Н.О., НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ФУНКЦІЇ ФІНАНСІВ ДОМОГОСПОДАРСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	– 106
ЧЕРНЕНКО О.С., РЕГУЛЯТОРНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-КЛІМАТУ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА	– 109
ШИРОКОПОЯС Т.І., АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ДИНАМІКИ ОФІЦІЙНОГО КУРСУ ДОЛАРА В УКРАЇНІ В 2019-2022 РОКАХ	– 111
ШАРАБОРІН Я.І., МАРКОВИЧ Ю.С. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ У ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ	– 113
ЯРЕМЕНКО В.О., СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ – ОСНОВА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ КРАЇНИ	– 115
ЯЩУК А.С., ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ВНАСЛІДОК ВОЄННИХ ДІЙ В УКРАЇНІ	– 118
БАЛІЦЬКА Н.І., ВПЛИВ ГЕНДЕРНИХ ВІДМІННОСТЕЙ НА СПРИЙНЯТТЯ КОРУПЦІЇ В ГРОМАДЯНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ	- 119
BEZRUKOVA A.O., ENTERPRISE FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM	– 121
KORBUT A. M., THE PLACE AND ROLE OF CRYPTOCURRENCY IN THE WORLD ECONOMY	– 123
КОРЧЕВНА Т.М., СИСТЕМА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ БАНКІВ	– 124
USENKO N.A., FINANCIAL RISK MANAGEMENT IN INSURANCE COMPANY	– 126