

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ  
«ЛЬВІВСЬКА ЕКОНОМІЧНА ФУНДАЦІЯ»

ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«ЛЬВОВСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ФУНДАЦИЯ»

## **Економічні та інноваційно-інвестиційні процеси в умовах змін ринкового середовища**

Матеріали  
Міжнародної науково-практичної конференції  
(Львів, 24 жовтня 2020 року)

## **Экономические и инновационно- инвестиционные процессы в условиях изменений рыночной среды**

Материалы  
Международной научно-практической конференции  
(Львов, 24 октября 2020 года)

Львів  
2020

УДК 338.242(063)  
Е 45

**Економічні та інноваційно-інвестиційні процеси в умовах змін ринкового середовища:** Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 24 жовтня 2020 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – Львів: ЛЕФ, 2020. – 140 с.

**Экономические и инновационно-инвестиционные процессы в условиях изменений рыночной среды:** Материалы международной научно-практической конференции (Львов, 24 октября 2020 года) / ОО «Львовская экономическая фундация». – Львов: ЛЭФ, 2020. – 140 с.

УДК 338.242(063)  
Е 45

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

© Колектив авторів, 2020  
© Львівська економічна фундація, 2020

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<b>Кафтя М. А.</b> ФОРМУВАННЯ ВЕРТИКАЛЬНО ІНТЕГРОВАНИХ БІРЖОВИХ ХОЛДИНГІВ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ .....	6
<b>Орос В. В.</b> СПАЛАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ ЄС .....	10

### СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

<b>Кладченко І. С.</b> НАУКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ .....	14
<b>Решетняк О. І.</b> ОЦІНКА НАЦІОНАЛЬНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В ЕКСПОРТІ ГАЛУЗЕЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ .....	19

### СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<b>Бойченко А. М.</b> ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	24
<b>Галюк І. Б., Федюк М. В.</b> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ .....	28
<b>Гнатюк В. А., Железняк К. Л.</b> ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ НА РИНКУ ТА ІМІДЖ КОМПАНІЇ .....	30
<b>Демченко П. С., Кравцова О. О.</b> ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ РИЗИКІВ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ЗАЛІЗОРУДНИХ ПІДПРИЄМСТВ МЕТАЛУРГІЙНОГО КОМПЛЕКСУ .....	34
<b>Захарова Ю. І., Денисенко М. П.</b> МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА .....	38
<b>Козакевич Т. С., Громова О. Є.</b> ПІДХОДИ ТА ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ .....	41
<b>Несенюк Є. С.</b> ІНТЕГРАТИВНІ ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТЕКСТИЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ .....	43
<b>Павлик В. П.</b> УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ РОБІТНИКІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ .....	48

<b>Павлик В. П.</b> УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ НА ОСНОВІ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ТА УЗГОДЖЕНОСТІ ПОКАЗНИКІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	52
<b>Савицька О. М., Салабай В. О.</b> МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ КОМПАНІЙ .....	55
<b>Середа А. О.</b> УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	60
<b>Судакова О. І., Брискіна А. О., Щудро Є. Є.</b> РОЗРОБКА ПРИНЦИПІВ ПОБУДОВИ Й СТРУКТУРИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	64
<b>Сусло В. А.</b> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	69
<b>Тараненко О.С.</b> ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЛОГІСТИЦІ ПОШТОВИХ ТА КУР'ЄРСЬКИХ СЛУЖБ .....	74
<b>Ульянова Л. П., Ковальов М. С.</b> ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ ДНІПРОПЕТРОВЩИНИ РОБІТНИЧИМИ КАДРАМИ .....	77
<b>Хаврова К. С., Баранова М. О.</b> УПРАВЛІННЯ ТОВАРОБОРОТОМ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ АНТИКРИЗОВИХ ЗАХОДІВ.....	81
<b>СЕКЦІЯ 4. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА</b>	
<b>Безпалый А. В.</b> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА .....	83
<b>СЕКЦІЯ 5. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ</b>	
<b>Витвицька У. Я., Прокопенко О. С.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНСТИТУТІВ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ ЯК СУБ'ЄКТІВ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА В УКРАЇНІ .....	86
<b>Дядюра К. В., Янковський В. А.</b> ДЕФІЦИТ БЮДЖЕТУ: СУТНІСНА СКЛАДОВА, ГОЛОВНІ ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ В УКРАЇНІ .....	90
<b>Західна О. Р.</b> ВИДАТКОВІ ПОВНОВАЖЕННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕФОРМИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ .....	94
<b>Марюха Є. В.</b> МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА .....	98

<b>Petrushka O. V., Shindor Y. V.</b> FEATURES OF FINANCIAL SUPPORT OF CITIZENS IN CASE OF UNEMPLOYMENT IN GERMANY .....	101
<b>Самошкіна І. Д., Голобородов А. А.</b> ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.....	103
<b>Sydorchuk A. A.</b> THE IMPACT OF CHANGES IN THE INSURANCE FEES ON THE NUMBER OF FINANCIAL RESOURCES OF STATE SOCIAL INSURANCE .....	107
<b>Фатюха Н. Г., Тертиця О. А.</b> РОЛЬ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ .....	110
<b>Юдіна С. В.</b> ПІДСИСТЕМИ ТА РІВНІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ .....	114
 <b>СЕКЦІЯ 6. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ</b>	
<b>Коцєруба Н. В.</b> РИЗИКИ АУДИТУ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	118
<b>Проскуріна Н. М., Гнідкова А. В.</b> ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА АУДИТОРСЬКОГО РИЗИКУ ЗА МСА 315 .....	122
<b>Соловйова Л. В., Богуславська Н. В., Усатенко О. В.</b> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БЕЗОПЛАТНОГО ОТРИМАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ БЮДЖЕТНОЮ УСТАНОВОЮ .....	127
<b>Степанчук О. О., Польова Т. В.</b> УПРАВЛІНСЬКА ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА .....	129
 <b>СЕКЦІЯ 7. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ</b>	
<b>Позднякова М. О., Загреба М. М.</b> ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ МАРКЕТИНГОВИХ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ У КОНТЕКСТІ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В ПОЛІТИЦІ ПРОСУВАННЯ.....	132

# СЕКЦІЯ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

*Кафтя М. А.*

*аспірант кафедри міжнародного обліку та аудиту  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»  
м. Київ, Україна*

## **ФОРМУВАННЯ ВЕРТИКАЛЬНО ІНТЕГРОВАНИХ БІРЖОВИХ ХОЛДИНГІВ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ**

Одночасно з консолідацією й інтеграцією фондових біржових майданчиків в останні роки чітко прослідковується тенденція щодо формування вертикально інтегрованих біржових холдингів. Результатом цього стає створення глобальних фондових груп, що монополізують увесь виробничо-технологічний процес організації торгівлі фондовими активами – від укладення угод на їх купівлю-продаж до клірингу, обліку операцій і їх інформаційного супроводу. Хоча завдяки цьому усі учасники ринку у рамках одного фондового майданчику мають можливість отримати максимально широкий спектр послуг, однак вертикально інтегровані біржові холдинги справляють суттєвий деформуючий вплив на конкурентне середовище функціонування фондових бірж, породжуючи значні ризики «вихолощування» їх ринкових функцій, «перетягуючи» на свої біржові майданчики іноземних учасників та «розмиваючи» інституційний ресурс фондових бірж щодо формування цінової кон'юнктури світових фінансових активів. Так, на сьогодні інституційне ядро глобальної торгівлі фондовими активами формують близько 60 найбільших фондових бірж загальною капіталізацією на рівні 69 трлн дол США. З них 16 фондових бірж мають капіталізацію в 1 трлн дол, формуючи так званий «Клуб одного трильйона». 17 глобальних фондових бірж сконцентровані в Азії і мають рівень капіталізації у 23,1 млрд дол США; 2 – в Австралії і Новій Зеландії (1,2 млрд); 17 – в Європі (13,6 млрд);

5 – в Африці (1,1 млрд); 5 – у Північній Америці (28,1 млрд) і 5 – у Південній Америці (933 млн) [1].

Динамічні процеси акціонування світових фондових майданчиків та стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій у системі торгівлі фондовими активами суттєво загострюють конкурентну боротьбу між ними за клієнтів та ресурси їх клірингового і депозитарного обслуговування. Йдеться насамперед про дедалі більшу орієнтацію фондових бірж на нарощування інвестиційних капіталовкладень у нові діджитал-орієнтовані фінансово-біржові технології з метою зміцнення їх міжнародної конкурентоспроможності, підвищення ефективності здійснюваних біржових операцій, зниження рівня трансакційних витрат для клієнтів на основі диверсифікації пропонованих клієнтам послуг, запровадження інноваційних фондових продуктів та залучення у такий спосіб нових інвесторів й емітентів акційних і облігаційних інструментів. Широке впровадження електронних систем торгівлі фондовими активами забезпечило також динамічне перетворення фондових бірж в універсальні і високопродуктивні інститути світового фінансового ринку, здатні ефективно суміщати традиційні торговельні операції з кліринговою і депозитарною діяльністю.

Завдяки цьому було досягнуто таких стратегічних цілей як зменшення чисельності посередників на світовому фондовому ринку, стрімке нарощування вартісних обсягів капіталу, що обертається каналами фондової торгівлі та динамічний розвиток приватного інтернет-трейдингу. Останній орієнтований насамперед на обслуговування дрібного, або так званого «масового інвестора» [2, с. 130], в управлінні якого перебувають активи страхових компаній, пенсійних і взаємних фондів [3]. Своєю чергою, стрімке збільшення кількісного складу ринкових агентів з відносно незначними обсягами інвестиційних капіталовкладень у цінні папери та стратегічною орієнтацією на швидкий обіг капіталу та отримання «гарячих» грошей стимулювало динамічний розвиток термінового сегменту світового фондового ринку, що надає широкі можливості здійснення торговельних операцій з багатократним плечем.

Характеризуючи ключові тенденції розвитку глобального фондового ринку в останні десятиліття, слід відзначити, що її висока динаміка значною мірою забезпечується виведенням у

лістинг фондових майданчиків зростаючої кількості підприємницьких структур, котрі у будь-який спосіб намагаються зміцнити свої ринкові конкурентні позиції шляхом участі у приватизаційних процесах та здійснення первинних публічних випусків акцій – IPO (англ. – *Initial Public Offering*). Як свідчить світовий досвід, саме первинні публічні випуски акцій, охоплюючи процеси підготовки, реєстрації і продажу акцій додаткової чи основної емісії (у тому числі депозитарних розписок на акції), є однією з найбільш поширених форм нарощування статутного капіталу бізнес-структур та здобуття статусу публічних корпорацій, а також залучення компаніями-емітентами довгострокового інвестиційного фінансування для розширення масштабів діяльності та перерозподілу прав власності між різними групами акціонерів через зміну фінансової структури капіталу. Завдяки цьому суттєво підвищується їх репутаційний бренд та знижується залежність від вузького кола інвесторів, що формує стійку інвестиційну базу подальших розміщень акційних інструментів [4, с. 40] та нівелює ризики ворожого поглинання, пов'язані з недостатньою ринковою оцінкою акцій і невеликою кількістю акціонерів.

Використання інструменту IPO забезпечує також підприємницьким структурам різних країн залучення крупного капіталу на необмежений термін, здобуття статусу міжнародних економічних агентів, а у багатьох випадках – навіть транснаціональних компаній, здатних завдяки первинним публічним розміщенням акцій ефективно вирішуючи найбільш гострі фінансові проблеми. Це дає усі підстави стверджувати про виконання первинними публічними випусками акцій надважливої функції глобального фондового ринку – інституційного забезпечення транснаціональних потоків капіталу і їх подальше розміщення.

Не слід скидати з рахунків і такої важливої для економічних агентів-емітентів IPO конкурентної переваги первинних публічних випусків акцій як відсутність будь-яких законодавчо-нормативних обмежень на обсяги їх емісії. І хоча інколи кількість емітованих компаніями IPO ув'язується з вартістю їх статутного капіталу, поточним фінансовим станом, кількістю акціонерів чи розміром філіальних мереж [5, с. 444], здійснення підприємницькими структурами первинних публічних випусків акцій за будь-яких умов є



важливим сигналом для іноземних інвесторів щодо високого рівня прозорості бізнес-діяльності емітентів, наявності розроблених корпоративних стратегій та їх відповідності міжнародним стандартам, а також високої якості системи загальнокорпоративного управління.

Не випадково, активізація первинних публічних випусків акцій компаніями різних країн (особливо з новостворюваними ринками) зазвичай супроводжується значним розширенням операцій локальних фондових бірж, котрі в останнє десятиліття динамічно трансформуються у важливі інституційні майданчики залучення національного й іноземного інвестиційного капіталу. Красномовним підтвердженням цього є, зокрема, дані, які свідчать, що у період 1996–2018 рр. середньорічний вартісний обсяг первинних розміщень акцій на світовому фондовому ринку стабільно становив близько 190 млрд дол США за їх середньорічної кількості на рівні 1,2 тис.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Desjardins J. All of the world's stock exchanges by size. Visual capitalist, 17 February, 2016. Url: <https://www.visualcapitalist.com/all-of-the-worlds-stock-exchanges-by-size/>
2. Алексюк И. Современные тенденции развития инфраструктуры фондового рынка в условиях финансовой глобализации. *Вестник Института экономики Российской академии наук*. 2012. № 4. С. 125–135.
3. Friedman A. Total Markets: Making the Case for Market Structure Reform. May 2019. URL: <https://focus.world-exchanges.org/articles/totalmarkets-making-case-market-structure-reform>
4. Шевченко Д.А., Хомяков Д.П. Проблемы на рынке ценных бумагах материкового Китая. *Финансы и кредит*. 2015. № 32. С. 39–47.
5. Киселев И.А. Анализ развития фондового рынка как источника формирования инвестиций. *Вестник ТГУ*. 2008. Вып. 11 (67). С. 443–449.

**Орос В. В.**

*магістр*

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

*м. Ужгород, Україна*

## **СПАЛАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ ЄС**

Глобальне поширення COVID-19 призвело до руйнівних людських жертв і стало серйозним потрясінням для економіки ЄС та світової економіки в цілому. Вплив корона вірусу серйозно впливає на світову економіку та змушує політиків шукати ефективні способи реагування, адже правильна політика суттєво впливає на боротьбу з хворобою. Однак деякі з цих заходів тягнуть за собою важкі економічні наслідки.

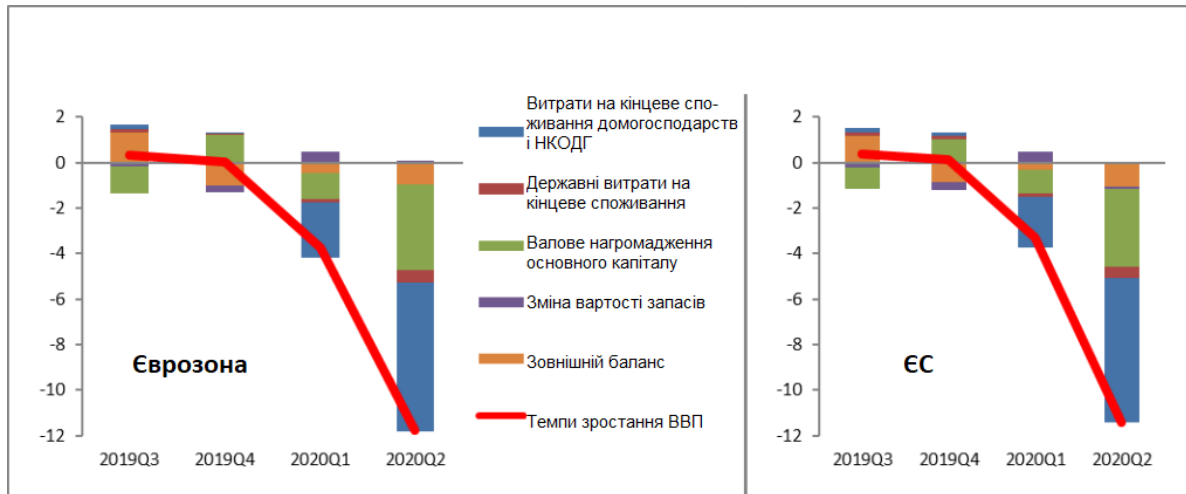
За оцінками експертів Єврокомісії, показники ВВП та зайнятості населення в зоні євро, станом на другий квартал 2020 року, зменшилися на 11,8% і 2,9% відповідно. Показники ВВП для ЄС впали на 11,4%, а зайнятість знизилася на 2,7%. У порівнянні з тим же кварталом попереднього року ВВП з урахуванням сезонних коливань знизився на 14,7% в Єврозоні та на 13,9% в ЄС (рис. 1), це був найбільш різкий спад [1].

За даними Євростату, у другому кварталі 2020 року видатки на кінцеве споживання домашніх господарств знизилися на 12,4% в зоні євро та на 12,0% в ЄС. Валове нагромадження основного капіталу знизилася на 17,0% в зоні євро та на 15,4% в ЄС (після -5,2% і -4,6% відповідно). Експорт в зоні євро, так як і в ЄС, впав на 18,8%. Імпорт знизився на 18,0% в зоні євро та на 17,8% в ЄС [4].

Витрати на кінцеве споживання домашніх господарств надали дуже сильний негативний вплив на зростання ВВП як в зоні євро, так і в ЄС (-6,6 і -6,3 процентних пункту, відповідно), а внесок валового нагромадження основного капіталу також був сильно негативним в обох зонах (-3,8 і -3,4 п.п. відповідно).

З рис. 1 відмітимо, що витрати на кінцеве споживання домашніх господарств стали основним сектором, який більше за інші вплинув на падіння ВВП як в зоні євро, так і в ЄС (-6,6 і -6,3 процентних пункту, відповідно). Внесок валового нагро-

мадження основного капіталу також був сильно негативним в обох зонах (-3,8 і -3,4 п.п. відповідно).



**Рис. 1. Зміни ВВП в ЄС та Єврозоні за компонентами, у %**

*Джерело: [1]*

Спалах COVID-19 і заходи, прийняті для боротьби з нею, викликали різке збільшення кількості звернень за виплатами по безробіттю в ЄС. Рівень безробіття є важливим показником як соціального, так і економічного виміру. Зростання безробіття призводить до втрати доходів громадян, посилення тиску щодо державних витрат на соціальну допомогу і скорочення податкових надходжень. З економічної точки зору безробіття може розглядатися як невикористана робоча сила.

Станом на серпень 2020 року рівень безробіття серед країн ЄС досягнув позначки 7,4%. Для порівняння у 2019 році цей показник складав 6,7%, тобто відбулось зростання на 0,7%. Рівень безробіття серед молоді (до 25 років) зріс на 64 тис, що дорівнює 17,6%. Якщо розглядати за ознакою статі, то непрацюючих жінок на 0,5% більше, ніж чоловіків. Для жінок це 7,6% а для чоловіків – 7,1% [2].

Зайнятість населення у ЄС склала 68,5% за перший квартал цього року. Відсоток працюючих жінок склав 63%, а чоловіків – 73,8%. Якщо порівнювати з минулими роками, то крива зайнятості повільно, але йде на спад [3].

На сьогоднішній день розвиток пандемії передбачає, що жодна країна не уникне прямого впливу. Серед країн Євросоюзу найбільш нищівного удару зазнала економіка Іспанії, скоротившись, у

2 кварталі 2020 року, аж на 18,5%, у порівнянні з 1 кварталом. На другому і третьому місці Хорватія і Угорщина, економіка цих країн постраждала на 14,9% і 14,5% відповідно [4].

Торгівля в Європі зазнала значних збитків за час пандемії, в першу чергу через закриття підприємств і обмеження в торгівлі. Відповідно до даних таблиці 1, за 7 місяців 2020 року торгівля товарами в середині Євросоюзу склала 1599,5 млрд євро, що на 11,9% менше в порівнянні з відповідним періодом минулого року.

Таблиця 1

**Торгівля товарами ЄС, у млрд. євро**

Період	Липень 2019	Липень 2020	Зміни	Січень – липень 2019	Січень – липень 2020	Зміни
Експорт з ЄС	189,9	168,5	-11,3%	1 241,1	1 089,7	-12.2%
Імпорт до ЄС	169,7	142,6	-16,0%	1 139,3	990,0	-13.1%
Сальдо	20,2	25,8		101,8	99,7	
Торгівля всередині ЄС	258,3	239,2	-7,4%	1 816,3	1 599,5	-11.9%

*Джерело: [5]*

Виходячи з даних таблиці 1, відмітимо, що експорт товарів з ЄС у період січня-липня цього року склав 1089,7 млрд євро, що на 12,2% менше ніж у січні-липні 2019 року. Імпорт за відповідний період впав аж на 13,1% у порівнянні з минулим роком, що у числовому еквіваленті складає 990,0 млрд євро. У період з кінця березня до початку травня спостерігалось негативне сальдо торгівельного балансу.

У результаті посилення адміністративних заходів громадяни євросони обмежують свою діяльність, що знижує попит в таких секторах як туризм, розваги, гастрономія та транспорт, що вказує негативний вплив на інвестиційний клімат в ЄС. Сфера послуг від епідемії постраждала найбільше.

Звичайно, жодна з країн не омине наслідків коронакризи. Перш за все, держави-члени повинні провести ефективні заходи

для стимулювання економіки ЄС. Одним з таких заходів є створення спеціального фонду, з боку інститутів ЄС, в розмірі 37 мільярдів євро для боротьби з наслідками спалаху епідемії.

Для пом'якшення наслідків кризи лідери ЄС вирішили створити Фонд відновлення. Було виділено 1074,3 млрд євро для подолання кризи. Крім цього, лідери ЄС узгодили довгостроковий бюджет у розмірі 1021,3 млрд євро на 2021–2027 роки. Разом з 540 мільярдами євро, вже виділених на три системи соціального захисту (для робітників, для підприємств і для країн-членів), загальний пакет відновлення ЄС становить 2 364,3 мільярда євро [6].

Пандемія COVID-19 зазнала нищівного удару не тільки для економіки ЄС, а й для світової економіки в цілому. Зарас країнам-членам Європейського Союзу потрібно докласти чимало зусиль для відновлення економіки, а насамперед – пошук нових джерел доходів бюджету, в інакшому випадку збільшення бюджету призведе до збільшення прямих вносів країн-членів.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. GDP main aggregates and employment estimates for the second quarter of 2020. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10545471/2-08092020-APEN.pdf/43764613-3547-2e40-7a24d20c30a20f64>
2. Unemployment statistics. URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Unemployment\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Unemployment_statistics)
3. Employment rate. URL: <https://data.oecd.org/emp/employment-rate.htm#:~:text=Employment%20rateEmployment%20rates%20are%20defined%20as%20a%20measure%20of%20the%20extent,to%20the%20working%20age%20population.&text=The%20working%20age%20population%20refers%20to%20people%20aged%2015%20to%2064.,-This%20indicator%20is>
4. GDP and employment flash estimates for the second quarter of 2020. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10545332/2-14082020-AP-EN.pdf/7f30c3cf-b2c9-98ad-3451-17fed0230b57>
5. Euro area international trade in goods surplus € 27.9 bn. URL: [https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/december/tradoc\\_151969.pdf](https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/december/tradoc_151969.pdf)
6. COVID-19: the EU's response to the economic fallout. URL: <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/coronavirus/covid-19-economy/>

## **СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ**

*Кладченко І. С.*

*аспірант кафедри економіки підприємства  
Донецького національного технічного університету  
м. Покровськ, Донецька область, Україна*

### **НАУКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

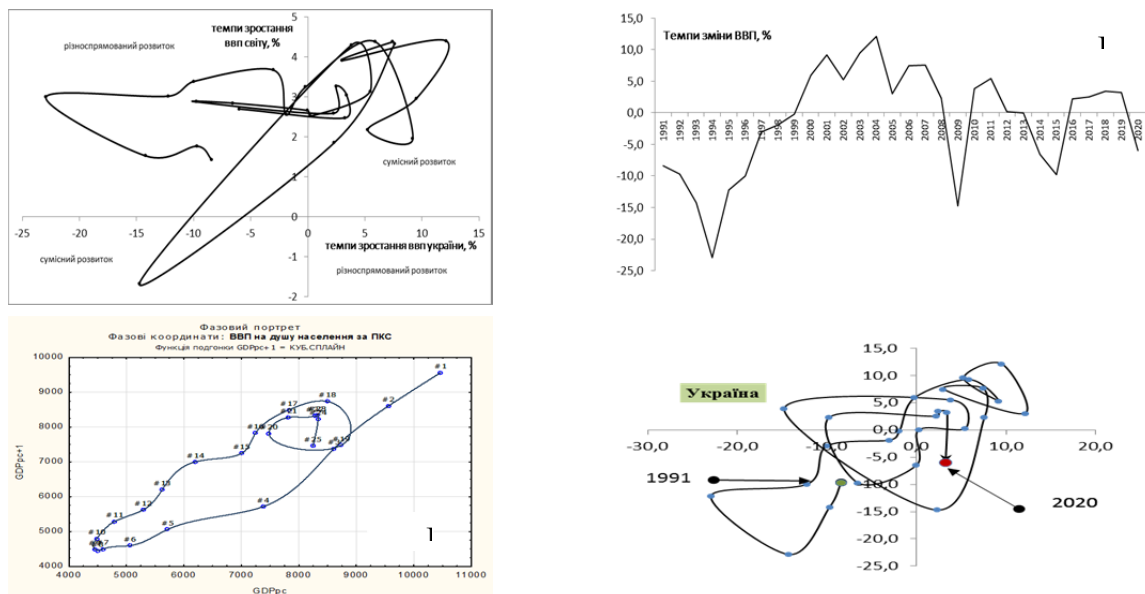
Дослідження систем соціально-економічної природи походження, тобто дослідження в сфері суспільних наук, на відміну від природничих, завжди починаються з розробки теоретичних підходів, методів, інструментів, які дозволяють описати об'єкт оцінки, оцінити його фактичний стан, спрогнозувати розвиток. В економічних науках «теоретичне знання» йде попереду «емпіричного», в точних науках – теорія практично завжди витікає з експерименту [1, с. 165]. Виходячи з цього, економічне оцінювання як процес отримання емпіричних знань про національні економічні системи має важливе значення. За результатами оцінювання формуються програми управління, стратегії та сценарії розвитку, приймаються тактичні рішення.

Протягом останніх років в системі вітчизняної та зарубіжної економічної думки накопичені різні підходи та в їх межах – методи оцінювання розвитку на макро-, мезо-, мікрорівнях існування економічних систем. Для рівня національної економіки моделювання й оцінювання збалансованості економічного розвитку має майже 150-ти літню історію. Імена Вальраса, Парето, Маршала, Самуельсона, Солоу, Хікса, Леонтєва, а також Шумпетера, Хакена, Пригожина, Стенгерса, Леонтєва, Мандельброта відображують рух економічної думки від статичного підходу існування окремої та загальної економічної рівноваги до основ еволюційної економіки, нелінійної парадигми мислення.

Сучасний науковий пошук пов'язаний переважно з систематизацією та розвитком чинних методів прогнозування та розвитку

економічних систем різного рівня підпорядкування. Дана проблематика висвітлена у працях Амоші О.І., Боташової Ф.Б., Винтизенка І.Г., Геєця В.М., Кравченка С.І., Квилинського О.С., Мельника Л.Г., Попової О.Ю., Сергєєвої Л.Н., Хобти В.М., Яковенка В.С. та багатьох інших. Через високу складність такого об'єкту дослідження, як національна економіка, залишаються актуальними, потребують подальшого поглиблення питання аналітичного оцінювання однієї з фундаментальних характеристик розвитку економічних систем – збалансованості. Проробка етапів оцінювання, наукове обґрунтування найбільш релевантних методів і показників дослідження збалансованості розвитку національної економіки формулює мету і завдання даного дослідження.

Протягом майже 30-ти річного існування вітчизняна економіка рухається вперед за траєкторією розвитку, яка може бути описана різними моделями за участю різних параметрів та характеристик (рис. 1). Звичайно, саме від них залежить підхід, методи, результати й якість процесу оцінювання збалансованості розвитку.



**Рис. 1. Візуалізація процесу розгортання розвитку національної економіки**

*А – сумісний розвиток глобальної та вітчизняної економік; Б – полігармонійна динаміка щорічних темпів ВВП України; В, Д – фазові портрети траєкторій розвитку національної економіки: (розробки автора)*

Встановлено, що при оцінюванні розвитку перед дослідником постає дві задачі – вибір методу дослідження та найбільш значущих

показників, що відображують значущі характеристики об'єкту оцінювання. В науковій літературі поширені індексний метод оцінки стійкості та безпеки розвитку; індикаторний метод аналізу динаміки макроекономічних показників розвитку; структурні методи, застосовані шляхом імплементації методу міжгалузевих балансів Леонт'єва; побудова факторних моделей економічного розвитку (модель Солоу); метод міжнародних порівнянь на основі рейтингових оцінок; методи нелінійної динаміки (побудова фазових портретів, методи нечіткої логіки, методи з застосуванням нейронних мереж, аналіз квазіциклів, Херст-аналіз); методи гармонійного та спектрального аналізів.

Звісно, вказані методи мають як переваги, так і недоліки. Їх врахування дозволило обрати метод оцінювання збалансованості розвитку національної економіки, що максимально відповідає обмеженням, пов'язаним з об'єктом оцінки, специфіці зовнішнього функціонування об'єкту оцінки, є інформаційно забезпеченим та дозволяє отримувати результати, на основі яких з'являється можливість формувати сценарії та розробляти певні стратегії розвитку об'єкту оцінювання. Таким методом виступає оцінювання якості зростання на основі моделювання зростання, що створює цінність, за адаптованою умовам національної економіки моделі Р. Хіггінса [2]. Модель реалізує структурно-динамічний підхід шляхом розгляду національної економіки як сукупності економічних секторів – агрегованих за Міжнародною стандартною галузевою класифікацією (ISIC).

Динаміка розвитку показана траєкторіями руху секторів в квадрантах, поділених осями координат за економічним смислом та лініями збалансованого зростання (формула 1). Згідно з [2] сформована формула балансових рівнянь, що є математичним образом множини збалансованих темпів зростання секторів національної економіки, агрегованих за Міжнародною класифікацією ISIC.

$$BG = R \times FinLev \times ROA, \quad (1)$$

де  $BG, Balanced Growth$  – збалансовані темпи зростання сектору національної економіки, %;

$R, Retained Ratio$  – коефіцієнт капіталізації, що показує частку капіталу, реінвестованого в розвиток;



*FinLev, Financial Leverage* – фінансовий важіль, що показує рівень позичкового капіталу, що функціонує в секторі національної економіки;

*ROA, Returned on Assets* – рентабельність сукупних активів, %;

Враховуючи специфіку об'єкту оцінки, складність отримання достовірних статистичних даних, їх неоднорідність, не стаціонарність та нетривалість, модифіковано формулу розрахунку індексу збалансованого зростання (формула 2):

$$SGI = (1 + \overline{AGR}) \times \frac{l}{k} \times \sum_{i=1}^k \max[0, (SGR_i - SGR_{i-1})], \quad (2)$$

де  $(1 + \overline{AGR})$  – середній темп зростання продаж;

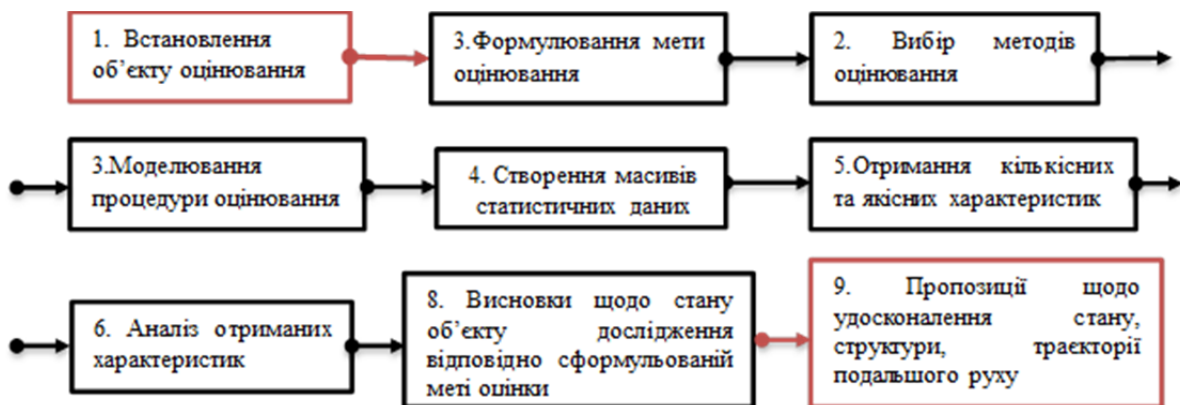
$l$  – кількість років спостережень, протягом яких динаміка рентабельності зростає, або залишається без змін;

$k$  – загальна кількість років спостережень.

З метою ґрунтовного розуміння процедури оцінювання сформульовано основні постулати процесу оцінювання збалансованості розвитку. Зростання масштабів діяльності – процес, який носить подвійний характер та при певних рівних умовах неконтрольоване зростання може стати перешкодою, пасткою для розвитку системи у довгостроковому періоді. Будь-яке зростання масштабів діяльності завжди потребує відповідних активів зростання та повинно бути забезпеченим відповідними ресурсами: власними, позичковими або їх комбінацією. Існує оптимальний баланс зростання, прибутків, та активів, який дозволяє системі зростати та разом з цим нормально забезпечувати інші аспекти власної діяльності, перетворюючи зростання на розвиток. Збалансоване зростання виражене конкретними темпами, які можна змоделювати на основі ключових показників операційної діяльності: обіговості активів, рентабельності продажів, співвідношення власних та позичкових коштів, коефіцієнту дивідендних виплат. Темпи збалансованого зростання виступають мірою відносно якої можуть бути оцінені або заплановані історичне або майбутнє зростання національної економічної системи. Індикатором розвитку економічної системи прийняті показник її вартості, цінності, яку вона створює. Вартість економічної системи визначається її рентабельністю та зростанням. Динаміка рентабельності власного капіталу є ключовим індикатором її розвитку. Економічні системи можуть зростати темпами, які відрізняються

від стійких темпів зростання. Це безпосередньо впливає на характеристики динаміки розвитку: її стійкість та збалансованість.

Слід також відмітити, що оцінювання збалансованості розвитку національної економіки як складний аналітичний процес має власну оптимальну послідовність, дотримання якої звичайно підвищить його результативність. За результатами дослідження наукових робіт цієї спрямованості на рисунку 2 упорядковані в ланцюжок його основні етапи.



**Рис. 2. Основні етапи оцінювання об'єктів та процесів в національних економічних системах**

Таким чином, за результатами дослідження актуалізовано первісну важливість вибору методів дослідження збалансованості розвитку національної економіки. Тезисно сформульовані основні положення та етапи оцінювання. Висвітлені істотні припущення, що розкривають сутність методу оцінки якості зростання, покладеного в основу процедури оцінювання.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Козлов Д.А. Методы нелинейной динамики, в моделировании макроэкономических процессов. URL: <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=books/kor001/09>
2. Robert C. Higgins How Much Growth Can a Firm Afford / Higgins R. – Financial Management. – Autumn, 1977 – Vol. 6, no. 3. – Pp. 7–16. – Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/3665251>

**Решетняк О. І.**  
*кандидат економічних наук, доцент,  
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку  
Національної академії наук України  
м. Харків, Україна*

## **ОЦІНКА НАЦІОНАЛЬНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В ЕКСПОРТІ ГАЛУЗЕЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

В сучасних умовах поглиблення глобалізаційних процесів останні тенденції розвитку світової торгівлі характеризуються підвищенням впливу інтернаціоналізації та фрагментації виробництва на зростання взаємозалежності країн в рамках глобальних ланцюжків доданої вартості. Це обумовлює залежність довгострокового соціально-економічного розвитку країни від інтеграції галузей промисловості країни в світову економіку, обсягів експорту продукції з високою доданою вартістю, а також їх вбудовування в глобальні ланцюжки виробництва доданої вартості. Виграш країни від зовнішньої торгівлі визначається її участю у вертикальній спеціалізації на світовому ринку та забезпеченням створення доданої вартості. Низький рівень національної доданої вартості в експорті окремих галузей промисловості характеризує високий рівень залежності галузі від імпорتنих поставок. Оцінку доданої вартості в експорті, незважаючи зростання затребуваності у економістів і фахівців-практиків, неможливо провести в рамках традиційної статистики зовнішньоекономічної діяльності, яка фіксує валові експортні та імпорتنі потоки у вартісному та фізичному обсягах між національними економіками.

Попит на статистичну інформацію щодо міжнародної торгівлі доданою вартістю обумовив створення у 2013 р відповідної бази даних (TiVA) Організацією економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) спільно зі Світовою організацією торгівлі (СОТ). База даних TiVA містить 46 показників по 64 країнам світу (Україна до цієї бази даних не входить) та 34 секторах промисловості та послуг.

Використання інформації про торгівлю доданою вартістю дозволяє підвищити ступень обґрунтування економічної політики країни: підвищити точність оцінки відкритості економіки, впливу

національної валюти на зовнішньоторговельні потоки, визначення джерел зростання конкурентоспроможності національної продукції на зовнішніх ринках.

Мета дослідження полягає у оцінці національної доданої вартості в експорті галузей промисловості України.

Оцінка частки національної доданої вартості в експорті за галузями промисловості України. На основі показників торгівлі ОЕСР доданою вартістю (TiVA) [2] розраховуються основні індикатори участі країни у глобальних ланцюгах доданої вартості:

– національна додана вартість у експорті країни по галузі  $i$  промисловості, яка характеризує додану вартість, що створюється експортуючою галуззю в процесі виробництва, а також будь-яку додану вартість, що надходить від вітчизняних постачальників, втілену в експорті:

$$EXGR\_DVA_i = V * B * EXGR_i, \quad (1)$$

де  $V$  – вектор розмірності  $K \times 1$ , кожний елемент якого дорівнює питомій вазі валової доданої вартості галузєю країни;

$B$  – глобальна матриця повних матеріальних витрат, які відповідають країні без урахування вартості імпорту:  $B = (I - A)^{-1}$ ,  $A$  – глобальна матриця прямих матеріальних витрат;

$EXGR_i$  – валовий експорт  $i$ -ої вектор розмірності  $K \times 1$ , в якому всі елементи дорівнюють нулю, за винятком того, що відповідає галузі  $i$ ;

– внесок  $i$ -ої галузі в національну додану вартість валового експорту. Показник відображає частку в загально мій доданий вартості валового експорту національної доданої вартості експорту  $i$ -ої галузі:

$$EXGR\_DVASH_i = \frac{EXGR\_DVA_i}{EXGR_i} \times 100; \quad (2)$$

– частка національної доданої вартості експорту  $i$ -ої галузі в загальній національній доданої вартості валового експорту:

$$EXGR\_TDVIND_i = \frac{EXGR\_DVA_i}{\sum_i^N EXGR\_DVA_i} \times 100. \quad (3)$$

У відповідності до запропонованого методичного підходу на підставі аналізу даних матриці «витрати-випуск» України за даними 2018 р. розраховано показник частки національної доданої

вартості в експорті галузей промисловості та сільського, лісового та рибного господарства, який характеризує вклад окремих галузей економіки в глобальні ланцюги доданої вартості. Так, частку національної доданої вартості в експорті більшу за середнє значення (62,21%) мають наступні галузі промисловості: добування кам'яного та бурого вугілля (85,57%), добування сирої нафти та природного газу (82,91%), виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції (79,46%), виробництво харчових продуктів; напоїв та тютюнових виробів (76,99), металургійне виробництво (76,77%), добування металевих руд, інших корисних копалин та розроблення кар'єрів; надання допоміжних послуг у сфері добувної промисловості та розроблення кар'єрів (75,54%), сільське, лісове та рибне господарство (71,01%), виробництво готових металевих виробів, крім машин і устаткування (70,26%), виробництво деревини, паперу; поліграфічна діяльність та тиражування (65,59%), виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів (65,53%), виробництво меблів; іншої продукції; ремонт і монтаж машин і устаткування (64,62%) та виробництво інших транспортних засобів (63,84%). Інші галузі промисловості мають високий рівень залежності від імпорتنих поставок, який перевищує середній рівень національної ВДВ в експорті за галузями промисловості України [3].

Наступним кроком аналізу є порівняння національної доданої вартості в експорті галузей промисловості, які забезпечують зростання експорту та національної доданої вартості в експорті з іншими країнами світу.

Для зіставлення частки національної доданої вартості в експорті України з аналогічними показниками країн світу використовується база даних з торгівлі доданою вартістю (TiVA) [4]. Так, за показником національної доданої вартості в експорті, Україна займає 19 місце (83,6%), що вище середнього рівня (73,4%).

Дослідження частки національної доданої вартості в експорті за окремими галузями економіки показали, що в галузі сільського, лісового та рибного господарства Україна посідає 38 місце серед 65 країн світу (80,8%), що менше середнього рівня 88,3%. У галузі видобутку корисних копалин не енергетичної продукції Україна посідає 20 місце серед 65 країн світу (86,5%), що вище середнього

рівня 73,4%. У галузі виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюну Україна посідає 22 місце серед 65 країн світу (81,5%), що також вище середнього рівня 76,9%. У галузі виробництва хімічних та фармацевтичних продуктів Україна посідає 45 місце серед 65 країн світу (65,2%), що нижче середнього рівня 77,6%. У галузі виробництва металів Україна посідає 45 місце серед 65 країн світу (65,2%), що нижче середнього рівня 77,6%. У галузі виробництва комп'ютерної, електронної та оптичної продукції Україна посідає 34 місце серед 65 країн світу (70,2%), що нижче середнього рівня 71,7%. У галузі виробництва електричного обладнання Україна посідає 33 місце серед 65 країн світу (64,6%), що нижче середнього рівня 66,8%. У галузі виробництва машин та обладнання Україна посідає 49 місце серед 65 країн світу (61,8%), що нижче середнього рівня 76,9% [3; 4].

Таким чином, аналіз частки національної доданої вартості в експорті України дає можливість зробити висновок, що в цілому в галузях добувної промисловості цей показник вище у порівнянні з іншими країнами світу, тоді як в галузях обробної промисловості нижче, що підтверджує залежність вітчизняної промисловості від імпортованих комплектуючих на основі зарубіжних технологій. Це підтверджує, що в Україні практично відсутні наукомісткі й інноваційні стадії виробництва машинобудівної продукції. Технологічне відставання та скорочення промислового виробництва, яке спостерігається протягом тривалого часу в економіці країни, призвели до занепаду національних високотехнологічних галузей промисловості [5]. Такий стан та тенденції розвитку вітчизняних галузей промисловості призвели до поглиблення спеціалізації України на експорті продукції низького ступеня переробки.

Необхідність зменшення впливу ризиків зовнішньоекономічної безпеки, залучення іноземних інвестицій для індустріалізації економіки України може бути досягнуто за рахунок підвищення концентрації наукомістких й інноваційних стадій виробництва в промисловості.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Кизим М.О., Хаустова В.Є., Шликова В.О., Крамарев Г.В., Пінчук А.О. Оцінки торгівлі доданою вартістю у світовій економіці. *Проблеми економіки*. 2018. № 4 (38). С. 19–29.

2. Guide to OECD's Trade in Value Added (TiVA) Indicators. OECD. 2019. URL: [https://www.oecd.org/sti/ind/tiva/TiVA2018\\_Indicators\\_Guide.pdf](https://www.oecd.org/sti/ind/tiva/TiVA2018_Indicators_Guide.pdf)
3. Таблиці «витрати-випуск» (в цінах споживачів) за 2013–2018 рр. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Trade in Value Added (TiVA): Principal indicators. OECD. URL: [https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=TIVA\\_2018\\_C1](https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=TIVA_2018_C1)
5. Решетняк О.І. Оцінка витрат на дослідження та розробки галузей промисловості України. *Економіка та держава*. 2020. № 9. С. 44–51. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.9.44

## **СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

*Бойченко А. М.*

*магістрант*

*Київського національного економічного університету*

*імені Вадима Гетьмана*

*м. Київ, Україна*

### **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Основною характеристикою підприємства, з точки зору, конкурентної боротьби є його конкурентоспроможність. Вона визначає життєздатність підприємства, результати його виробничо-збутової діяльності в умовах ринкової конкуренції.

Для визначення конкурентних позицій фірми на ринку необхідним є з'ясування факторів, що впливають на можливості виграшу в конкурентній боротьбі. Аналіз факторів допомагає виявити сильні й слабкі сторони в діяльності й у роботі конкурентів, розробити міри та засоби, за рахунок яких підприємство могло б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити собі стійкий розвиток.

Метою написання тез є дослідження та обґрунтування теоретичних аспектів щодо сутності конкурентоспроможності, а також вивчення факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що здійснюють вплив на конкурентоспроможність підприємства в умовах сучасного ринкового середовища.

Питання визначення можливих факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства вимагають більш детального вивчення, оскільки сучасні світові відносини дуже мінливі і компаніям постійно доводиться ретельно аналізувати фактори, які допоможуть займати лідируючі позиції у конкурентній боротьбі, та, відповідно, підвищувати конкурентоспроможність.

У процесі підготовки роботи були використані як емпіричні (порівняння), емпірико-теоретичні (абстрагування, аналіз, синтез;



індукція, дедукція), теоретичні (сходження від абстрактного до конкретного, ідеалізація), так і часткові (визначення, опис, інтерпретація) методи наукових досліджень.

Дослідження теоретичних та практичних основ вивчення конкурентоспроможності підприємства на ринку знайшли своє відображення в численних працях закордонних та вітчизняних учених Г. Асселя, Г. Азоєва, І. Ансоффа, Ф. Котлера, Г. Минцберга, Пітерса, М. Портера, Ф. Тейлора, А. Сміта, А. Файоля, Р. Фатхутдинова, А. Юданова та інших.

Дослідженням класифікаційних чинників конкурентоспроможності підприємств та факторів впливу займалися такі автори, як Гальчинський А.С., Геєць В.М., Бабенко С.Г., Антонюк Г.Я., Мадрига Г., Клименко С.М., Омеляненко Т.В., Барабась Д.О., Вакуленко А.В., Олів'є А., Дайан А., Урсе Р.

Під конкурентоспроможністю підприємства, на думку Фатхутдинова Р.А., слід розуміти властивість об'єкта, яка характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку.

Конкурентоспроможність є комплексною характеристикою, і тому вона є результатом діяльності всіх підрозділів підприємства у всіх напрямках виробництва та його обслуговування.

Класична система чинників впливу, які забезпечують рівень конкурентоспроможності, складається з наступних елементів:

- 1) конкурентоспроможність продукції (її якість, ціна, споживча перевага перед іншими товарами, ступінь задоволення потреби);
- 2) конкурентоспроможність ресурсного потенціалу (технічне та технологічне оснащення, виробничо-сировинна структура, кадрове забезпечення, фінансові та інноваційні можливості);
- 3) конкурентоспроможність організаційної структури та системи менеджменту (форма господарювання, організаційна структура, структура управління та функції, механізм управління, гнучкість та оперативність менеджменту);
- 4) конкурентоспроможність інформаційно-комунікаційних зв'язків (організація системи обміну внутрішньою та зовнішньою інформацією).

Фатхутдінов Р.А. усі фактори конкурентоспроможності розділяє на статичні (ціна, якість, експлуатаційні витрати, сервіс) та динамічні (якість управління, параметрами якого є: фактор часу, адаптивність, синергічність, мобільність, наукова обґрунтованість, організаційність тощо) [1].

Існують різні точки зору на класифікацію факторів, що роблять вплив на конкурентоспроможність підприємства. Проте, більшість авторів всю сукупність факторів конкурентоспроможності пропонують розділити на зовнішні й внутрішні стосовно підприємства [2; 4; 6].

Під зовнішніми факторами визначаються міри державного економічного й адміністративного впливу на виробника, по-друге, основні характеристики галузевого ринку, тобто його тип, ємність, наявність і можливості конкурентів, забезпеченість, склад і структура трудових ресурсів.

В сучасних умовах аналіз факторів впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства виступає важливим аспектом, адже дає час для прогнозування можливостей, розробки плану дій на випадок непередбачених обставин, розробки заходів, які дозволять перетворити загрози на будь-які вигідні можливості.

До внутрішніх факторів, що забезпечують конкурентоспроможність підприємств, відносять всі можливості самого підприємства, які створюють конкурентна перевага на ринку перед конкурентами. В сучасному ринковому середовищі до них відносяться:

1. Діяльність керівництва та апарату управління підприємства.
2. Система технологічного оснащення. Оновлення обладнання та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні.
3. Сировина, матеріали і напівфабрикати. Якість сировини, комплектність її перероблення та величина відходів.
4. Збут продукції, його об'єм та витрати на реалізацію.

Однак, після аналізу різних наукових праць, можна зробити висновок про те, що не має єдиної думки вчених з приводу того, які саме фактори є оптимальними для оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

Існуючий на сьогодні рівень конкурентоспроможності окремого підприємства, який склався під впливом цих груп факторів є змінним. Таким чином, суб'єкти господарювання, що прагнуть до здійснення ефективнішої виробничої діяльності мають змогу впливати на ці фактори, передбачати дію окремих з них та готуватися до реагування. Крім того, конкурентоспроможність є порівняльною категорією і за зміни ринкових умов або позицій конкурентів її рівень також змінюється. Таке ствердження нашою наукою висновок про те, що конкурентоспроможність є результатом отримання конкурентних переваг, які не є вічними, тому постійно утримувати конкурентоспроможність на одному тому ж рівні неможливо. Таким чином, головним фактором впливу є час.

В сучасних умовах, ефективна інтеграція вітчизняної економіки у світову відбуватиметься за умов досягнення вищого рівня загальної конкурентоспроможності країни, конкурентоспроможності суб'єктів її національного господарства, а особливо конкурентоспроможності продукції та послуг, що виробляються підприємствами.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Гончарук Т.І. Методологія конкурентоспроможності: досвід теорії та теорія досвіду // Вісник Української академії банківської справи. – 2010. – № 2. – С. 3–10.
2. Кадирус І.Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають // Ефективна економіка. – 2014. – № 5. – С. 126–136.
3. Космина О.В. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах // Молодий вчений. – Київ. – 2016. – № 2. – С. 12–25.
4. Станіславик О.В. Актуальні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства / О.В. Станіславик, О.М. Коваленко // Економічний форум. Науковий журнал. – № 2. – Луцьк : Луцький національний технічний університет. – 2017. – С. 223–231.
5. Фарафонова Н.В. Основні чинники впливу на конкурентоспроможність підприємств в умовах глобалізації / Н.В. Фарафонова // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 8. – С. 219–226.
6. Чумак Л.Ф. Фактори впливу на формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств / Л.Ф. Чумак // Экономика и управление. – 2013. – № 1. – С. 62–69.

**Галюк І. Б.**

*доцент кафедри менеджменту та адміністрування  
Івано-Франківського національного технічного університету  
нафти і газу*

*м. Івано-Франківськ, Україна*

**Федюк М. В.**

*магістр*

*Івано-Франківського національного технічного університету  
нафти і газу*

*м. Івано-Франківськ, Україна*

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Готельно-ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки, у ХХІ ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Стан ринку готельно-ресторанного господарства значною мірою залежить від економічного становища в країні. Тенденції сучасного економічного розвитку в Україні характеризуються високим динамізмом, активізацією структурних зрушень на користь сфери послуг, посиленням конкурентної боротьби [1].

Для забезпечення ефективного функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства виникає необхідність наукового обґрунтування стратегій їх розвитку, які кореспондуються із передовим світовим досвідом та вдалою практикою вітчизняних підприємств-лідерів. Наукова ідея формування стратегії розвитку готельно-ресторанних підприємств повинна базуватися на комплексному, системному підході до вирішення проблем взаємоузгодження і збалансування їх розвитку з зовнішнім та внутрішнім середовищем [2].

Ринок готельно-ресторанного бізнесу в Україні розвивається під впливом таких чинників, як: зовнішній і внутрішній туризм; динаміка і напрямок зміни доходів населення; споживчі настрої.

За даними Державного комітету статистики України кількість суб'єктів господарювання готельно-ресторанного бізнесу становить 61761 одиниць, при цьому 70,9% з них є прибутковими [3]. Бачимо,

що майже третина суб'єктів господарювання у готельно-ресторанному бізнесі є збитковими.

Аналіз ринку готельно-ресторанних послуг в Україні показує, що головною причиною уповільненого його розвитку є слабка державна підтримка туристичної галузі, яка не сприяє появі достатнього обсягу якісної інфраструктури гостинності. Основними споживачами вітчизняного продукту індустрії гостинності в Україні є самі українці. При цьому у західних і південних регіонах ринок орієнтований на рекреаційну сферу, а в містах-мільйонерах основним напрямком туристичного бізнесу є задоволення запитів корпоративних відрядних, тобто діловий туризм.

На сьогоднішній день готельно-ресторанний бізнес в Україні перебуває на стадії глибокої структурної перебудови, інституційного становлення, формування внутрішньогалузевих, міжгалузевих та зовнішньоекономічних зв'язків. Дані питання потребують подальшого вирішення у напрямку створення ефективної законодавчої та економічно-фінансової платформи для активізації роботи індустрії гостинності як в межах окремих регіонів, так і в Україні в цілому.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Готельно-ресторанний бізнес в Україні. URL: [http://spf.zu.edu.ua/pdf/info/konferencii/internet\\_konf\\_menedzment\\_2019.pdf](http://spf.zu.edu.ua/pdf/info/konferencii/internet_konf_menedzment_2019.pdf) (дата звернення: 19.10.2020).
2. Стратегічні напрямки розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства. URL: [http://spf.zu.edu.ua/pdf/info/konferencii/internet\\_konf\\_menedzment\\_2019](http://spf.zu.edu.ua/pdf/info/konferencii/internet_konf_menedzment_2019) (дата звернення: 19.10.2020).
3. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 19.10.2020).

*Гнатюк В. А.*  
*магістрант*  
*Національного транспортного університету*  
*Железняк К. Л.*  
*кандидат економічних наук,*  
*доцент кафедри менеджменту*  
*Національного транспортного університету*  
*м. Київ, Україна*

## **ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ НА РИНКУ ТА ІМІДЖ КОМПАНІЇ**

У сучасному світі споживчий ринок – це конкуренція товарів і послуг. Лідерство досягається рекламою торгових марок і створенням брендів. У споживачів сформувалися певні стандарти про бренди та торгові марки, які пов'язані з рівнем доходів та стилем життя. Реклама дуже сильно впливає на маркетинг, але для успіху на конкурентному ринку, де потреби споживачів з кожним роком збільшуються, однієї реклами недостатньо. Тому у кожного учасника ринку саме бренд стає основою рекламної кампанії. Довіра споживача до продукції формується завдяки бренду. Бренд запорука якості товару або послуги для покупця. Саме бренд є рушійною силою на шляху до успіху [1].

Щоб діяльність компанії на будь-якому ринку була успішною, необхідно вибрати ефективну стратегію просування. Для цього важливо продумати все до дрібниць, створити цікаву покупцям презентацію продукту, використовуючи новітні технології для інформування потенційних клієнтів.

Сучасні реалії ринку створюють ситуацію, в якій недостатньо просто створити якісний товар або послугу. Необхідно зробити свою продукцію пізнаваною, виділити її серед безлічі подібних продуктів. Покупець готовий переплачувати за відомий, розкручений бренд, адже він упевнений в його надійності, довіряє йому більше, ніж невідомим торговим маркам. Отже, компаніям, що бажають займати лідируючі позиції на ринку, необхідно спрямувати свої сили в першу чергу на просування бренду. Таким чином створюється та підтримується імідж компанії.

Найбільш ефективні методи просування бренду:

1. Рекламні кампанії в засобах масової інформації. Йдеться про використання телебачення, радіо та преси для позиціонування бренду.

Реклама на сьогоднішній день є головним каталізатором купівельної спроможності, споживчого попиту, за рахунок новітніх розробок, мобільності багатьох компаній на сучасному ринку.

Реклама – це спосіб швидкого просування бренду завдяки якому можна, як і залучити нові сегменти на ринку, так і відштовхнути вже наявних.

Найпоширенішими підходами є позиціонування та імідж бренду які забезпечують більш міцний і стійкий взаємозв'язок зі споживачами. Це пов'язано з тим, що ці підходи зазвичай базуються на задоволенні потреб або бажань споживача. Зв'язок між брендом та споживачами буде ще сильнішим, якщо обіцяний досвід послідовно забезпечується товаром при його використанні, що виражається як у задоволенні потреби, так і в якості товару.

2. Просування за допомогою використання Internet. Створення офіційного сайту компанії, використання соціальних мереж (Instagram, Facebook, YouTube) і порталів для розкрутки, SEO-просування, використання контекстної реклами.

На даний час Інтернет для просування бренду підходить ідеально. У мережі присутня цільова аудиторія, чітка орієнтація в мережі, є можливість інтерактивної взаємодії. Інтернет-платформа лише додає переваги в онлайн роботі: максимальна гнучкість, високий рівень актуальності і цінова доступність в порівнянні з використанням інших методів просування бренду. Це і обумовлює популярність інтернет-рекламування і необхідність її застосування для сучасного бізнесу для оптимальної та ефективної роботи та формування іміджу компанії.

Особливості та переваги інтернет-просування бренду:

- більше клієнтів в порівнянні з класичними засобами комунікацій;
- швидкість поширення інформації;
- можливість контролю і оперативного управління всіма процесами;
- взаємодія з аудиторією, зручність та оперативність отримання зворотного зв'язку;

– низькі витрати на маркетингові заходи і використання інтернет-інструментів [2].

3. Ще одним дієвим способом просування бренду є формування правильної маркетингової політики, яка включає в себе вибір оптимального методу ціноутворення та формування портфеля цінних паперів.

При плануванні заходів з просування компанії використовується комплекс маркетингу, що складається з таких елементів, як ціна, товар, розподіл і просування [3].

Засоби просування товарів і послуг на підприємствах можна умовно розділити на основні та синтетичні.

До основних засобів маркетингових комунікацій відносяться:

- прямий маркетинг;
- реклама;
- стимулювання збуту та зв'язки з громадськістю.

Синтетичними засобами маркетингових комунікацій є:

- Інтернет-маркетинг;
- мерчандайзинг;
- упаковка і етикетка продукту;
- брендинг;
- виставко-ярмаркова діяльність;
- спонсорство;
- продукт-плейсмент;
- маркетинг подій [4].

Порівняння західного і вітчизняного досвіду маркетингової діяльності показало, що на відміну від заходу, де маркетинг вже давно є основою розвитку підприємств, український маркетинг тільки починає активно розвиватися і також поступово стає невід'ємною частиною ефективного функціонування будь-якої організації [5].

4. До ефективних заходів по формуванню іміджу компанії та брендування продукції особливо при здійсненні міжнародної діяльності відносяться участь в форумах, семінарах, виставках, що відповідають профілю компанії, презентаціях тощо.

5. Спонсорська та благодійна діяльність, яка є показником стабільності та успішності компанії, її фінансового становища. Щоб підтримати імідж, підвищити впізнаваність бренду, власники



великих організацій беруть участь в благодійних заходах і стають спонсорами.

Отже, проаналізувавши стан, розвиток та перспективи брендування іміджу компанії можливо стверджувати, що головним в просуванні бренду залишається бажання стати ближчим до свого споживача і викликати у нього довіру. На сьогоднішній день саме на цьому психологічному моменті акцентують увагу маркетологи, адже, побудова сприятливих особистих стосунків зі споживачами відкриває бренду успішний шлях в майбутнє.

Просування бренду – це довгий та складний процес, що вимагає значних фінансових вкладень. Але вибір оптимальних способів просування бренду, прийняття правильних рішень, максимальна віддача, чітке визначення цілей і завзятість у їхньому досягненні обов'язково принесуть бажаний результат.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Шабурина Ю.Ю. Нікуди діватися, потрібно створювати бренд. *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2014. № 33. С. 14–18.
2. Методи просування компанії та бренду в Інтернеті. 2015. URL: <https://yeella.com/seo/post/brending-i-metody-prodvizheniya-brenda-kompanii-v-internete>
3. Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов. 3-е изд. / Г.Л. Багиев. – Санкт-Петербург : Питер, 2014. – 736 с.
4. Голубев, Е.А. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта: учебное пособие / Е.А. Голубев. – Москва : Вершина, 2013. – 133 с.
5. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. – Москва : Вузовский учебник ВЗФЭИ, 2015. – 437 с.

*Демченко П. С.*  
*аспірант кафедри менеджменту і адміністрування*  
*Криворізького національного університету*  
*Кравцова О. О.*  
*асистент кафедри менеджменту і адміністрування*  
*Криворізького національного університету*  
*м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна*

**ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОПТИМІЗАЦІЇ  
ЕКОНОМІЧНИХ РИЗИКІВ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ  
ЗАЛІЗОРУДНИХ ПІДПРИЄМСТВ  
МЕТАЛУРГІЙНОГО КОМПЛЕКСУ**

Аналіз загроз залізорудній промисловості України показує, що першочерговим завданням менеджменту залізорудних підприємств повинна бути спрямованість на вибір стратегій підприємств, які є базовими сучасними бізнес-структурами. Разом з тим, виробничо-господарська діяльність залізорудних підприємств у їх ринковому просторі пов'язана з такими ключовими факторами як ціна та якість продукції. Отже, залізодобувні підприємства України, більшість із яких зосереджені у Криворізькому басейні, повинні завжди оцінювати свій стратегічний потенціал, під яким розуміють сукупність економічних ресурсів і виробничих можливостей підприємства, що можуть бути використані для реалізації цілей виробничого підприємства з урахуванням економічних ризиків [1, с. 15–16].

Стратегія економічного розвитку підприємств залізорудної промисловості України передбачає моніторинг виникнення і попередження передкризових станів з метою їх запобігання та усунення. При цьому, як зазначається у праці [4], система регулювання конфліктними ситуаціями та невизначеність, яка їх породжує на сьогодні мають великий вплив на функціонування організаційно-економічних систем. У цьому зв'язку велика увага повинна приділятися процесам управління сучасними економічними виробничо-економічними системами. Звісно це потребує обґрунтованого теоретико-методичного підґрунтя на основі принципів управління організаційними системами.

Отже, одним із першочергових завдань експортно-орієнтованого підприємства є подальше бачення прогнозу вирішення альтернативних проблем стратегічного бачення розвитку підприємства в умовах глобалізації виробничо-господарських зв'язків на основі аналізу класифікації його ризиків з урахуванням особливостей ризикозахищеності стратегічних одиниць бізнесу (СОБ), як ключового елемента промисловості. Разом з тим, на нашу думку, важливу увагу слід приділяти формуванню раціонального стратегічного вектора експортного сприяння ризикозахищеності розвитку підприємств залізорудної промисловості України, зокрема, що представлений у вигляді видів функціональних стратегій [1, с. 18; 2; 3]. При цьому слід вбачати особливості проблем розгортання криз на рівні окремих суб'єктів господарювання, які не є локальними в силу того, що окремі СОБ підприємств залізорудної промисловості являють вагому частину сектору національного господарства (є сировинною базою ГМК України, який забезпечує понад 40% валютних надходжень держави [4]).

Стратегічною вадою здійснення експортних операцій із залізорудною продукцією можна вважати її реалізацію за цінами, що є нижчими від цін світового ринку. Основною причиною цього негативного становища національних виробників залізорудної продукції є чисельні конкуренти на зовнішньому ринку металопродукції – постачальників залізорудної сировини. Зазначене послаблює позиції України як експортно-орієнтованої держави, оскільки прагнення реалізувати товарну продукцію за вільно конвертованою валютою, недалекоглядність топ-менеджерів гірничо-металургійного комплексу щодо результатів комерційної діяльності, в контексті інтересів прогресивного розвитку національного господарства, призводять до необґрунтовано низького рівня цін на продукцію підприємства і, як наслідок, невиправданої втрати його прибутковості [3].

Отже, сучасні окремі СОБ залізорудної промисловості України на сьогодні потребують упровадження заходів щодо їх економічної захищеності шляхом прогнозування перспективних варіантів ефективного використання їхнього стратегічного потенціалу на

підґрунті вдосконалення системи комплексного управління економічними ризиками.

Процес розроблення рекомендацій стосовно ефективного використання потенціалу СОБ передбачає: чіткого науково-економічного обґрунтування їх місця та ролі в структурі менеджменту підприємства; виробничо-економічної програми в контексті раціональної структури номенклатури та обсягів виробництва продукції; адекватних моделей та відповідних критеріїв моніторингу виробничо-господарських і фінансово-економічних ризиків.

Таким чином, перш за все постає завдання щодо забезпечення економічного розвитку окремих СОБ з урахуванням захищеності їх виробничо-економічної діяльності на підґрунті комплексної системи управління виробничо-господарськими та фінансово-економічними ризиками.

У цьому контексті, стосовно підприємств залізорудної промисловості важливою і проблематичною задачею є створення оптимізаційної моделі щодо управління кількісними (обсяги виробництва та реалізації товарної залізорудної продукції) та якісними (зокрема, якісний склад концентрату: вміст заліза, волога) чинниками в умовах стохастичної невизначеності, на основі якої можна було б моделювати реальні ситуації зменшення сукупних витрат за наявних обсягів виробництва і реалізації товарної залізорудної продукції та отримання підприємством стабільного прибутку [1, с. 18–19]. Важливим моментом при цьому є врахування ризику несприятливих зовнішніх та внутрішніх обставин, які мають безпосередній вплив на процес управління і, який спрямовується на підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства на ринку.

Такий підхід у моделюванні стохастичних процесів відповідає ідеї внесення ризику щодо планування виробництва залізорудної продукції, що здійснюється в умовах невизначеності як внутрішнього, так і зовнішнього середовища залізорудного підприємства, де параметр стохастичності є чисельною оцінкою величини ризику.

Зазначене передбачає вирішення таких завдань: ідентифікацію виробничо та виробничо-господарських і фінансово-економічних ризиків; проведення моніторингу, аналізу та оцінювання зазначених

ризиків; розроблення стратегічних і тактичних планів управління виробничо-економічними ризиками з урахуванням результатів поточного планування; деталізацію процедур і здійснення процесу управління виробничо-господарськими та фінансово-економічними ризиками.

Таким чином, вирішення задачі ефективного управління виробництвом залізорудної продукції окремими СОБ залізорудного підприємства є доцільним у розрізі задач стохастичного програмування, оскільки підприємство при реалізації будь-якого варіанту вирішення проблеми буде мати певний відсоток ризику його впровадження.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Афанасьєв Є.В., Демченко П.С. Окремі концептуальні аспекти щодо врахування економічних ризиків у моделюванні стратегій розвитку залізорудних підприємств. *Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці»*. 2019. Вип. 6 (74). С. 15–20.
2. Афанасьєва М.Г. Економіко-математичне моделювання стратегічного розвитку залізорудної галузі України з урахуванням ризику. *Ефективна економіка*. 2016. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4933&p=1>.
3. Афанасьєв Є.В., Афанасьєв І.Є., Арутюнян А.Р. Маркетинг та менеджмент інвестиційно-інноваційних проектів у контексті стратегії просування продукції залізорудних підприємств. *Ефективна економіка*. 2017. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua> (дата звернення: 07.05.2019).
4. Smida. URL: <http://smida.gov.ua>. (дата звернення: 15.05.2020).

**Захарова Ю. І.**

*студентка*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

**Денисенко М. П.**

*доктор економічних наук, професор,*

*професор кафедри економіки та сфери обслуговування*

*Київського національного університету технологій та дизайну*

*м. Київ, Україна*

## **МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

Метою дослідження є дослідження існуючих методичних підходів до оцінки фінансового стану підприємства.

Завданням оцінки фінансового стану підприємства є досягнення та подальше забезпечення удосконалення методичного забезпечення.

Об'єктом дослідження є фінансовий стан підприємства. Предметом дослідження є методи оцінки фінансового стану підприємства.

В умовах ринкових відносин суттєво зростає роль фінансово-економічної діяльності, що передбачає своєчасний та якісний аналіз фінансового стану підприємств, оцінку використання капіталу і забезпечення ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та прибутковості.

Серед науковців, які в своїх роботах приділяли значну увагу дослідженню значення та особливостей оцінювання фінансового стану на підприємстві слід виділити таких, як І.Т. Балабанов, І.О. Бланк, Ю. Брігхем, Л. Гапенські, К.В. Ізмайлова, Т.Р. Карлін, В.В. Ковальов, М. Крейніна, Л.А. Лахтіонова, О.М. Поддєрьогін, Г.В. Савицька, В.Т. Савчук, Р.С. Сайфулін, О.С. Стоянова, О.О. Терещенко, А.Д. Шеремет та ін. [1].

Аналізувати фінансовий стан будь-якого підприємства є нагальною необхідністю. Фінансовий аналіз – це засіб оцінки і прогнозування фінансового стану підприємства на основі його бухгалтерської звітності. Результати фінансового аналізу використовуються для планування, контролю та прогнозування фінансового стану підприємства [5].

Аналіз різних літературних джерел дав змогу виділити такі групи методів оцінки фінансового стану підприємства: коефіцієнтні, комплексні, інтегральні, беззбиткові та рівноважні [4].

Найбільш поширеним є коефіцієнтний метод. Він ґрунтується на розрахунку системи показників, які показують різні аспекти діяльності підприємства і враховують внутрішні і зовнішні чинники впливу на фінансовий стан підприємства. Істотним недоліком цього методу є відсутність нормативних значень більшості коефіцієнтів, які використовують, а також зміни величин коефіцієнтів у динаміці не можуть бути визначені належним чином, тому що чисельник і знаменник будь-якого коефіцієнта змінюється у часі.

Комплексний метод аналізує діяльність підприємства у динаміці і дає змогу виявити проблемні аспекти діяльності підприємства і з'ясувати причини, що їх зумовили, але на його основі дуже складно зробити детальні висновки про фінансовий стан підприємства загалом. Цей метод є дуже трудомістким, і це ускладнює його використання на практиці, особливо, коли потрібна оперативна оцінка фінансового стану.

Інтегральний метод дає можливість доповнити будь-які кількості аналітичних напрямків і коефіцієнтів оцінки фінансового стану підприємства в разі потреби в їхньому включенні в інтегральний показник. Недоліком є те, що виникає певна неузгодженість понять «платоспроможність» та «ліквідність».

Беззбитковий метод базується на ролі операційного важеля у формуванні результатів діяльності підприємства, на можливості керування його витратами й результатами для досягнення необхідних показників беззбитковості виробництва. Недоліком є те, що він не узгоджується з такими сторонами оцінки як конкурентоспроможність, кредитоспроможність, ринкова і ділова активність, тобто він потребує подальшого розвитку.

Рівноважний метод заснований на досягненні рівноваги між ліквідними потоками у сфері господарсько-інвестиційної і фінансової діяльності підприємства. Даний метод випробуваний світовим досвідом. Однак, метод має свої недоліки, він не дає можливості врахувати стан підприємства в конкурентному, діловому, кредитному і ринковому середовищі.

Таким чином, фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства. У процесі використання управлінських рішень доцільно використовувати коефіцієнтний або комплексний метод, адже вони є найбільш обширними і охоплюють всі сфери діяльності підприємства. Дані методи представляють підприємство і всі його зв'язки як взаємопов'язану систему рухів фінансових ресурсів, що дає змогу найширше оцінити його фінансовий стан.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Амбросов В.Я., Прохвятилов Ю.Ф. Фінансовий аналіз : програмно-методичний посібник і робочий зошит для практичних занять і самостійної роботи студентів факультету менеджменту. Харків : ХНТУСГ, 2007.
2. Білик М.Д. Фінансовий аналіз : навч. посібник. 2-ге вид., без змін. / М.Д. Білик, О.В. Павловська, Н.М. Притуляк, Н.Ю. Невмержицька. Київ : КНЕУ, 2007. 592 с.
3. Горкавий В.К. Використання рейтингової методики в аналізі фінансового стану сільськогосподарських підприємств. *Вісник ХНАУ Серія «Економіка АПК і природокористування»*. 2007. № 8. 296 с.
4. Литвин В.М, Стельмах М.В. Фінансовий аналіз: навч. посібник. Київ : «Хай4Тек Прес», 2008. 336 с.
5. Олексів І.Б., Фещур Р.В. Проблеми аналізу та оцінки фінансового стану підприємства. *Економічний вісник*. 2001. Випуск 68. С. 256–263.



*Козакевич Т. С.*  
*студент*  
*Вінницького торгово-економічного інституту*  
*Київського національного торгово-економічного університету*

*Громова О. Є.*  
*кандидат економічних наук, доцент,*  
*доцент кафедри маркетингу та реклами*  
*Вінницького торгово-економічного інституту*  
*Київського національного торгово-економічного університету*  
*м. Вінниця, Україна*

## **ПІДХОДИ ТА ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ**

Ринки у всьому світі стають дедалі більше інтегровані через національні кордони на макроекономічному, конкурентному та товарному ринку. Фірми всіх розмірів і майже у всіх галузях, дедалі частіше осмислюють свою стратегію на глобальній основі. У результаті зростає інтерес у вивченні цієї тенденції та розумінні її склалася ключові характеристики. Це має призвести до відсутності загально визнаної концептуалізації глобальної маркетингової стратегії, а отже, здатність узагальнювати висновки з різних наукових досліджень та ширше покращити розуміння щодо впливу глобалізації на конкурентоспроможність фірми [1].

Маркетингова стратегія визначається як стратегія, яка базується не тільки на визначеннях цільових потреб та інтересів клієнтів, а і на чітко визначеному товарному ринку в порядку розвитку створення вартості споживача та у чіткому визначенні відмінності фірмових навичок та можливостей щодо тих, чим володіють інші конкуренти на ринку [2].

Для переходу до міжнародного маркетингу недостатньо прийняття тільки тактичних рішень. Потрібна розробка довгострокової грамотно складеної стратегії. На жаль, особливістю українського менталітету є недовіра до «глобальних планів», нерозвиненість стратегічного мислення. Наприклад, менеджери європейських компаній вибирають оптимальну модель проникнення на ринок за допомогою оцінки чотирьох груп чинників:

1. Характеристики зарубіжного ринку. Це, у першу чергу, розмір і перспективи зростання ринку, структура конкуренції на ринку, наявність маркетингової інфраструктури і так далі.

2. Характеристики довкілля зарубіжного ринку, тобто політичні, економічні і соціально-культурні характеристики країни, включаючи державне регулювання іноземних інвестицій.

3. Виробничі характеристики зарубіжного ринку. До цієї групи чинників відносяться доступність, якість і ціна сировини і персоналу, наявність транспортної інфраструктури і засобів [3].

Виходячи із загального поняття, стратегія призначена для здійснення місії підприємства і досягнення її цілей. Це загальне поняття стратегії. Існує декілька методів її розробки: стратегія маркетингу – перший крок на правильному шляху. У загальному вигляді розробку маркетингової стратегії можна розбити на наступні етапи:

- аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, прогнозування;
- визначення цілей (довгострокових і короткострокових, загальних і специфічних);
- визначення методів досягнення поставлених цілей (план дій);
- оцінка витрат і вигод [4].

Обробка глобальної стратегії маркетингу – динамічний тривалий процес, безупинно еволюціонуючи, оскільки фірма розширюється в нових країнах і ринках, вимагаючи адаптації до нових ринкових умов і включає чинники, конкурентоздатність а також і внутрішні тиски в межах фірми. Фундаментальна природа глобальної стратегії маркетингу змінюється, оскільки залучення фірми до всесвітніх ринків збільшується [5].

Щоб мати успіх, фірма повинна стати організмом, який безупинно еволюціонує, пристосовує, і відповідає реаліям глобального ринку, що змінюються. Фірми, які можуть зробити так, процвітатимуть.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Buzzell R. (1968) Can you standardize international marketing? *Harvard Business Review*. A. No. 69, pp. 102–113.

2. Knight G., Cavusgil S.T. (1996) The born global firm: a challenge to the traditional theory of internationalization. *Advances in International Marketing*. No. 8, pp. 11–26.
3. Craig C.S., Douglas S.P. (2000) Configural advantage in global markets. *Journal of International Marketing*. No. 8 (1), pp. 6–25.
4. Пшунетлев В.А. Международный маркетинг. Москва, 2006. С. 20–22.
5. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг: навчальний посібник. Вінниця : ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с.

**Несенюк Є. С.**

*аспірант кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки  
Київського національного університету технологій та дизайну  
м. Київ, Україна*

## **ІНТЕГРАТИВНІ ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТЕКСТИЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Кожна країна має власні, специфічні джерела зростання економіки, пов'язані з однією та/або декількома її галузями, які акумулювали великі обсяги капіталу і створювали значну кількість робочих місць. Пріоритетним завданням підприємств легкої промисловості є перехід на інноваційну модель розвитку, яка передбачає отримання нових наукових ідей та рішень із їх масовим впровадженням в практичну діяльність галузі. Погоджуємося з Сіренко К.Ю., що існують альтернативні варіанти інноваційних моделей, які можуть використовуватися підприємствами з врахуванням їх особливостей: отримання державних замовлень на виробництво продукції із фінансуванням з державного бюджету; формування локального інноваційного середовища навколо окремих технологій і видів продукції; створення внутрішньогалузевих кластерів, у ромках яких об'єднуються наукові дослідження і виробництво; розвиток міжгалузевих науково – технічних комплексів; змішана модель [1, с. 76].

Процеси конкурентної боротьби, які тривали на ринку товарів легкої промисловості протягом тридцятирічного періоду з моменту

отримання нашою країною незалежності, призвели до скорочення кількості підприємств і зайнятості в галузі. Протягом 2010–2018 рр. кількість підприємств легкої промисловості скоротилася із 3361 од. до 2672 од., або на 20,5%. У текстильній промисловості число підприємств скоротилося меншими темпами (із 662 од. до 563 од., або на 14,95%). Це привело до зростання їх питомої ваги у кількості підприємств галузі із 19,7% до 21,07%, за середніми даними кожне п'яте підприємство легкої промисловості здійснює діяльність із текстильного виробництва. За середніми даними 2010–2018 рр. найбільш потужним сегментом текстильної промисловості за кількістю підприємств є: виробництво готових текстильних виробів, крім одягу (52,54%). Значно меншу потужність мають: виробництво нетканих текстильних матеріалів та виробів із них, крім одягу (8,60%), виробництво інших текстильних виробів (6,66%). Питома вага на рівні 5–6%% притаманна: ткацькому виробництву; оздобленню текстильних виробів; канатів, мотузок, шпагату та сіток; інших текстильних виробів технічного та промислового призначення. Найменшу питому вагу мають такі види діяльності: підготування та прядіння текстильних волокон (4,69%), виробництво трикотажного полотна (3,01%), виробництво килимів і килимових виробів (1,82%).

Протягом аналізованого періоду у всіх підгалузях текстильної промисловості спостерігається скорочення кількості підприємств, окрім виробництва трикотажного полотна (відсутні зміни), килимів і килимових виробів (приріст 9,09%), канатів, мотузок, шпагату та сіток (приріст 36,0%). Найбільші темпи скорочення продемонстрували такі підгалузі: підготування та прядіння текстильних волокон (-44,44%), інших текстильних виробів технічного та промислового призначення (-36,84%), ткацьке виробництво (-32,65%), оздоблення текстильних виробів (-21,95%). Менші темпи скорочення мають: виробництво готових текстильних виробів, крім одягу (-14,88%), інших текстильних виробів (-8,51%).

З'ясовані відмінності між структурою кількості підприємств і чисельністю працюючих в підгалузях легкої промисловості і текстильної, зокрема, робить необхідним дослідження організаційних форм за розмірами.

Протягом 2010–2018 рр. у легкій промисловості України не було зареєстровано жодного великого підприємства. У цілому по національній економіці їх середня питома вага становила 0,2%, середніх – 5,5%, малих – 94,3%, з них мікропідприємства – 79,3%). Розподіл підприємств легкої і текстильної промисловості майже співпадають: частка середніх підприємств – відповідно 12,5% і 12,6%, малих – 87,5% і 87,4%, із них мікропідприємств – 60,3% і 63,4%). Із наведених даних випливає висновок про крупніший їх розмір порівняно з національною економікою загалом. Проте розмах варіації питомої ваги середніх підприємств в текстильній промисловості дуже значний – від 28,9% у ткацькому виробництві до 3,0% у виробництві канатів, мотузок, шпагату та сіток. Значною є частка середніх підприємств у таких підгалузях: підготування та прядіння текстильних волокон – 18,2%; виробництво килимів і килимових виробів, інших текстильних виробів текстильного та промислового призначення – 16,9%; виробництво трикотажного полотна – 15,2%. Близькою до середніх показників по текстильній галузі є частка середніх підприємств за такими видами виробництва: нетканих текстильних матеріалів та виробів із них, крім одягу – 13,9%, інших текстильних виробів – 11,5%, готових текстильних виробів, крім одягу – 11,3%. Меншим він є у виробництві інших текстильних виробів, не віднесені до інших угруповань, -10,0% і оздобленні текстильних виробів – 8,7%.

Переваги розвитку окремих організаційних форм господарювання в легкій промисловості визначаються, поміж іншим, продуктовою конкурентоспроможністю. Гнучкість споживацького попиту, необхідність постійного оновлення асортименту обумовлює поступову зміну пріоритетів із масового велико-серійного виробництва до багатомоделного дрібносерійного або одиничного. У зазначених умовах зростає організаційна конкурентоспроможність малих і середніх підприємств текстильної та швейної промисловості, які випускають інноваційну продукцію, мають більшу мобільність і здатність до адаптації, схильність до ризику, адекватніше сприймають нові ідеї. Враховуючи відносно невеликі витрати на створення і переорієнтацію бізнесу, вони постійно шукають ніші для зростання прибутковості і легше переходять із одного сегмента випуску продукції в інший. Суб'єкти

малого і середнього підприємництва діють на локальних ринках, використовують місцеві ресурси і враховують специфічні споживачькі смаки, тому їх конкурентні переваги мають регіональний характер. Якщо стратегію малих і середніх підприємств можна ідентифікувати як «орієнтацію на потреби споживачів», то суб'єкти великого підприємництва переважно орієнтуються на ефект масштабу і саме вони забезпечують конкурентні переваги галузі на вітчизняному і світовому ринках.

Великі підприємства мають більш жорстку структуру і меншу гнучкість, їм складніше відслідковувати конкурентоспроможність окремих товарів на певних сегментах ринку, проте за рахунок ефекту масштабу і економії на умовно-постійних витратах мають конкурентні переваги за ціновим фактором на готову продукцію. Для зміцнення продуктової конкурентоспроможності суб'єкти великого підприємництва легкої промисловості можуть застосовувати технології корпоративного венчуру – співпрацю з малими інноваційними підприємствами галузі, що використовуються як експериментально-дослідницька база і місце тестування споживачького попиту на нову продукцію; диверсифікація асортиментного ряду при скороченні обсягів випуску однотипної продукції. У країнах із розвинутою економікою, де реально працює інститут банкрутства, створення малих підприємницьких структур є формою реструктуризації великих підприємств, які відчувають проблеми з платоспроможністю.

Таким чином, малі, середні і великі підприємства легкої промисловості мають свою нішу і характерні переваги і недоліки. Однією з організаційних інновацій їх взаємодії можуть бути фінансово-промислові групи, які функціонують за принципом вертикальної інтеграції у складі венчурних фірм, підприємств текстильної промисловості, швейних підприємств, підприємств роздрібної торгівлі, банківських установ. Переконливим є висновок Паливоди О.М., що комплексне міжгалузеве співробітництво дозволяє: зменшити обсяг видатків на інноваційні розробки; скоротити термін створення нових продуктів; забезпечити їх максимальне наближення до потреб споживачів; не обмежуватися вдосконалюючими продуктовими інноваціями, а створювати фундаментальні технологічні нововведення [2, с. 133].

Для зміцнення інноваційної конкурентоспроможності легкої промисловості пропонується кластеризація галузі (об'єднання близьких за видами економічної діяльності підприємств за ознакою територіального розташування), яка стримується нормативно-правовою неврегульованістю. Передумовами до створення кластеру є: близькість до ринків постачання і збуту; наявність спеціалізованої робочої сили; бажання об'єднати науково-дослідну, виробничу, експериментальну діяльність для отримання ефекту масштабу виробництва; наявність інноваційно-інформаційної, підприємницької, логістичної інфраструктури; частково спільна управлінська структура. Конкурентними перевагами інноваційного кластера (від англ. «*cluster*» – гроно, букет, блок, пакет або група) є: поєднання позитивних ефектів галузевої і територіальної спеціалізації, а також міжгалузевої кооперації; створення локального інноваційного середовища підприємства, сприятливого для виробництва високотехнологічної конкурентоспроможної продукції; внутрішня стандартизація продукції, економія трансакційних витрат на основі логістичного маркетингу; спільний доступ до інноваційних розробок. Таким чином, для покращення конкурентного середовища в легкій промисловості пропонується інтегративна концепція, яка ґрунтується на внутрішньо- і міжгалузевій співпраці малих і середніх підприємств у формі регіональних кластерів і венчурингу.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Сіренко К.Ю. Формування інноваційної моделі розвитку легкої промисловості. *Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. Серія 1 : Економіка*. 2013. Вип. 1. С. 69–78.
2. Паливода О.М. Організація інноваційного співробітництва між підприємствами легкої промисловості та суміжних галузей. *Вісник КПНУ імені Івана Огієнка. Економічні науки*. 2008. Вип. 1. С. 132–133.

**Павлик В. П.**  
*старший науковий співробітник*  
*Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки»*  
*м. Київ, Україна*

## **УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ РОБІТНИКІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ**

Забезпечення ефективного управління процесом організації оплати праці робітників у сільськогосподарському виробництві є актуальним, оскільки її належить стимулююча дія у господарюванні підприємств.

Якщо врахувати, що в ринкових умовах подальше виробництво продукції залежить від її реалізації, то й оплата праці працівників залежатиме від неї. Відомі положення науковців з організації оплати праці робітників ґрунтуються на кінцевому результаті – обсягу виробництва продукції, потребують проведення додаткових перерахунків з врахуванням її обсягу реалізації. Перерахунки необхідні для того щоб забезпечити корегування величини витрат у структуру яких включено оплату праці й одержаного доходу від реалізації, за рахунок якого зазначені витрати покриваються. Це створює додаткові розрахункові операції, що вказує на неефективне управління процесом організації оплати праці у сільськогосподарському виробництві.

З огляду на це важливого значення набуватиме прогнозування обсягу реалізації продукції. На нашу думку, ефективність використання трудових ресурсів визначатиметься відрахуваннями на оплату праці, віднесених на одиницю роботи, виробленої та реалізованої продукції. В ринкових умовах оплата праці робітників залежить від кінцевого результату господарювання підприємств – одержаного доходу, ринкових показників, що його формують таких як ціна й обсяг реалізації продукції. Прогнозування зазначених показників ускладнюється врахуванням можливих наслідків конкурентної боротьби підприємств за збут продукції, а отже можливої ситуації на ринку, коли затрачена праця робітниками себе не виправдовує, не відповідає запланованій величині оплати праці, як розрахунку за виконану роботу, що вже було здійснено, тобто



доходи менші за витрати, які мають їх покривати. Проблема невідповідності витрат, відрахувань на оплату праці працівників – доходу, одержаного від реалізації продукції полягає у недостатньо обґрунтованому прогнозуванні ситуації на ринку через недосконалість методів визначення ціни, обсягу реалізації продукції залежно від умов функціонування конкурентного середовища, господарвання великих, середніх та малих підприємств. Враховуючи це пропонується встановити закономірності між витратами, оплатою праці працівниками й ціною, та обсягом продукції, що формують дохід від її реалізації.

Наукова новизна дослідження полягає у розгляді трьохмірного координатного простору, в якому побудовано залежності між оплатою праці та ціною й обсягом реалізації продукції для можливих умов господарювання підприємств на ринку, що є відмінністю від відомих наукових положень вітчизняних й іноземних вчених.

На основі аналізу вітчизняних та іноземних публікацій присвячених розв'язанню проблеми ефективного управління процесом організації оплати праці робітників у сільськогосподарському виробництві встановлено відсутність розглянутих положень, немає належного їх обґрунтування. Так, у Законі України «Про оплату праці» зазначається, що: «Стаття 4. Джерела коштів на оплату праці. Джерелом коштів на оплату праці працівників госпрозрахункових підприємств є частина доходу та інші кошти, одержані внаслідок їх господарської діяльності. Стаття 21. Права працівника на оплату праці. Працівник має право на оплату своєї праці відповідно до актів законодавства і колективного договору на підставі укладеного трудового договору. Розмір заробітної плати може бути нижчим за встановлений трудовим договором та мінімальний розмір заробітної плати у разі невиконання норм виробітку, виготовлення продукції, що виявилася браком, та з інших, передбачених чинним законодавством причин, які мали місце з вини працівника» [1]. Проте у зазначеному Законі України не вказується про зниження заробітної плати працівників у наслідок не повної реалізації продукції. Нереалізовану продукцію можна вважати браком, навіть якщо вона і не є ним, оскільки наявні не продуктові витрати, перевитрати, витрати на вироблену продукцію

більші витрат на реалізовану, за якою оцінюються всі результати господарської діяльності підприємств.

У словнику сучасної економіки МАКМІЛЛАНА зазначається, що основним стимулом в оплаті праці робітників підприємств є виробіток, а у якому обсязі вироблена продукція реалізується взагалі не розглядається, головним чином зосереджено увагу на виробництві продукції, однак про її реалізацію на ринку не згадується. Такі висновки зроблено з наступного: «Оплата за результатами (іноді називають заохочувальною системою оплати) (*payment-by-results*) – система оплати праці, за якої розмір оплати праці робітника залежить від обсягу продукції, виготовленої цим робітником, або групою робітників, або всім підприємством, на якому він працює» [3, с. 361]. Все це змушує працівників підприємств, науковців поряд з виконанням встановленого виробітку приділяти більше уваги доведення виробленої продукції до повної її реалізації, а для цього необхідно досліджувати ситуацію на ринку, скільки на ньому виробників, споживачів тої чи іншої продукції, ринкове середовище. Отже, важливим вважаємо визначення взаємозв'язку між оплатою праці працівників і ціною продукції, обсягом її реалізації, які у свою чергу залежать від кількості виробників, споживачів на ринку, що дасть змогу спрогнозувати на ньому ситуацію, встановити можливість повної реалізації продукції або її частину, що не реалізується. Для проведення дослідження скористаємося даними наведеними у таблиці 1.

Табличні дані скореговані, узгоджені за формулою (1).

Таблиця 1

### Господарювання підприємства при виробництві пшениці озимої

Показник, од. виміру	Значення показника при відповідному варіанті плану господарювання, залежно від товарності продукції				
	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
Qp/Qв, %	23,57	38,7	57,2	82,5	99,3
Qв, тис. ц	9,9	9,9	9,9	9,9	9,9
Qр, тис. ц	2,33	3,83	5,66	8,16	9,83
У, тис. ц	8,5	7,6	6,5	5	4
Nв	15	15	15	15	15

1	2	3	4	5	6
Nc	9	9	9	9	9
Опр, тис. грн	59,3	97,43	144,01	148,12	240,7
З, га	205	205	205	205	205
С, тис.грн	123,3	202,5	299,306	380	490
Ц, грн/ц	220	250	320	330	380
Д, тис. грн	513,3	958,3	1813,3	2695	3736,67
П, тис.грн	390,03	755,8	1514,03	2315	3246,67
Р, %	316,3	373,3	505,8	609,2	662,6

Позначення: Qв – обсяг виробництва продукції, тис. ц; Qр – обсяг реалізації продукції, тис. ц; Y – обсяг нереалізованої продукції, тис. ц; Nв – кількість виробників; Nc – кількість споживачів; Qр/Qв – товарність продукції, співвідношення обсягів реалізації й виробництва продукції, %; Опр – оплата праці, тис. грн; З – використання землі, га; С – повна собівартість продукції, тис. грн; Ц – ціна реалізації продукції, грн/ц; Д – доход, тис. грн; П – прибуток від реалізації продукції, тис. грн; Р – рівень рентабельності виробництва й реалізації продукції, %.

*Джерело: власні дослідження [2, с. 95]*

$$\left\{ \begin{array}{l} [Qв*Nв/(Опр*Nc)] - [Y*Nв/(Опр*Nc)] - 1 = C; \text{ Опр; З; Ц; Qр;} \\ [Qв*Nв/(З*Nc)] - [Y*Nв/(З*Nc)] - 1 = C; \text{ Опр; З; Ц; Qр;} \\ [Qв*Nв/(C*Nc)] - [Y*Nв/(C*Nc)] - 1 = C, \text{ Опр; З; Ц; Qр,} \end{array} \right. \quad (1)$$

де позначення аналогічні наведеним у таблиці 1.

Таким чином, проведене дослідження дає змогу за табличними даними побудувати трьохмірний координатний простір, та встановити залежність між оплатою праці й ціною, обсягом реалізації продукції для можливих умов господарювання підприємства на ринку, забезпечити прогнозування ситуації на ринку, а отже, удосконалити управління процесом організації оплати праці робітників у сільськогосподарському виробництві.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Закон України «Про оплату праці». Документ 108/95-ВР, чинний, поточна редакція – Редакція від 13.02.2020, підстава – 440-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Павлик В.П. Удосконалення планування господарської діяльності сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 89–99.
3. Словник сучасної економіки МАКМІЛЛАНА / Пер. з англ. Київ : «АртЕк». 2000. 640 с.

**Павлик В. П.**  
*старший науковий співробітник*  
*Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки»*  
*м. Київ, Україна*

## **УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ НА ОСНОВІ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ТА УЗГОДЖЕНОСТІ ПОКАЗНИКІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Важливим для економіки підприємства є встановлення взаємозв'язків між показниками їх господарювання, виходячи з того, що процеси виробництва й реалізації продукції характеризуються як відомими так і невідомими величинами.

Виробництво й реалізацію продукції характеризують наступні економічні показники:

- Q<sub>в</sub> – обсяг виробництва продукції, тис. ц;
- Q<sub>р</sub> – обсяг реалізації продукції, тис. ц;
- Y – обсяг нереалізованої продукції, тис. ц;
- N<sub>в</sub> – кількість виробників продукції на ринку;
- N<sub>с</sub> – кількість споживачів продукції на ринку;
- О<sub>пр</sub> – оплата праці працівників, тис. грн;
- З<sub>пр</sub> – зарплата одного працівника, тис. грн;
- m – чисельність працівників задіяних у виробництві продукції, осіб;
- З – площа землі, що використовуються у виробництві продукції, га;
- С – повна собівартість продукції, тис. грн;
- Ц – ціна одиниці реалізованої продукції, грн/ц;
- П – прибуток, одержаний від реалізації продукції, тис. грн;
- Р – рівень рентабельності виробництва й реалізації продукції, %.

Методи дослідження потребують удосконалення, зокрема прогнозування необхідно здійснювати з врахуванням умов ринку. При цьому доцільно використовувати систему рівнянь, яка розкриває процеси планування, контролю, організації, регулювання господарської діяльності підприємств на основі взаємозв'язку та узгодження між показниками виробництва й реалізації продукції.

Знайти узгодженість між вказаними показниками дає змогу запропонована система управління підприємством:

$$\begin{cases} (Q_p / O_{пр}) - 1 = \Pi \\ (Q_p / Z) - 1 = \Pi \\ (Q_p / C) - 1 = \Pi, \end{cases} \quad (1)$$

де  $Q_p = N_v \cdot (Q_v - Y) / N_c$ ; замість  $\Pi$  також можна використовувати  $P$  та  $C$ .

Наведемо інформаційні дані (табл. 1–3) господарювання підприємства при виробництві й реалізації пшениці озимої, які ґрунтуються на статистичних матеріалах форма 50 с-г. Державної служби статистики України та власних економічних розрахунках.

Таблиця 1

### Контроль господарювання підприємства

Показник, од. виміру	Інформаційні дані		
	фактичні	розрахункові	відхилення
P, %	21,7	21,7	0
Q <sub>v</sub> , тис. ц	28,12	24,094	4,03
Y, тис. ц	10	16,86	-6,86
N <sub>v</sub>	5	5	0
N <sub>c</sub>	2	2	0
Z, га	463,5	563,8	-100,3
O <sub>пр</sub> , тис. грн	165,8	235,5	-69,723
C, тис. грн	2728,2	2391,565	336,6

*Джерело: власні дослідження [3, с. 76]*

Здійснення контролю на підприємстві дало змогу встановити відхилення фактичних даних від розрахункових.

Таблиця 2

### Організація господарювання підприємства

Показник, од. виміру	Варіанти господарювання		Відхилення
	I	II	
1	2	3	4
Q <sub>v</sub> , тис. ц	22,148	24,094	-1,95
Y, тис. ц	15,5	16,862	-1,4
N <sub>v</sub>	5	5	0
N <sub>c</sub>	2	2	0
Z, га	518,3	563,8	-45,54
m, працівників	9	9	0
O <sub>пр</sub> , тис. грн	216,5	235,523	-19,023

Продовження Таблиці 2

1	2	3	4
Зпр, тис. грн	3,01	3,271	-0,264
С, тис. грн	2198,4	2391,6	-193,165
Ц, грн/ц	163,89	160,98	2,91
П, тис. грн	525,42	518,97	6,45
Р, %	23,9	21,7	2,2

*Джерело: власні дослідження [2, с. 68]*

Запропонована організація господарювання підприємства дала змогу виявити альтернативні варіанти господарської діяльності.

Таблиця 3

### Регулювання господарської діяльності підприємства

Показник, од. виміру	Порівняння варіантів господарювання			
	з регулюванням		без регулювання	
	1 рік	2 рік	1 рік	2 рік
Qв, тис. ц	21,47	21,05	23	25,33
Qр, тис. ц	16,11	15,8	20	19,01
З, га	502,5	492,6	1000	1300
Опр, тис. грн	209,9	205,8	323,2	501,5
С, тис. грн	2131	2090	3282	5092
П, тис. грн	519	519	560,1	253,2

*Джерело: власні дослідження [1, с. 68]*

Економічний ефект  $E = 224,7$  тис. грн (21,6%).

Забезпечення регулювання економічного розвитку підприємства дало змогу цілеспрямовано змінювати його трудові, земельні, фінансові ресурси залежно від умов ринку.

Вважаємо, що існуючий стан господарювання підприємств – без регулювання товарності продукції необхідно порівнювати з бажаним станом – із її регулюванням. Конкурентною перевагою для підприємств стає знання економічної інформації про господарювання підприємств-конкурентів, їх показники виробництва й реалізації продукції. Використання у економічних розрахунках запропонованих інформаційно-аналітичних моделей з планування, контролю, організації, регулювання господарської діяльності підприємств дасть змогу удосконалити управління підприємствами, підвищити рівень рентабельності господарювання. Для науковців

важливого значення набуватиме виявлення основних напрямів удосконалення методів обробки, аналізу та використання економічної інформації, наближення розрахункових даних до фактичних, проведення експерименту виходячи із знання інформаційних даних господарювання підприємств.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

4. Павлик В.П. Ефективність інформаційно-аналітичної моделі регулювання господарської діяльності сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2017. № 10. С. 64–69.
5. Павлик В.П. Інформаційно-аналітична модель організації господарської діяльності підприємств. *Економіка АПК*. 2017. № 8. С. 65–69.
6. Павлик В.П. Контроль господарювання у забезпеченні ефективного управління сільськогосподарськими підприємствами. *Економіка АПК*. 2017. № 5. С. 73–77.

**Савицька О. М.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту*

*Національного технічного університету України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

**Салабай В. О.**

*магістр*

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

### **МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ КОМПАНІЙ**

Процеси цифровізації та цифрової трансформації виступають рушійними силами, що стимулюють зміни в корпоративному світі, основою яких є впровадження нових технологій, таких як аналіз великих даних, Інтернет речей, хмарні технології чи 3D-друк. Відбувається перетворення аналогової інформації на цифрові дані. Невпинне зближення фізичного і цифрового світів стимулює

компанії інтегрувати, наприклад, Інтернет речей та послуг у виробничі процеси, створювати вартість шляхом аналізу й управління великими даними, що може бути використане як конкурентна перевага [1, с. 115]. Більшість змін, як вважає автор Лісова Р.М., викликаних діджиталізацією, є руйнівними і докорінно змінюють існуючі галузі, компанії, що займають домінуючі позиції на ринку, зіштовхуються з новими конкурентами, існуючі бізнес-моделі застарівають і замінюються новими [1, с. 115].

Автор зазначає те, що деякі дослідники виділяють три способи впливу цифровізації на зміну компаній та їхні бізнес-моделі (БМ) [1, с. 115; 2]:

- оптимізація існуючих БМ (наприклад, оптимізація витрат);
- трансформація існуючих БМ (наприклад, реконфігурація існуючих моделей, розширення існуючого бізнесу);
- розроблення нових БМ (витіснення усталених учасників ринку, нові продукти/послуги).

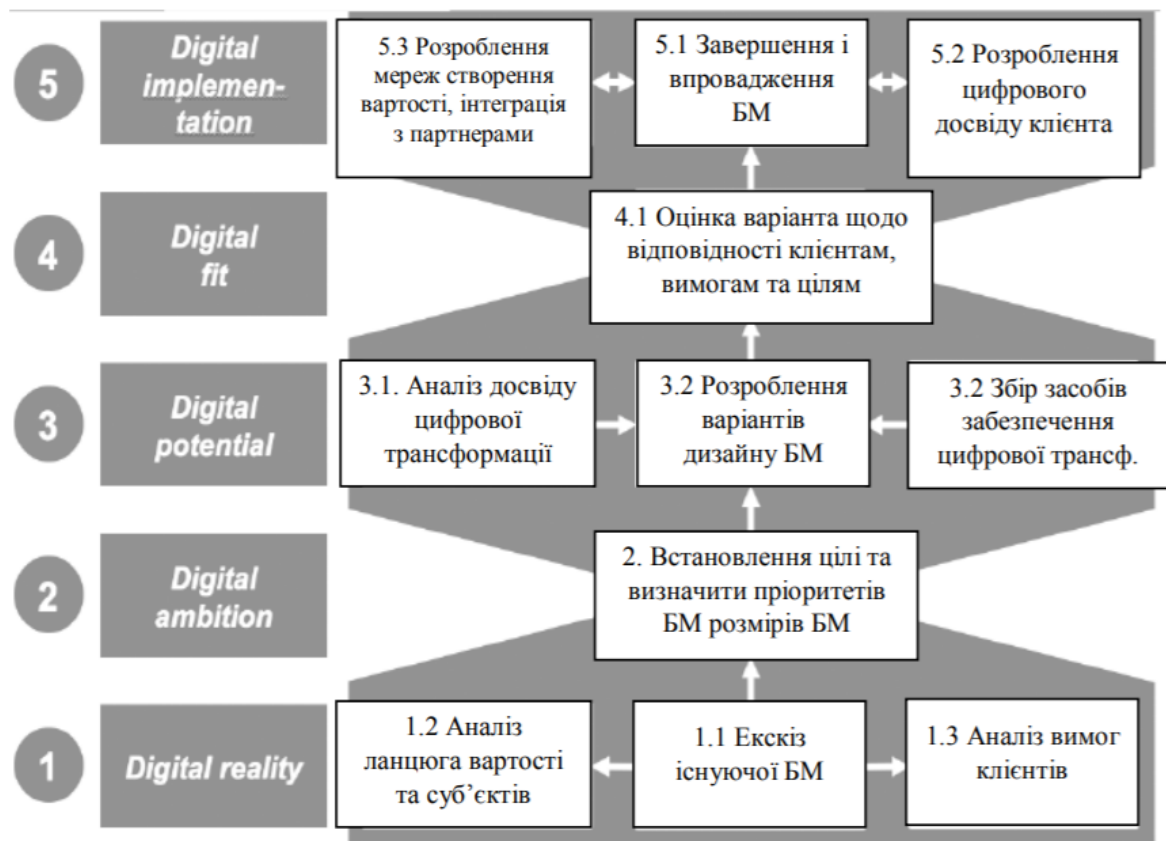
Німецькими економістами Д. Шальмо та К. Уільмсом у 2017 р. розроблено послідовність етапів (фаз) цифрової трансформації БМ на основі підходів до DT (*Digital Transformation*) та наявних теорій щодо інновацій бізнес-моделі (рис. 1) [1, с. 116; 3, с. 6].

Лісова Р.М. [1, с. 116] надає пояснення (щодо рис. 1): «Першим етапом є *Digital Reality* (*цифрова реальність*), де існуюча бізнес-модель компанії визначається разом з аналізом на додану вартість, пов'язаними і зацікавленими сторонами й оглядом вимог клієнтів. Це забезпечує розуміння цифрової реальності для цієї компанії в різних сферах.

Наступною фазою виступає *Digital Ambition* (*цифрові амбіції*): виходячи з попереднього етапу цифрової реальності, визначають основні цілі щодо трансформації, що стосуються часу, фінансів, простору й якості. Цифрова амбіція постулює, які саме цілі слід розглядати для конкретної бізнес-моделі та її елементів.

Третя фаза – *Digital Potential* (*цифровий потенціал*), у рамках якої встановлюються найкращі практики та чинники, що сприяють розвитку цифрової трансформації. Це служить початковим етапом у плані цифрового потенціалу та дизайну майбутньої бізнес-моделі. Для кожного елемента бізнес-моделі розробляються різні логічно об'єднані варіанти.





**Рис. 1. Етапи процесу цифрової трансформації бізнес-моделі [1, с. 116; 3, с. 6]**

Четвертий крок – *Digital Fit* (*цифрова адаптація*), де відбувається аналіз варіантів дизайну цифрової бізнес-моделі, проводиться їх оцінка і порівняння з існуючою бізнес-моделлю.

І завершальним етапом є *Digital Implementation* (*цифрова реалізація*), включає у себе доопрацювання й упровадження розробленої цифрової бізнес-моделі. Триває розроблення варіантів дизайну в межах цифрової реалізації. Фаза також включає у себе розроблення цифрового досвіду клієнта і цифрової мережі створення вартості, що описують інтеграцію з партнерами. Також на даному етапі визначаються ресурси і можливості» [1, с. 116].

На рис. 2 представлено основний інструментарій цифрової трансформації бізнес-моделі компанії: *Digital Data* (*цифрові дані*); *Automation* (*автоматизація*); *Digital Customer Access* (*цифровий доступ клієнтів*); *Networking* (*мережа*).

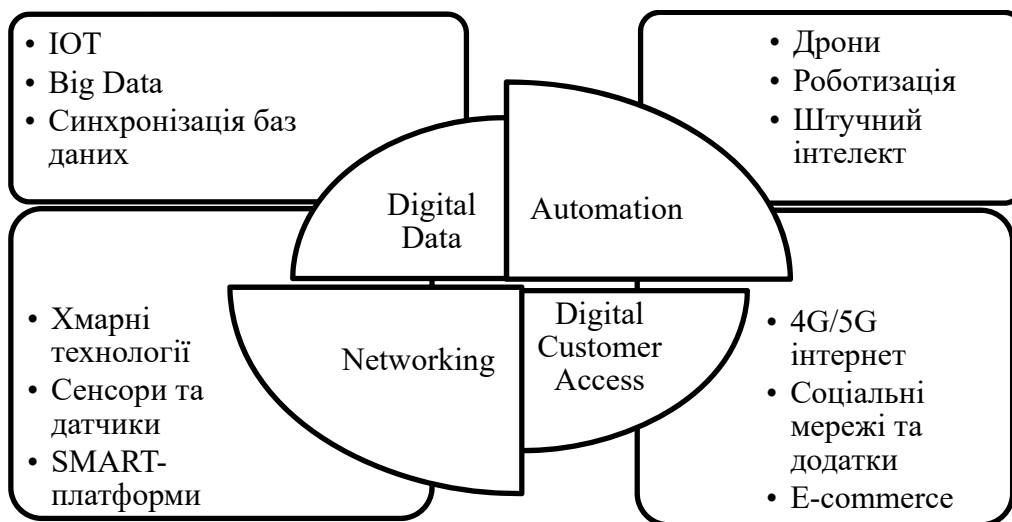
Необхідно зазначити те, що за даними Звіту Світового економічного форуму, фахівці виокремлюють три ключових фактори для

впровадження діджитал-технологій та збільшення власної конкурентоспроможності (рис. 3) [4, с. 7]:

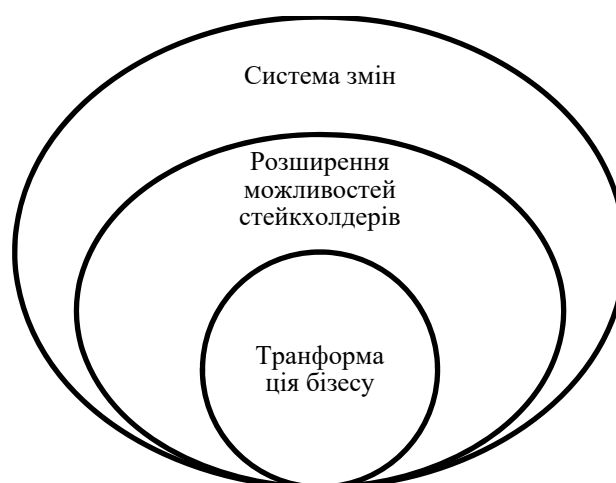
– переорієнтація бізнесу: залучення інвестицій на цифрові перетворення з метою досягнення стійкої та довгострокової цінності для компаній;

– розширення можливостей стейкхолдерів: використання цифрових технологій для взаємодії зацікавлених осіб (працівники, споживачі, партнери, уряд, суспільство тощо);

– система змін: створення нових моделей співпраці для вирішення нових викликів, за допомогою освоєння нових ринків та постійного забезпечення системних змін.



**Рис. 2. Інструментарій цифрової трансформації бізнес-моделі компанії**



**Рис. 3. Ключові фактори цифрової трансформації бізнесу [4, с. 7]**

За оцінками International Data Corporation у 2019–2020 роках компанії в світі витратили майже 1,2 трлн дол США на цифрові перетворення, і лише 13% керівників заявляють, що їх компанії готові до Індустрії 4.0 у цифрову епоху [4].

Зазначені вище етапи діджиталізації є дієвим механізмом процесу цифрових перетворень та перебудови діяльності компаній. Застосовуючи на практиці та слідуючи зазначеним етапам процесу цифрової трансформації бізнес-моделі, компанії можуть досить ефективно оптимізувати власну бізнес-модель та досить швидко провести цифрову трансформацію власного бізнесу.

Отже, цифрова трансформація є новим етапом в управлінні бізнес-процесами в компанії, яка докорінно може змінити традиційні способи ведення бізнесу. Використовуючи процеси діджиталізації компанії мають можливість оптимізувати існуючі бізнес-моделі, отримати нові можливості для розвитку власного бізнесу, розширити сферу діяльності та мати інструментарій для покращення основних показників ефективності ведення бізнесу й підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Лісова Р.М. Вплив діджиталізації на бізнес-моделі: етапи та інструменти цифрової трансформації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 24 (2). С. 114–118. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg\\_2019\\_24%282%29\\_\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_24%282%29__24).
2. Harry Bouwman, Shahrokh Nikou, Francisco J. Molina-Castillo, Mark de Reuver. The impact of digitalization on business models. *Digital Policy, Regulation and Governance*. 2018. Vol. 20 № 2. P. 105–124. DOI: 10.1108/DPRG-07-2017-0039.
3. Shalmo D., Christopher A. Williams, Luke Boardman. Digital transformation of bussines models – best practice, enablers and roadmap. *International Journal of Innovation Management*. 2017. Vol. 21 (08). P. 1–17. DOI: 10.1142/S136391961740014X.
4. Звіт Світового економічного форуму: Digital Transformation: Powering the Great Reset 17.07.2020. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Digital\\_Transformation\\_Powering\\_the\\_Great\\_Reset\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Digital_Transformation_Powering_the_Great_Reset_2020.pdf).

*Середа А. О.*  
*студентка*  
*Київського національного економічного університету*  
*м. Київ, Україна*

## **УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Сучасний стан розвитку економіки характеризується постійними динамічними змінами у середовищі, зміною вимог покупців до характеристик товарів, послуг і посиленням боротьби між конкурентами, що стає причиною необхідності пошуку джерел для формування конкурентних переваг на підприємстві.

Проаналізувавши публікації з теми дослідження відмічаємо, що питанням формування конкурентних переваг присвячено багато учень вітчизняних та зарубіжних науковців: Ф.Котлера, І. Ансофа, Й. Шумпетера, К. Макконелла, М. Портера, Д. Барабася, А. Воронкова, О. Гудзь, І. Коломоєць, С. Клименко, А.Войчака, Ю. Юданова, Н. Куденко, Р. Фатхутдінова, Ю. Іванова, Дж. Робінсон, А. Томпсон та інших. Проте за умов динамічного зовнішнього середовища, в якому працюють підприємства сьогодні, слід постійно досліджувати та аналізувати чинники, що впливають на формування конкурентних позицій підприємства.

Більшість вчених визначають конкурентні переваги як сукупність ключових відмінних від суперників чинників успіху, які сприяють забезпеченню підприємству стійкої лідируючої конкурентної позиції на ринку на певний період [1, с. 41]. Однак аналіз наукових інформаційних джерел показав, що існує велика кількість підходів до розкриття сутності поняття «конкурентних переваг». Розглянемо їх детальніше в таблиці 1. Проаналізувавши підходи до трактування сутності «конкурентних переваг», можна зробити висновок, що конкурентні переваги – це позитивні особливості суб'єктів господарської діяльності, що надають перевагу над конкурентами в деяких або усіх видах діяльності, забезпечують зростання ефективності в короткостроковому періоді та виживання в довгостроковому за рахунок постійного пошуку та розвитку нових можливостей на конкурентному ринку.

## Підходи до визначення сутності конкурентних переваг

Автор	Визначення	Коментар
1	2	3
М. Портер [8, с. 134]	Конкурентні переваги є головною метою й результатом господарської діяльності підприємства і проявляються або в більш низьких, ніж у конкурента витратах, або у спроможності вимірювати і контролювати додану вартість, яка перевищує додаткові витрати від диференціації.	Автор трактує поняття конкурентних переваг з позиції факторно-результативного підходу, де акцент робиться на результатах діяльності, що підприємство отримує завдяки певній сукупності та якості факторів.
Ж.-Ж. Ламбен [4, с. 369]	Конкурентна перевага – це характеристики і властивості товару, що створюють для підприємства певний пріоритет над конкурентами.	Визначення є неповним, адже конкурентні переваги пов'язують лише з конкуренто-спроможністю товарів підприємства.
Р. Фатхутдінов [9, с. 31]	Конкурентні переваги є ексклюзивною цінністю, якою володіє система і яка дає їй перевагу над конкурентами.	Фатхутдінов розглядає конкурентні переваги з системних позицій згідно з ціннісно-компетентісним підходом, що передбачає використання ексклюзивних цінностей підприємства, які дають змогу йому формувати та розвивати конкурентні переваги
І. Должанський [3, с. 24]	Конкурентна перевага – рівень ефективного використання наявних у розпорядженні фірми всіх видів ресурсів. Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продаж).	Должанський трактує конкурентні переваги з позиції ресурсного підходу, підкреслюється висока значущість ресурсів у процесі конкурентного суперництва, які практично і є цими перевагами.

1	2	3
С.П. Гаврилюк [2, с. 77]	Конкурентні переваги – це ті активи і сфери діяльності, які стратегічно важливі для підприємства і дають йому змогу перемагати у конкурентній боротьбі.	Розглядає конкурентні переваги як стратегічні активи, які забезпечують довгострокове існування підприємства на конкурентному ринку.
А. Ніколаєва [6, с. 82]	Конкурентні переваги підприємства є сукупністю внутрішніх і зовнішніх можливостей, компетенцій та динамічної спроможності, що забезпечують домінування підприємства з певною часткою відповідного релевантного ринку над конкурентами й унеможливають перерозподіл ринку на користь інших підприємств.	Ніколаєва розглядає конкурентні переваги як потенціал підприємства, що дає йому можливість утримувати конкурентні позиції на ринку.
В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова [5, с. 54]	Конкурентною перевагою підприємства є його положення на ринку, яке дає йому змогу переборювати сили конкуренції та приваблювати покупців.	Визначення є неповним, тому що описує вже результат, який надають конкурентні переваги (положення на ринку) та автор не вказує за рахунок чого це досягається.

*Джерело: складено автором на основі [8, с. 134; 4, с. 369; 9, с. 31; 3, с. 24; 2, с. 77; 6, с. 8; 5, с. 54]*

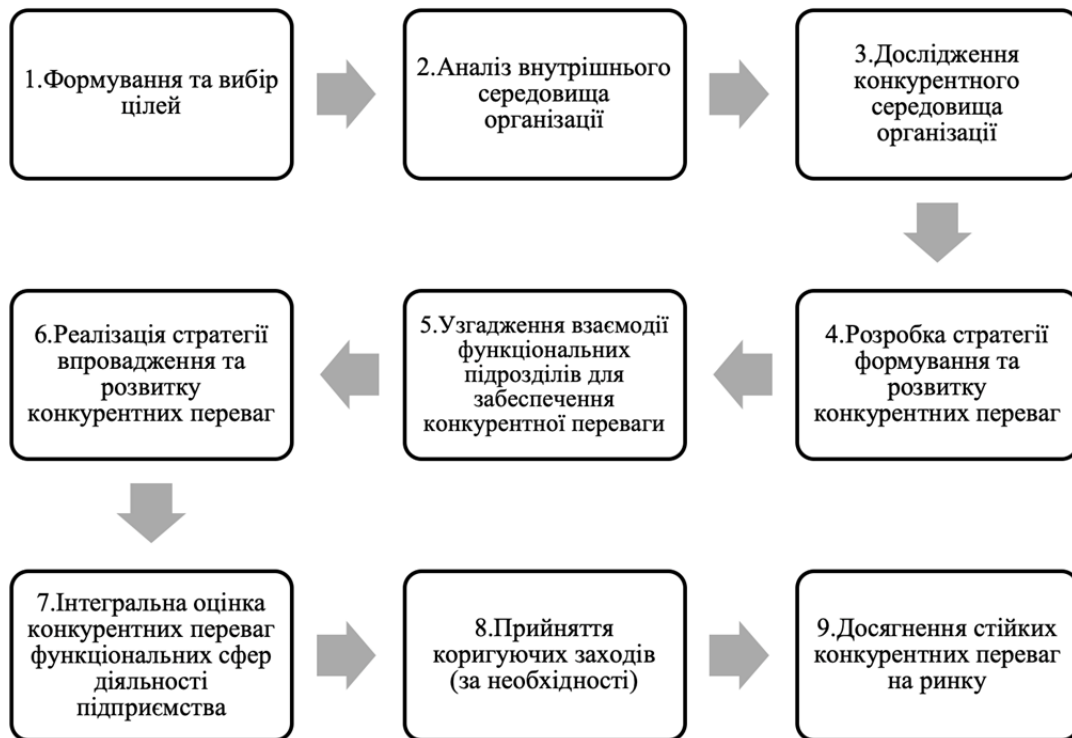
Управління конкурентними перевагами – це свідомий процес формування (збереження та розвитку наявних, створення нових) конкурентних переваг з метою адаптації до вимог зовнішнього середовища і забезпечення довгострокового успіху підприємства [10, с. 15]. Для ефективного управління конкурентними перевагами підприємство має пройти декілька етапів (див. рис. 1).

Підводячи підсумки слід зазначити, що найбільш логічною є наступна послідовність розробки стратегії формування конкурентних переваг:

- визначення цілей та завдань щодо впровадження конкурентної переваги, як по всьому підприємству, так і по окремих СЗГ;
- аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації;
- вибір стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, в якій конкретизуються довгострокові програми дій за всіма

функціональними напрямками його діяльності. Реалізація зазначених програм дій повинна забезпечувати формування відповідних конкурентних переваг;

– реалізація конкурентної стратегії, яка повинна супроводжуватись систематичною оцінкою й аналізом результатів, визначенням відхилень від цільових орієнтирів і швидкою реакцією на непрогнозовані зовнішні й внутрішні зміни.



**Рис. 1. Процес управління конкурентними перевагами**

*Джерело: складено автором на основі [7, с. 79]*

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Близнюк С.В., Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень / С.В. Близнюк, А.В. Остапенко / Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 7. – С. 41–42.
2. Гаврилюк С.П. Конкурентні переваги як основа розробки стратегії туристських підприємств / С.П. Гаврилюк // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2011. – № 4. – С. 76–80.
3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – Київ : Центр навч. літ-ри, 2002. – 282 с.
4. Ламбен Ж. Менеджмент, орієнтований на ринок: Стратег. и операц. маркетинг / Жан-Жак Ламбен; [Пер. с англ. С. Жильцова] Москва [и др.]: Питер, 2004. – 796 с.

5. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – Москва : ИНФРА-М, 2000. – 288 с.
6. Ніколаєва А.М. Формування стратегії досягнення конкурентних переваг підприємств м'ясної промисловості: дис. канд. наук: 08.00.04 / А.М. Ніколаєва. – Луцьк : ЛНТУ, 2010. – 218 с.
7. Отенко І.П., Полтавська Є.О. Система управління конкурентними перевагами підприємства [Електронний ресурс] // Харківський державний економічний університет. – 2013. – С. 215–221. – Режим доступу: [http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/39288/1/29\\_215-221.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/39288/1/29_215-221.pdf)
8. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М.Е. Портер; пер. с англ. И. Минервина. – 2-е изд. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 452 с.
9. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность: учеб. по специальности «Маркетинг» / Р.А. Фатхутдинов. – Москва : Экономика, 2005. – 503 с.
10. Федосєєва Г.С. Особливості управління конкурентними перевагами сільськогосподарських товаровиробників на світовому ринку / Г.С. Федосєєва // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2017. – Вип. 24 (2). – С. 15–18. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_eim\\_2017\\_24%282%29\\_\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_24%282%29__6)

**Судакова О. І.**

*доцент кафедри економіки та підприємництва  
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*

**Брискіна А. О.**

*магістр  
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*

**Щудро Є. Є.**

*студент  
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури  
м. Дніпро, Україна*

## **РОЗРОБКА ПРИНЦИПІВ ПОБУДОВИ Й СТРУКТУРИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Інтерес держави до безпечної діяльності підприємств диктується, насамперед, необхідністю забезпечення його економічної незалежності й цілісності, а також підвищенням політичного,



економічного й соціального статусу на міжнародній арені. Суб'єкти господарювання, у свою чергу, прагнуть забезпечити власні інтереси, які проявляються в прагненні до збереження й збільшення капіталу, що в сучасних умовах конкурентної боротьби вимагає використання спеціального арсеналу інструментів (методів і засобів), що чутливо реагують на невизначеність зовнішнього середовища й пристосування до функціонування в цих економічних умовах внутрішньої організаційно-управлінської системи.

Основні положення концепції організації економічної безпеки підприємства полягають у наступному.

1. Розвиток, як загальний принцип існування природи, суспільства й пізнання, будучи об'єктивним процесом, супроводжується переходом предмета розвитку в область невизначеності, де закономірно формується система загроз. Це вимагає розробки спеціального механізму управління економічною безпекою розвитку підприємств.

2. Розвиток як категорія, що характеризує відтворювальні процеси підприємства, припускає визначення життєвого ресурсного простору, у межах якого необхідна організація захисту економічної безпеки.

Економічну безпеку розвитку підприємства можна визначити як такий його стан, що характеризується захищеністю залучення у необхідному обсязі ресурсів і виробництва нових споживчих вартостей від впливу зовнішніх і внутрішніх загроз протягом життєвого циклу підприємства.

3. Розвиток підприємства визначається й регулюється системою стратегічних цілей, у процесі досягнення яких формуються конфронтаційні, дестабілізуючі фактори його економічної безпеки.

У процесі розвитку, відповідно до цільової стратегічної установки, на просторі ресурсів підприємства виникають протиріччя двох видів, що формують зовнішній і внутрішній контур конфронтації та загроз.

4. Формування механізму захисту економічної безпеки розвитку сучасного підприємства варто здійснювати виходячи із принципового його подання як динамічної системи, що постійно змінюється за характеристиками ресурсів, прагне розширити

кордони стратегічної зони господарювання шляхом освоєння ресурсних полів у нових зонах стратегічних інтересів.

Основою стратегічних планів і прогнозів підприємства закономірно є постійна трансформація їхньої діяльності в прогресивному напрямку, що об'єктивно вимагає створення спеціального механізму організації економічної безпеки розвитку, під яким будемо розуміти розробку превентивних заходів їхнього захисту від негативного впливу зовнішнього й внутрішнього середовища шляхом прийняття оптимальних рішень із використанням альтернативних правових, економічних й організаційно-управлінських інструментів, методів і засобів.

У якості визначальних заходів захисту від загроз варто розглядати:

- пристосування до ситуації, що склалася (адаптація) з можливим коректуванням тактичних і стратегічних установок;
- вибір нейтральної (вичікувальної) позиції;
- розробка й здійснення (реалізація) активних дій наступального, агресивного характеру, що забезпечують розширення поля діяльності в певному стратегічному напрямку.

Механізм вирішення цих завдань індивідуальний для кожного конкретного підприємства з урахуванням його стратегічних цілей й особливостей вирішення проблем, що стосуються окремих елементів системи господарювання, напрямків й об'єктів розвитку (технологія, кадри, організація, якість продукції, формування інформаційної бази й т.д.), наявного потенціалу й ресурсів.

5. Вивчення процесів формування загроз (і контрзагроз) для організаційно-управлінського механізму управління економічною безпекою діяльності підприємств у процесі їхнього розвитку необхідно здійснювати на основі аналізу й оцінки інформації з використанням двосторонньої асиметричної моделі.

6. Механізм управління економічною безпекою розвитку підприємства необхідно формувати на основі загальних принципів побудови механізму, визначаючи індивідуально для кожного підприємства його склад, структуру, функції й взаємозв'язки з іншими компонентами (елементами) структури підприємства.

7. Компоненти управління економічною безпекою розвитку підприємства повинні бути підсистемою системи стратегічного й оперативного управління підприємством.

Успішна реалізація програми організації захисту розвитку підприємства можлива тільки за умови системного й комплексного відстеження (моніторингу) об'єктивних і суб'єктивних факторів зовнішнього й внутрішнього середовища й своєчасного корегування стратегії й тактики в системі механізму управління його економічною безпекою.

8. Механізм організації економічної безпеки розвитку підприємства варто розглядати як сукупність управлінських, економічних, організаційних, правових і мотиваційних способів захисту його довгострокових інтересів.

Головним компонентом цього механізму повинна бути правова складова, що забезпечує пріоритет ієрархічних інтересів державної й регіональної безпеки.

Власне організаційний механізм варто будувати як гетерогенну систему, що складається з різних, але відповідних одна одній ресурсних й організаційних підсистем. При цьому ресурсні підсистеми являють собою об'єкт захисту, а організаційні – окремі структурні підрозділи організації (відділи, групи фахівців, окремі фахівці, що виконують функціональні обов'язки постійного або довгострокового характеру, або тимчасові творчі колективи, які виконують функції короткочасного, оперативного характеру), а також методи, способи й інструменти, що використовуються для виконання окремих завдань.

9. Формування механізму забезпечення економічної безпеки підприємства, як і будь-якого механізму, базується на системі основних правил – принципів його організації.

До числа таких принципів відносяться як відомі принципи побудови різного роду організаційно-управлінських механізмів, так і ті, які відбивають специфіку формування механізму, що забезпечує, у першу чергу, прогресивний розвиток підприємства.

10. Ефективне управління системою економічної безпеки розвитку підприємства повинне бути забезпечене створенням спеціалізованого функціонального підрозділу як підсистеми його стратегічного управління.

11. Механізм управління економічною безпекою розвитку підприємства повинен враховувати необхідність формування двох банків стратегій.

12. Однією з досить характерних і найбільш критичних загроз є створення тіньової структури всередині суб'єкта господарювання.

На сучасному етапі особливу актуальність серед всіх видів загроз для України має формування всередині підприємства тіньової організації – виробничої структури, що без відома загальної системи управління й поза правовим полем діяльності споживає частину його ресурсів з метою виробництва продукції або її складових (напівфабрикатів) для подальшої реалізації. Отриманий доход розподіляється між особами окремої групи співробітників підприємства й особами, що перебувають за межами підприємства (паразитуюча структура).

13. Механізм управління економічною безпекою повинен включати ефективний і легітимний спосіб регулювання економічної безпеки розвитку підприємств шляхом організації груп впливу.

14. Основою для забезпечення достатнього рівня економічної безпеки підприємства є підтримка його стійкого й максимально ефективного функціонування в даний час і нагромадження достатнього потенціалу для збалансованого розвитку й стабільного росту – у майбутньому.

15. Система управління економічною безпекою повинна забезпечувати захищеність всіх комунікаційних каналів і транзакцій, пов'язаних з організацією, зберіганням, передачею, виробництвом і відтворенням інформаційних ресурсів підприємства і їхніх похідних на всіх рівнях управління підприємством.

16. Система управління економічною безпекою повинна забезпечувати категорії інформаційної безпеки – конфіденційність, цілісність, доступність компонентів інформаційних ресурсів підприємства (баз даних, системного й прикладного програмного забезпечення, включаючи програмне забезпечення захисту інформації) на всіх рівнях управління підприємством.

17. Система управління економічною безпекою повинна враховувати дію й різні форми прояву людського фактора й містити в собі елементи системи підтримки необхідного по відношенню до зовнішнього й внутрішнього середовища підприємства безпечного

рівня інформаційно-психологічної й мотиваційної стійкості персоналу підприємства.

18. Практична реалізація заходів у системі управління економічною безпекою підприємства повинна базуватися на стандарті підприємства по керуванню економічною безпекою, що визначає функції, завдання, зони відповідальності персоналу різних рівнів управління підприємством.

Запропонована концепція є методологічною основою побудови організаційно-управлінського механізму економічної безпеки розвитку підприємства.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Судакова О.І., Герасимова О.Л., Гуркова К.А. Управління стійкістю роботи підприємства для забезпечення економічної безпеки його розвитку. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 112. Дніпро : ПДАБА, 2016. С. 168–176.
2. Верхоглядова Н.І., Судакова О.І., Поляєва Л.О. Концепція впровадження логістичного підходу до механізму управління економічною безпекою підприємства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент»*. № 33. Одеса : МГУ, 2018. С. 44–49.

*Сушло В. А.*

*студентка*

*Одеської національної академії зв'язку імені О. С. Попова  
м. Одеса, Україна*

### **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Протягом усього періоду свого існування людство постійно зіштовхується з ризиком в усіх сферах діяльності. На самому початку існування людства ризики мали простий і кожному зрозумілий характер. В основному вони були пов'язані з необхідністю здобувати їжу та небезпекою від диких тварин. Але разом з розвитком людства та ускладненням відносин людей як між собою, так і з навколишнім середовищем, ускладнились і

розвинулись ті небезпеки, з якими доводиться мати справу людині. Людство почало стикатись з такими явищами, як війни, епідемії, бунти та ін. Але керування ризиками, як окремий вид діяльності, набуло поширення лише зі стрімким розвитком науково-технічного прогресу. Саме після промислової революції людство почало стрімко розвиватись технічно, ускладнюючи систему взаємовідносин в усіх сферах та додаючи все нових і нових проблем у ці відносини. Економіка стала не просто наукою про ведення господарства, а одним з важелів, що кардинально впливає на світовий баланс, однією з найважливіших сфер діяльності людини.

Економічні ризики в наш час впливають на життя цілих країн, підприємств та кожного окремого громадянина. Україна зараз знаходиться в стані економічної, політичної та соціальної кризи. На це вплинуло багато факторів: збиткова політика влади, революційні та військові дії в країні, загальносвітова криза, пандемія все це спричинило ситуацію підвищеного рівня ризику. Особливо сильно страждають елементи економічної системи, що не мають достатньо економічної потужності для того, щоб пережити наслідки серйозної економічної кризи. У сфері бізнесу такими елементами є малі та середні підприємства. Метою підприємницької діяльності є отримання максимальних доходів при мінімальних витратах капіталу в умовах конкурентної боротьби. Реалізація цієї мети вимагає зіставлення величини вкладеного капіталу з фінансовими результатами, отриманими від цієї діяльності. Фінансові ризики є найбільш небезпечними – при вкладенні всіх наявних засобів в один високо ризиковий проект можна втратити компанію повністю і стати банкрутом. Однак, ризиком можна управляти – необхідно прогнозувати наступ ризикової події та оцінити збиток від його наслідків, щоб далі розробити заходи, які дозволять знизити ступінь ризику або зменшити його негативний вплив для забезпечення фінансової стійкості компанії. При раціональному і спільному використанні заходів якісного і кількісного оцінок фінансового ризику можна досягти ефективного управління фінансовими ризиками.

Попри широке застосування поняття «ризик» на сьогодні його сутність, властивості, елементи, співвідношення об'єктивних та суб'єктивних сторін тлумачиться авторами по-різному. Розбіжність

думок пояснюється багатоаспектністю цього поняття, практично повним його ігноруванням у законодавстві, специфічним управлінським досвідом з цього питання.

За своєю сутністю ризик підприємницької діяльності – це усвідомлена можливість небезпеки виникнення непередбачених втрат очікуваного прибутку, майна, грошей через випадкові зміни умов економічної діяльності, несприятливі обставини, події. Від можливих втрат у ринковому середовищі ніхто не застрахований. Однак це не означає, що з метою повного уникнення втрат потрібно проводити лише консервативну (неризикову) економічну політику. Важливо не просто боятися ризиків, а вчасно їх передбачати, аналізувати причини небажаного розвитку подій, враховувати попередній негативний досвід, постійно коригувати систему господарських операцій з метою зменшення небажаних втрат і максимізації результату [1].

Теорія ризику визначає три основних підходи до природи цієї дефініції: *суб'єктивна* – зумовлюється необхідністю вибору альтернативного рішення та обчисленням імовірності бажаного результату; *об'єктивна* – вимагає маси природних, соціальних і технологічних процесів, матеріальних та соціальних відносин суб'єктів економічної діяльності; *суб'єктивно-об'єктивна* – зумовлюється тим, що ризик породжується як суб'єктивними, так і незалежними від волі людей факторами. Тобто джерелами ризику є: 1) спонтанність природних процесів та явищ, стихійні лиха; 2) випадковість; 3) антагоністичні тенденції, зіткнення суперечливих інтересів; 4) характер науково-технічного прогресу; 5) неповнота інформації, брак можливостей щодо збору та оброблення інформації, її постійне оновлення; 6) обмеженість, недостатність матеріальних, фінансових, трудових та інших ресурсів, необхідних для прийняття та реалізації рішень; 7) неможливість однозначного пізнання об'єкта за існуючих методів; 8) певна обмеженість діяльності людей, відмінності у психології, ідеалах, намірах, стереотипах поведінки тощо.

Підсумовуючи викладене та з метою формування більш поглибленого уявлення, виділимо такі особливості ризику:

1. Ризик в економіці існує лише щодо очікувань та висновків суб'єкта прийняття рішення, оскільки визначається його оцінками.

Тобто реакція на ризик і його оцінка суб'єктивні, а зміст впливає на суб'єктів прийняття рішення (власників та менеджмент підприємства, регулюючі та контролюючі органи, учасників ринку тощо).

2. В економічній діяльності рішень, позбавлених ризику, не існує. Прикладом цього є відмова від інвестицій у проект, якому притаманний ризик. З одного боку, нейтралізується ризик втрати капіталу, а з другого – виникає ризик втраченої вигоди (недоотримання потенційного прибутку).

3. Через ризик відображається часова характеристика рішення. Вірогідна невизначеність майбутнього суперечить визначенню сутності ризику як рішення, за допомогою якого встановлюються певні часові межі. Тобто ризик зниження (втрати) економічної ефективності (привабливості) підприємства варто розглядати як ризик, зумовлений коливаннями в часі цінних характеристик діяльності підприємства (вартість, прибутковість, корисність тощо).

4. Відмінність понять «ризик» і «міра ризику». Більшість підходів розглядають ризик як своєрідний вимір ситуації або рівня певного стану (умов), необхідних для порівняння. Водночас при оцінюванні будь-якої величини можлива певна похибка, ризик реалізації якої за своєю сутністю відрізняється від самого відхилення та його величини. Тож більшість зазначених думок дещо суперечить згаданим характеристикам ризику.

М.М. Буднік і Л.С. Мартюшева класифікують фінансові ризики за: величиною (високий, середній і низький), ступенем допустимості (припустимий, критичний (локальний), катастрофічний), об'єктами (ризик підприємця, підприємства, банку, страхової компанії, тобто окремих юридичних і фізичних осіб), видами діяльності (ризик виробничої, посередницької, торгової, транспортної, консалтингової, страхової та іншої діяльності), економічним змістом (чистий і спекулятивний ризик), характером (інфляційний, кредитний, процентний, валютний), галузевою ознакою (загальноекономічний, галузевий), територіальними ознаками (країни, регіональний та ін.) [1, с. 48].

Фінансові ризики мають три основні способи їх оцінки:

- за допомогою фундаментальних показників;
- за допомогою порівняльної оцінки макроекономічних та фінансових мультиплікаторів;



– за допомогою ринкових показників привабливості сектору за вільними грошовими потоками, дивідендної доходності, технічним індикаторам. Найбільш поширеною і складною стратегією управління фінансовими ризиками є політика їх зниження або скорочення ймовірності та величини фінансових ризиків. До основних методів нейтралізації ризиків слід віднести :

- формування відповідних резервів;
- диверсифікація ризиків;
- лімітування;
- хеджування;
- страхування ризиків страховими компаніями.

Необхідно навчитися передбачати ризики, оцінювати їх розміри, планувати заходи щодо їх запобігання, тобто управляти ризиками.

Якість інформаційного забезпечення процесу управління ризиками має важливе значення, оскільки дає змогу правильно оцінити рівень ризику та його фінансові наслідки. Необхідна інформація отримується як із зовнішніх, так і з внутрішніх джерел, основу яких становить інформація бухгалтерського обліку і звітності. Джерелами внутрішньої інформації про рівень ризику діяльності підприємства та його певних господарських операцій можуть бути:

- форми бухгалтерської та статистичної звітності;
- первинні документи, безпосередньо пов'язані з проведенням певних господарських операцій, їх юридичним оформленням та супроводом;
- реєстри синтетичного та аналітичного обліку, узагальнюючі документи, аналітичні розрахунки;
- форми та реєстри виробничого (управлінського) обліку і звітності (у тому числі й оперативної).

Дослідження фінансових ризиків суб'єктів господарювання є надзвичайно актуальним і необхідним для ефективного управління їх діяльністю в сучасних умовах. Воно потребує певних витрат часу та ресурсів, проте дає можливість приймати ефективні рішення у сфері фінансової діяльності. Для ефективного управління фінансовими ризиками необхідно спиратися на наукові розробки, вміло комбінувати відомі методи та застосовувати їх у щоденній роботі.

Тому врахування, прогнозування й аналіз фінансових ризиків у діяльності підприємств дасть змогу попередити, уникнути або мінімізувати наслідки розвитку небажаних подій.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Буднік М.М. Фінансовий ринок : навч. посіб. / М.М. Буднік, Л.С. Мартюшева, Н.В. Сабліна. – Київ : Центр учбової л-ри, 2009. – 334 с.
2. Вітлінський В.В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: навч.-метод. посіб. / В.В. Вітлінський, П.І. Верченко. – Київ : КНЕУ, 2000. – 292 с.
3. Гупало-Хведзевич В.Д. Управление финансовыми рисками и методы их нейтрализации на предприятии / В.Д. Гупало-Хведзевич // Вестник науки и творчества. – 2016. – № 5. – С. 144–148.

*Тараненко О.С.*

*аспірант кафедри економічної кібернетики,  
бізнес економіки та інформаційних систем*

*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»  
м. Полтава, Україна*

## **ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЛОГІСТИЦІ ПОШТОВИХ ТА КУР'ЄРСЬКИХ СЛУЖБ**

Логістика вважається досить консервативною галуззю. Але це тільки на перший погляд. Технології усувають бар'єри на ринку доставки і відкривають нові форми конкуренції. Розвиток електронної комерції, зростаючі вимоги клієнтів і екологічні питання стають драйвером інновацій в логістиці поштових та кур'єрських служб.

*Сучасна логістика починається зі смартфона Клієнта.* Цифрова економіка, в якій з'явилися і розвиваються такі компанії, як Booking і Airbnb – без величезних інвестицій в інфраструктуру, найму персоналу і офісів по всьому світу – впливає на логістику. Стирається грань між технологічною, торговою або логістичною компанією, самі ритейлери і оператори доставки стають гравцями галузі ІТ.

Яскравим прикладом може бути компанія Uber, в основі якої також лежить популярна нині ідея шерінгову економіки – симбіоз

між цифровими технологіями і звичною службою таксі. Щоб голосно увійти на ринок, більше не потрібно набирати обертів роками і інвестувати мільйони в транспорт та інфраструктуру. Досить бути гнучкими і діджитальним та будувати процеси логістики в смартфоні клієнта.

*Інтернет речей оптимізує процеси замовлення.* Напевно, всі давно знають, що інтернет речей – це «розумний» холодильник, який сам робить замовлення продуктів в магазині, або «турботлива» мікрохвильовка, яка підігріє вечерю якраз до приходу господаря додому. У контексті логістики це означає максимальне спрощення процесу покупки для клієнта. Аж до того, що замовлення оформляються і доставляються автоматично, практично без прямої участі замовника.

З точки зору доставки це виглядає приблизно так: в холодильнику закінчується молоко. Клієнт сканує упаковку, за допомогою Amazon Dash Wand with Alexa і замовлення на його покупку автоматично сформоване. Час доставки, адреса, магазин – всі ці параметри вже зашиті автоматично, але їх можна легко поміняти у себе в смартфоні. Можна налаштувати все так, що охоложене до потрібної температури вино привезли прямо до вечері.

*Автоматизація та роботизація покращують ефективність ланцюжка поставок.* Багато хто чомусь часто плутають ці два поняття, але це скоріше різні етапи еволюції логістичного ланцюга. Так, автоматизація – більш широке поняття, коли процеси виконуються автоматично за допомогою обладнання або програмного забезпечення. Прикладом автоматизації може бути робота сортувальних центрів поштових та кур'єрських служб – де посилки переміщуються на «порти скидування», прив'язані до конкретних відділень.

Де в логістичній сфері можна застосовувати роботів? Одна з останніх розробок – роботи завантажують посилки в автомобілі на основі стелажної системи. Далі один з роботів їде з кур'єром на доставку. Коли транспортний засіб знаходиться на адресі, робот знаходить потрібний стелаж з посилкою в кузові авто і переміщує її водієві, щоб він не витрачав час на пошук. Приклад елемента

роботизації, що усуває втрати часу і допомагає з прийняттям рішення в поштової доставці.

*Швидка ідентифікація людей і посилок покращує швидкість та надійність доставки.* Дані інноваційні процеси не обійшли стороною не тільки ритейл, але і поштову галузь. Тут мова йде і про face-id, і різні способи ідентифікації товарів і їх категорій. Наприклад, ідентифікація по етикетці. Інформація про товар «зашивається» не в штрих-кодї, а прямо в етикетці, і проводити товар через сканер не потрібно – всі дані зчитуються камерами. Є технології розпізнавання поведінки споживача для профілактики крадіжок в магазинах. У систему закладено до 200 різних параметрів поведінки, і є якась частина з них виходить за рамки норми, тобто покупець поводить ся нетипово – це привід попросити його пройти огляд. Уже давно говорять про технології RFID (радіочастотної ідентифікації), хоч для більшості ритейлерів вона як і раніше в новинку. У майбутньому вона дозволить повністю автоматизувати роботу відділень, а з магазинів взагалі прибрати касирів.

З радіочастотної міткою зашитю в етикетку, «пікати» кожен товар на касї буде не потрібно: достатньо провезти кошик з покупками через рамку з камерами – і вона зчитає інформацію відразу про всі покупки. Набір цих технологій застосовує Amazon в своєму форматі Amazon Go. Щоб це реалізувати, потрібно лише щоб всі виробники ввели єдиний стандарт етикетки. Дану технологію можливо застосовувати в процесах доставки. Не потрібно витрачати час на сканування партії відправлень (мінімум 1 секунда 1 відправлення). Є можливість відразу відскакувати всю партію одночасно. Це дозволить прискорити процеси, а також зменшити кількість людей, які займаються рутинною роботою.

*Поштомат – максимальна захищеність Клієнта.* У Європі поштомати користуються чималою популярністю. В Україні це явище ще не так поширене та в умовах розвитку 2 хвили Covid-19 попит на замовлення в поштомат буде зростати. Особливо, коли поштомати встановленні в під'їздах багатоповерхівок, де клієнту не потрібно виходити на вулицю для забору або відправлення посилки. Інноваційні процеси розвитку поштоматів – це не місце розташування, а розвиток функціональності, як приклад функція

холодильної камери. Клієнти зможуть замовляти не тільки товари, але і продукти харчування та ліки, що потребують температурного зберігання. Скриньку поштомату можливо буде зробити доступною для всіх логістичних операторів [1].

Інноваційні процеси відкривають нові можливості для поштових операторів у підвищення ефективності, покращенні швидкості та надійності, розробленні інноваційних продуктів та послуг.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Офіційний сайт Parcel+Post Expo. URL: <https://www.parcelandpostexpo.com/>

*Ульянова Л. П.*

*доцент кафедри міжнародної економіки і світових фінансів  
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

*Ковальов М. С.*

*студент*

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

## **ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ ДНІПРОПЕТРОВЩИНИ РОБІТНИЧИМИ КАДРАМИ**

Передумовою сталого економічного розвитку національної економіки є забезпеченість її необхідними факторами виробництва. Серед них важливе місце займає особистий фактор, тобто людина, котра володіє фізичними та розумовими здібностями до праці, певною професійною підготовкою та високою кваліфікацією. По мірі розвитку науково-технічного прогресу вимоги до кадрового потенціалу постійно підвищуються, загострюються проблеми щодо вдосконалення організації підготовки та перепідготовки працівників, забезпечення необхідного кількісного співвідношення робочих місць і наявної робочої сили. При цьому необхідно розуміти, що в різних країнах в кожний певний період часу виникають свої першочергові питання щодо покращення механізму

функціонування ринку праці. Має свої особливості зазначена проблема і в українській економіці та проявляється на загальнонаціональному та регіональному рівнях. Не обійшла вона Дніпропетровську область, яка займає одне з перших місць в Україні по рівню економічного розвитку, особливо у таких галузях, як гірничовидобувна і харчова промисловість, металургія, енергетика. Обсяг реалізованої промислової продукції області у 2019 році склав 454124,0 млн грн (18,3% від загальнодержавного рівня) [1].

Стан ринку праці у нашому регіоні характеризують наступні статистичні дані. Кількість робочої сили у Дніпропетровській області складає 1489,9 тис. осіб. З них на великих підприємствах працює 235,7 тис. осіб (39,6% від загальної кількості), на середніх 248,1 тис. осіб (38,8% від загальної кількості) і на малих підприємствах 137,9 тис. осіб (21,6% від загальної кількості). У 2019 році, якщо розглянути структуру за видами економічної діяльності, 345 тис. осіб було зайняте у промисловому виробництві, 107,2 тис. осіб у сільському, рибному і лісовому господарстві. 57,3 тис. осіб у будівельних підприємствах. 3728 тис. осіб у оптовій та роздрібній торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів [2]. Проте, якщо аналізувати проблему під кутом зору забезпеченості виробничих підприємств робітничими кадрами, то очевидним стає гострота питання дефіциту висококваліфікованих робочих кадрів. Особливо це торкається таких спеціальностей як слюсар, електрогазозварник, електромонтер, токар.

Важливо відмітити, що дослідження шляхів вирішення вищезазначеного кадрового питання ускладнюється обмеженістю доступних офіційних показників стану забезпечення підприємств виробничої сфери кваліфікованими робітниками. Для отримання об'єктивної та комплексної інформації щодо оцінки рівня дисбалансу у попиті на робочу силу та її пропозиції необхідно налагодження тісних інформаційних зв'язків між роботодавцями, закладами професійно-технічної освіти та державними інститутами у сфері організації ефективного функціонування трудових відносин.

Головним джерелом підготовки робітничих кадрів для виробничих підприємств завжди була та залишається система професійно-технічної освіти. В Дніпропетровській області у

2020 році функціонує 58 закладів професійно-технічної освіти, де навчається 21561 осіб. Для порівняння, у 1995 році кількість закладів технічної освіти становило 87 одиниць з кількістю учнів у 40,6 тис. осіб. У 2005 році кількість закладів професійної освіти скоротилася до 71 одиниці, а слухачів – до 38,7 тис. осіб. У 2014 році кількість закладів професійної освіти становила 60 одиниць, а кількість учнів – 26,1 тисяча осіб. Наведені дані показують, що за 1995 – 2020 роки кількість закладів професійно-технічної освіти скоротилася на 29 одиниць (на 33,3% від кількості у 1995 році), а кількість учнів технічних закладів майже в 2 рази [3].

При цьому, за період, що аналізується, і на це особливо необхідно зробити акцент, відбулося падіння престижу робітничих професій, що обумовлено невідповідним до трудових витрат рівнем заробітних плат, шкідливими умовами праці, неефективним інформуванням населення щодо попиту на затребувані виробництвом професії, недостатньою участю держави у розв'язанні проблем професійної освіти і навчання.

Зараз, окрім системи професійно-технічної освіти, кадрові проблеми допомагають вирішувати інші форми навчання – технічні ліцеї, технікуми, коледжі. Так, у місті Дніпро підготовку робітничих кадрів для Дніпровського металургійного заводу, Південного машинобудівного заводу, Дніпропетровського заводу металургійного обладнання та тепловозремонтного заводу здійснюють професійний залізничний ліцей, індустріальний коледж, технікум зварювання та електроніки імені Є.О. Патона, машинобудівний коледж Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара та інші навчальні заклади. У місті Кам'янському для ПАО «Дніпровський металургійний комбінат», ПАТ «Дніпровагонмаш», ПАО «ДніпроАзот» кадри готують Кам'янський державний енергетичний технікум та Придніпровський державний металургійний коледж. У Кривому Розі, де знаходяться ПАТ «Криворізький залізорудний комбінат», ПАТ «Південний гірничо-збагачувальний комбінат», ПАТ «Інгулецький гірничо-збагачувальний комбінат» та інші промислові підприємства, серед закладів професійно-технічної освіти можна виділити гірничий та гірничо-електромеханічний технікуми Криворізького національного технічного університету, коксохіміч-

ний технікум Національної металургійної академії України, професійний гірничо-металургійний ліцей, професійний гірничо-технологічний ліцей, професійний транспортно-металургійний ліцей.

У цілому, комплексно оцінюючи якість професійно – технічної підготовки, необхідно відмітити, що її рівень в повній мірі не відповідає сучасним вимогам виробництва. Безпосередньо негативний вплив має недостатнє ресурсне і матеріально-технічне забезпечення професійно-технічних закладів. Навчально-матеріальна база фізично і морально застаріла, у багатьох навчальних закладах відсутнє нове обладнання, сучасні інструменти та матеріали, часто навчання проходить за застарілими технологічними концепціями.

Очевидно, що без вкладення коштів у розвиток професійно-технічної освіти неможлива підготовка робітничих кадрів, кваліфікація яких відповідала б вимогам поширених на виробництвах новітніх технологій. Подальший розвиток професійно-технічної освіти повинен бути націлений на досягнення європейського рівня освітніх стандартів.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Головне управління статистики у Дніпропетровській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dnprstat.gov.ua/>
3. Міністерство освіти і науки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua>



**Хаврова К. С.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки та бізнесу*

*Донецького національного університету економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського*

**Баранова М. О.**

*магістрант*

*Донецького національного університету економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського*

*м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна*

## **УПРАВЛІННЯ ТОВАРООБОРОТОМ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ АНТИКРИЗОВИХ ЗАХОДІВ**

Характер та тенденції споживчого ринку, що виражаються в зростанні товарообороту з одночасним скороченням частки продажу продовольчих та непродовольчих товарів вироблених в Україні, зумовлюють необхідність удосконалення існуючих систем і методів та впровадження нових інструментів управління товарооборотом підприємств. Важливою умовою ефективного зростання товарообороту є його управління з урахуванням антикризових заходів.

На наш погляд, антикризові заходи повинні бути направлено на комплексну оцінку впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства і ранню діагностику можливих причин виникнення кризи.

У процесі функціонування кожного підприємства завжди існує певна ймовірність настання кризи і виключити дану ймовірність повністю не можливо. В антикризових заходах однією з головних проблем є своєчасне розпізнавання передкризових ситуацій. Забезпечення росту товарообороту підприємств можливо тільки в тому випадку, коли система менеджменту передбачає антикризове управління, яке «... виступає симбіозом стратегічного менеджменту, за допомогою реалізації стратегії недопущення кризи і оперативного менеджменту через реалізацію стратегії подолання кризи» [1, с. 170].

З огляду на це ефективним інструментом антикризових заходів виступає стратегія, зміст якої залежить від моделі антикризового

управління, на базі якої вона сформована. У свою чергу, формування антикризової стратегії торговельних підприємств в складних і непередбачуваних умовах зовнішнього середовища можливо тільки на основі своєчасної адаптації до умов, що склалися в процесі господарювання.

Безумовно, наявність антикризової стратегії як такої не дозволяє повністю уникнути кризових ситуацій. Вона лише сприяє зниженню ймовірності їх виникнення, а в разі настання – зниження кількості тактичних помилок, дозволяє впевнено орієнтуватися в проблемах, що мають наслідки в майбутньому, розробляти і використовувати ефективні технології антикризового управління, знаходити позитивні елементи в складних кризових ситуаціях [2, с. 170].

Узагальнюючи результати проведеного дослідження, найбільш повно, на наш погляд, розкриває сутність управління товарооборотом з урахуванням антикризових заходів – це здатність системи до самозбереження цілісності і повернення в рівноважний стан при будь-яких несприятливих впливах зовнішніх і внутрішніх факторів в певний момент часу на основі забезпечення своєчасної адаптації до невизначених і стохастичних умов бізнес-середовища.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Патласов О.Ю., Сергиенко О.В. Стратегии коммерческих организаций в предкризисных и кризисных ситуациях. *Вестник Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии*. 2015. № 4 (44). С. 170–179.
2. Антикризисное управление: учебник / под ред. проф. Э.М. Короткова. Москва : Инфра-М, 2010. 620 с.

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

*Безпалый А. В.*

*магістр*

*Дніпровського національного університету*

*імені Олеса Гончара*

*м. Дніпро, Україна*

### **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективне функціонування будь-якого підприємства залежить від ступеня розвитку його персоналу. Сучасність характеризується певним старінням теоретичних знань та практичних можливостей підприємства постійно організовувати та підтримувати процес розвитку свого персоналу, це у свою чергу, є найважливішим фактором, який забезпечує конкурентоспроможність підприємства на ринку збуту, зростання обсягів продукції, товарів чи послуг, що надаються, зростання ринків збуту.

Під поняттям «розвиток» розуміють процес цілеспрямованих, незворотних дій, які мають на меті здійснення нових кількісних та якісних змін. Проте, серед вітчизняних та зарубіжних вчених ведуться дискусії щодо визначення поняття «розвиток персоналу». Погляди вчених за означеною проблематикою поділились на дві групи: перша група вчених визначає розвиток як специфічний процес, що має місце при реалізації певного набору дій з врахуванням поставлених цілей [2, с. 194]. Друга група пояснює розвиток як комплексний і безперервний процес, який відбувається з метою підвищення ефективності роботи [1, с. 168].

Узагальнюючи всі розглянуті вищенаведені визначення, зроблено висновок, що розвиток персоналу це – процес вдосконалення та оволодіння новими якісними професійними, діловими навичками та вміннями, особистісними компетенціями в результаті безперервного навчання та саморозвитку особистості. Розвиток працівника проходить в умовах гармонійного поєднання особистих,

інтелектуальних, моральних, емоційних та психофізіологічних якостей, поєднання яких забезпечує високий рівень результативності та ефективності, підвищує рівень конкурентоспроможності підприємства.

Розвиток персоналу на ДП КБ «ПІВДЕННЕ» проводиться за такими напрямками: професійний, соціальний, особистісний. Для підтримки рівня кваліфікації працівників, через виробничу необхідність, проводиться щорічна атестація кадрів [3]. Проведений огляд проблем організації діяльності персоналу на ДП КБ «ПІВДЕННЕ», дозволив виділити основні складові у процесі управління розвитком персоналу на підприємстві та визначити резерви підвищення його ефективності.

1. Забезпечення обґрунтованого планування, підбору й залучення персоналу (впровадження ефективного організаційно-економічного механізму забезпечення кваліфікованим персоналом стратегічних проектів).

2. Розвиток ефективної системи оцінки персоналу:

- розробка й впровадження стандартів оцінки професійних знань і навичок;
- проведення незалежної оцінки ключових фахівців підприємства.

3. Формування ефективної системи розвитку персоналу:

- проведення моніторингу потреб у навчанні;
- розробка випереджальних програм навчання з використанням сучасних технологій.

4. Забезпечення ефективної роботи з установами освіти й молодими фахівцями (цілеспрямована взаємодія з установами освіти по відбору кращих випускників; підготовка молодих фахівців на основі розробки індивідуальних комплексних планів розвитку).

Важливим в удосконаленні організації розвитку персоналу на ДП КБ «ПІВДЕННЕ» є той факт, що кошти, вкладені в навчання персоналу, повинні принести максимальну ефективність для підприємства. Для цього необхідно розробляти програми навчання, які дозволять комплексно підійти до даного питання.

Розглянутий досвід провідних країн світу свідчить, що створити ефективну систему професійного навчання кадрів можливо лише за умови співпраці усіх зацікавлених сторін: держави,

роботодавців та самих працівників. Особливої уваги така співпраця набуває в періоди структурних змін в економіці. Тому в країнах з розвинутою ринковою економікою все більше компаній ініціюють здійснення неперервного розвитку персоналу своїх підприємств [4, с. 90].

Процес розробки ефективної системи навчання складається з трьох послідовних кроків. На першому етапі керівництво підприємства усвідомлює необхідність застосування прогресивних форм навчання і починає використовувати тренінги. Наступним кроком є розробка програм розвитку персоналу, що передбачають регулярний комплекс навчальних заходів, спланованих заздалегідь. На завершальному етапі за умови розуміння підприємством важливості ролі кадрової складової відбувається створення комплексної системи корпоративного навчання, що є наразі найдосконалішою формою розвитку професійних та особистих компетенцій персоналу.

Для оцінки якості системи навчання пропонується використовувати метод експертних оцінок, де оцінка якості здійснюється фахівцем-експертом. Метою збору інформації, необхідної для виміру показників ефективності навчання, є встановлення впливу навчання на рівень знань співробітників і те, як це проявляється на підсумкових фінансових показниках організації.

Таким чином, навчання, підвищення кваліфікації, перепідготовка працівників і рішення в якості основної мети завдань щодо формування конкурентоспроможного персоналу висувають перед відділом управління персоналом ДП КБ «ПВДЕННЕ» нові, дуже складні і актуальні завдання по вироблення і реалізації основних напрямів підготовки кадрів.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: Підручник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
2. Гугул О.Я. Теоретичні засади управління розвитком персоналу / О.Я. Гугул // Інноваційна наука. – 2013. – № 6 (44). – С. 194–198.
3. Державне конструкторське бюро «Південне» ім. М.К. Янгеля // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.yuzhnoye.com>
4. Швець Л.В. Сучасні тенденції розвитку персоналу підприємств / Л.В. Швець // Науковий журнал. – 2018. – № 6. – С. 89–94.

## СЕКЦІЯ 5. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

**Витвицька У. Я.**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів  
Івано-Франківського національного технічного університету  
нафти і газу*

**Прокопенко О. С.**

*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти  
Івано-Франківського національного технічного університету  
нафти і газу*

*м. Івано-Франківськ, Україна*

### **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНСТИТУТІВ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ ЯК СУБ'ЄКТІВ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Важливу роль в активізації інвестиційної діяльності в Україні повинні відігравати інститути спільного інвестування (ІСІ) – доволі потужні інвестори, які мають у своєму розпорядженні значні обсяги капіталу, акумульовані у населення і дрібних інвесторів, що в свою чергу дає їм змогу здійснювати різноманітні види інвестування. По суті, ІСІ спеціалізуються на здійсненні колективних інвестицій (у цінні папери інших емітентів, корпоративні права, нерухомість) з метою отримання прибутку.

Перевагами інститутів спільного інвестування є професійне управління активами індивідуальних інвесторів, забезпечення більш високого рівня прибутковості вкладень порівняно з традиційними видами інвестування та їх диверсифікація, пільгове оподаткування, мінімізація ризиків, прозорість діяльності та ін. [1].

Не зважаючи на високу популярність інвестиційних фондів у зарубіжній практиці господарювання (зокрема, у США майже половина домогосподарств є їх вкладниками), в Україні даний вид фінансового посередництва не набув достатнього розвитку.

Основним нормативно-правовим актом, що регламентує діяльність вітчизняних ІСІ, є Закон України «Про інститути спільного

інвестування» [2]. Згідно даного закону залежно від форми організації інститути спільного інвестування можуть функціонувати у вигляді корпоративних або пайових фондів.

Корпоративний фонд (КІФ) – це юридична особа, яка утворюється у формі акціонерного товариства, і проводить діяльність виключно зі спільного інвестування. Пайовий фонд (ПІФ) – це сукупність активів, що належать учасникам такого фонду на праві спільної часткової власності. Вони перебувають в управлінні компанії з управління активами (КУА) та обліковуються окремо від результатів її господарської діяльності [2].

Виділяють різні види ІСІ: залежно від порядку провадження та строку діяльності, а також залежно від виду активів (рис. 1).

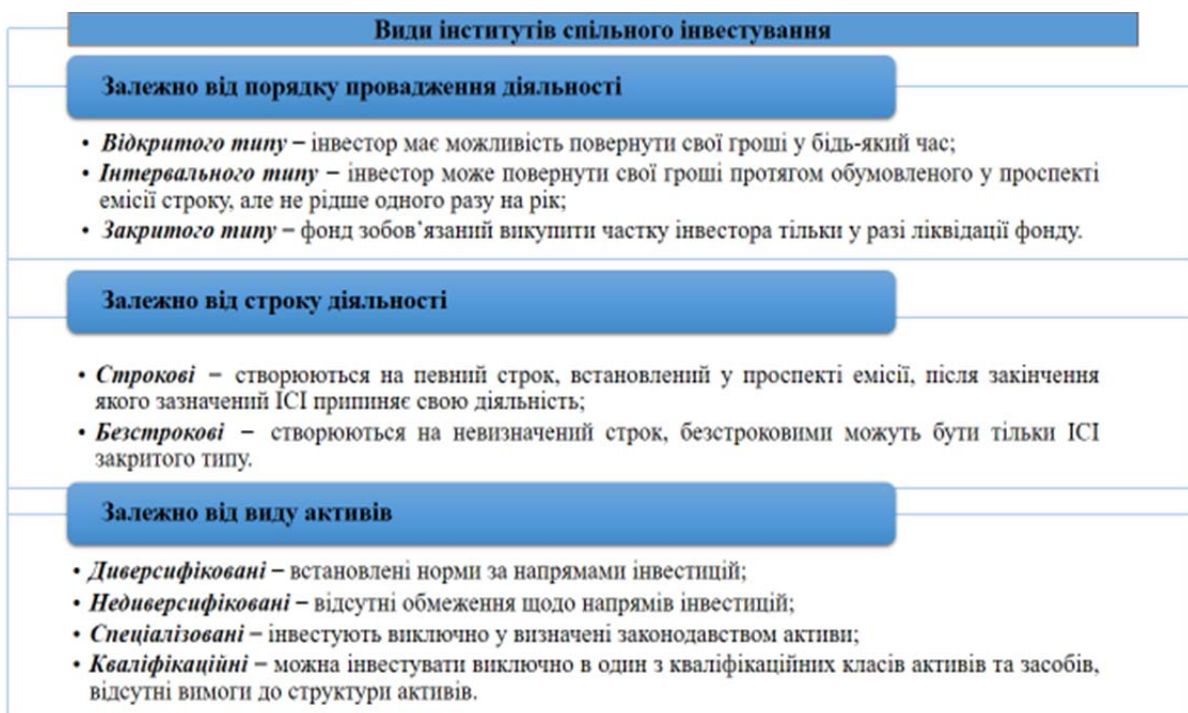


Рис. 1. Класифікація інститутів спільного інвестування

За даними Української асоціації управління активами [3] за період 2007–2019 рр. в Україні спостерігається позитивна тенденція до збільшення кількості інститутів спільного інвестування: з 507 до 1326, тобто в 2,62 рази. Кількість ІСІ, які досягли нормативу мінімального обсягу активів (сформованих), зростала дев'ятий квартал та третій рік поспіль (+3,3% за IV квартал та +8% за весь 2019 рік) [4]. Більшість ІСІ знаходяться у м. Києві та Київській

області – 72,69% їх загальної кількості, у Дніпропетровській області – 6,28%, у Харківській – 6,0%, у Львівській – 5,86% [3].

У той же час вартість активів інститутів спільного інвестування зросла з 40780 млн грн у 2007 р. до 353337 млн грн у 2019, тобто у 8,66 разів. Загальні активи усіх ІСІ в управлінні КУА, включно з тими, які ще не досягли нормативу, у IV кварталі 2019 року зросли на 1,4%, а за весь рік – на 12,8% [4].

Вагому роль у діяльності інститутів спільного інвестування відіграють компанії з управління активами. Вони вирішують питання, пов'язані з веденням бухгалтерського обліку, звітністю фондів, управління складом і структурою активів.

Компанія з управління активами (КУА) – це юридична особа, яка за винагороду здійснює професійну діяльність з управління активами інститутів спільного інвестування на підставі ліцензії, яку видає Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. КУА не може поєднувати цю діяльність з іншими видами професійної діяльності на ринку цінних паперів. Діяльність КУА жорстко регулюється і обмежується законодавством та контролюється Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку [5].

За даними [3] встановлено, що в Україні функціонує значно менше компаній з управління активами, ніж інститутів спільного інвестування. Крім того, впродовж останніх років спостерігається тенденція до зменшення кількості КУА в Україні. Так, у 2019 році їх кількість становила 293 проти 353 у 2012, а найбільша кількість КУА – 409 нараховувалась у 2008 році.

Стосовно регіонального розподілу компаній з управління активами, то спостерігається схожа ситуація, як і у випадку з ІСІ. Більшість КУА знаходяться в м. Києві та Київській області – 70,71% загальної кількості, значно менше у Харківській і Дніпропетровській областях – лише по 6,4%, в інших – ще менше.

Попри значні переваги інститутів спільного інвестування, що висвітлені вище, існує низка факторів, які не дають змоги повною мірою використовувати їх інвестиційний потенціал в Україні.

Насамперед слід виділити низький рівень фінансової обізнаності населення, внаслідок чого ІСІ не розглядаються як



альтернативний і надійний інструмент збереження й примноження капіталу у довгостроковій перспективі.

Важливим чинником, що стримує розвиток небанківських фінансових установ загалом та ІСІ зокрема, Даніленкова І.М. вважає недостатність на внутрішньому ринку надійних фінансових інструментів, в які компанії з управління активами можуть вкладати залучені кошти. Зокрема, державні облігації є непривабливим інвестиційним інструментом через недостатню ліквідність та нижчу, ніж рівень інфляції, дохідність [6].

Недовіру до фінансових інститутів з боку населення посилює також існуюча методика оцінки вартості чистих активів ІСІ, використання якої дає змогу компаніям досить довільно оцінювати чисті активи ІСІ, що знаходяться у них в управлінні [6].

На нашу думку, головною проблемою функціонування ІСІ є недосконалість законодавчої бази регулювання їх діяльності та загальна інституційна незрілість фондового ринку України.

Для покращення умов діяльності інститутів спільного інвестування необхідно забезпечити оздоровлення фондового ринку України шляхом удосконалення законодавства, насамперед у частині системи захисту прав інвесторів та вирішення корпоративних конфліктів. Без достатнього рівня правопорядку неможливо досягнути високих темпів розвитку фондового ринку.

Підсилення потребує контроль за емітентами, які торгують своїми цінними паперами, що дасть змогу підвищити якість активів. Крім того, доцільним є збільшення кількості інструментів для інвестування, що будуть доступними для інститутів спільного інвестування.

Надзвичайно важливим є створення умов залучення коштів населення в інвестиційний процес шляхом формування довіри до ринку спільного інвестування, підвищення рівня фінансової грамотності, у тому числі через систему освіти, засоби масової інформації, різні програми, стипендії тощо.

Таким чином, вирішення висвітлених проблем дасть змогу не тільки покращити ефективність діяльності ІСІ в Україні, але й сприятиме активнішому залученню інвестиційних ресурсів для задоволення потреб національної економіки.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Клименко К.В. Інститути спільного інвестування: сутність, функції та місце в економічній системі // Ефективна економіка. – 2013. – № 3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1874>
2. Закон України «Про інститути спільного інвестування» № 2210-VIII від 16.11.2017. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5080-17>
3. Офіційний сайт Української асоціації інвестиційного бізнесу (УАІБ). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.uaib.com.ua/analituaib>
4. Галузь управління активами інституційних інвесторів у 2019 році зберігала висхідний тренд. Офіційний сайт FinPost. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://finpost.com.ua/news/17555>
5. Офіційний сайт КУА «ОЛІМП». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kua-olimp.com.ua/about/find-out/>
6. Даніленкова І.М. Проблеми розвитку та функціонування інститутів спільного інвестування в Україні. Стратегічні орієнтири. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://libfor.com/index.php?newsid=3222>

*Дядюра К. В.  
студентка*

*Донецького національного університету економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського  
Науковий керівник: Янковський В. А.  
асистент кафедри фінансів та банківської справи  
Донецького національного університету економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського  
м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна*

## **ДЕФІЦИТ БЮДЖЕТУ: СУТНІСНА СКЛАДОВА, ГОЛОВНІ ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ В УКРАЇНІ**

На сьогодні державний бюджет відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку держави, його показники визначають фінансовий стан і значною мірою рівень суспільного добробуту, а проблеми які виникають під час його формування, належать до найосновніших з погляду економічної безпеки.

Під час формування ринкової економіки соціально орієнтованого типу найчастіше супроводжується незбалансованістю державного бюджету країни, що має негативні фінансові та соціально-економічні ефекти. Незважаючи на це в Україні не сформовано вдалу стратегію розвитку та механізм, за допомогою якого можливе було б вирішення основних економічних проблем.

Особливе значення у дослідженні бюджетної незбалансованості займають такі вчені, як В. Андрущенко, С. Буковинський, О. Василик, В. Геєць, О. Кириленко, В. Опарін, В. Суторміна, В. Федосова, С. Юрій та багато інших.

Не зважаючи на значну кількість публікацій з даної проблеми, необхідним та актуальним є дослідження економічної сутності дефіциту бюджету, а також визначення основних причин та наслідків бюджетного дефіциту України.

Бюджетний дефіцит – це перевищення видаткової частини державного бюджету над дохідною. Є однією з основних причин інфляції, відбувається скорочення надходжень до бюджету, зростають видатки з бюджету спричиняється економічна нестабільність [1].

Він притаманний бюджетам більшості країн світу. Величина бюджетного дефіциту коливається від 2 до 15% ВВП при середньо-світовій величині 4,5%. Вважається, що розмір бюджетного дефіциту, який перевищує 3% ВВП, призводить до зниження інвестиційної активності, розвитку інфляції [2].

За сучасних умов, більшість як розвинутих країн, так і країн з перехідною економікою не можуть збалансувати бюджети за доходами і видатками, а тому зводять його з дефіцитом.

Сучасна фінансова наука передбачає класифікацію бюджетного дефіциту за такими ознаками:

1. За строком виникнення розрізняють плановий і звітний бюджетний дефіцит.

Плановий дефіцит – затверджений у законі про Державний бюджет України обсяг перевищення видатків над доходами. Звітний бюджетний дефіцит – фактичний обсяг дефіциту відповідно до річного звіту про виконання Державного бюджету України.

2. За місцем виникнення бюджетний дефіцит поділяється на зовнішній і внутрішній.

3. За формою вияву розрізняють відкритий, прихований.

4. За причинами виникнення бюджетний дефіцит буває вимушеним і невимушеним.

5. За напрямками дефіцитного фінансування розрізняють активний і пасивний бюджетний дефіцит.

6. За строками дії бюджетний дефіцит поділяється на стійкий і тимчасовий.

7. За зв'язком із державним боргом розрізняють первинний та операційний бюджетний дефіцит [2].

Загальні причини виникнення бюджетного дефіциту та причини бюджетного дефіциту України, наведені у таблиці 1.

Таблиця 1

### Причини виникнення державного бюджетного дефіциту

Причини, які спричиняють бюджетний дефіцит взагалі	Причини, які спричиняють бюджетний дефіцит в Україні
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Низький рівень якості життя населення.</li><li>2. Соціальні, економічні кризові явища, такі як: старіння нації, соціальні проблеми, циклічні економічні коливання.</li><li>3. Незадовільна робота державних органів влади.</li><li>4. Низький рівень суспільного виробництва.</li><li>5. Великий масштаб обороту «тіньового» капіталу.</li><li>6. Різне зниження податкового навантаження або стрімке зростання бюджетній видатків.</li><li>7. Низький рівень розвитку податкової системи.</li><li>8. Великі витрати на утримання силових структур.</li><li>9. Некомпетентність керівництва держави.</li><li>10. Неможливість одержання міжнародних кредитів.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Перехідна економіка країни (від адміністративної до ринкової).</li><li>2. Досить велике фінансування державного сектору управління, законодавчої та виконавчої влади.</li><li>3. Низький рівень якості життя населення України.</li><li>4. Швидкий розвиток тіньової економіки.</li><li>5. Низький рівень розвитку податкової системи.</li></ol>

*Джерело: [1; 2]*

Зрозуміло, що повна ліквідація бюджетного дефіциту може забезпечитись лише шляхом подолання причин, які його зумовлюють. Саме тому, вплив дефіциту бюджету на державне господарство потребує теоретичних досліджень.

Вивчення дефіциту Державного бюджету України є важливим фактором виявлення позитивних та негативних чинників в національній економіці, що дасть можливість для здійснення аналізу та контролю за надходженнями та видатками бюджету

Для детального аналізу динаміки дефіциту бюджету необхідно здійснити комплексний аналіз доходів та видатків Державного бюджету України. На основі аналізу за 2016–2019 роки, можна розрахувати дефіцит державного бюджету протягом даного періоду (таблиця 2).

Таблиця 2

**Динаміка дефіциту Державного бюджету України  
у 2016–2019 роках (млн грн)**

	<b>2016</b>	<b>%</b>	<b>2017</b>	<b>%</b>	<b>2018</b>	<b>%</b>	<b>2019</b>	<b>%</b>
Доходи	616274,8	25,86	793265,0	26,59	928108,3	26,08	998278,9	25,12
Видатки	684743,4	28,73	839243,7	28,13	985842,0	27,7	1072891,5	26,99
Дефіцит бюджету (сальдо)	70130,2	2,94	47849,6	1,6	89247,9	1,66	78049,5	1,96

*Джерело: [3]*

За даними Міністерства фінансів України протягом 2016–2019 років дефіцит Державного бюджету України в 2016 році становить 70130,2 млн грн, та відношення державного дефіциту до ВВП наблизилось до граничної межі в 3% і становить 2,94%

У 2017 році дефіцит бюджету зменшився на 22280,6 млн грн, порівнюючи з 2016 і становить 47849,6 млн грн тобто 1,6% до ВВП. Відповідно до даних Міністерства фінансів України у 2018 році дефіцит Державного бюджету України становить 89247,9 млн грн, що на 41398,3 млн грн більше ніж в 2017 році, та складає 1,6% до ВВП у 2018 році. Дефіцит Державного бюджету, відповідно за даними Міністерства фінансів України, станом на 2019 рік становить 78049,5 млн грн, що на 11198,4 млн грн менше ніж за 2018 рік, відношення дефіциту до ВВП становить 1,96%.

Саме бюджетний дефіцит є найбільш складним та поширеним явищем. Дієвість бюджетної політики країни, яка має позитивно впливати на фінансову та економічну стабільність, соціальний

рівень життя населення держави, залежить саме від успішного здійснення бюджетного процесу в державі.

Бюджетний дефіцит вимагає постійного пошуку шляхів його подолання, тобто збалансування доходів і витрат бюджету.

Протягом 2016–2019 рр. державний бюджет України не виконувався як за доходами, так і за видатками, що є показником неефективної економічної та політичної ситуації у країні. За даних обставин необхідна політика уряду, яка передбачає чітку та обґрунтовану концепцію виходу з кризового стану і розробку бюджетної стратегії.

Таким чином, стандартними напрямками скорочення дефіциту бюджету є збільшення доходів бюджету, зменшення бюджетної видаткової частини, внутрішні та зовнішні запозичення. Проте необхідно враховувати позитивні і негативні заходи застосування кожного з них та виробляти ефективні заходи по стимулюванню зменшення розміру дефіциту бюджету в Україні.

#### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Горобець О.Г. Державний борг України та його вплив на розподіл валового внутрішнього продукту. *Актуальні проблеми економіки*. 2005. № 3. С. 17–19.
2. Павлова А.А. Джерела фінансування бюджетного дефіциту. *Економіст*. 2008. № 1. С. 76–80.
3. Мінфін виконання Державного бюджету України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/2018/>

*Західна О. Р.*

*доцент кафедри фінансового менеджменту  
Львівського національного університету імені Івана Франка  
м. Львів, Україна*

#### **ВИДАТКОВІ ПОВНОВАЖЕННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕФОРМИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ**

У рамках реалізації основного етапу децентралізації державної влади та реформи місцевого самоврядування завершується процес формування адміністративно-територіального устрою базового та

субрегіонального рівня. 2020 рік став ключовим у питанні формування базового рівня місцевого самоврядування: більшість існуючих малочисельних місцевих рад об'єднуються, стануть спроможними перебрати на себе більшість повноважень, належним чином використовувати ресурси і нести відповідальність за свої дії чи бездіяльність перед людьми та державою. Це сприятиме прискоренню реформ у сфері охорони здоров'я, освіти, культури, соціальних послуг, енергоефективності та інших секторах. Мета реформи місцевого самоврядування передусім полягала у забезпеченні його спроможності самостійно, за рахунок власних ресурсів, вирішувати питання місцевого значення. Територіальні громади наділяються більшими ресурсами та відбувається мобілізація їхніх внутрішніх резервів.

Розподіл повноважень згідно з принципом субсидіарності – це один з головних принципів децентралізації, відповідно до якого найбільше повноважень мають мати ті органи влади, які є найближчими до людей, і на рівні яких вирішення завдань та надання послуг є найбільш ефективним та найменш ресурсовитратним. Концепцією передбачено закріплення за громадами найбільшого переліку повноважень. Органи місцевого самоврядування отримують необхідні кадрові та фінансові ресурси та інфраструктурний потенціал для належного виконання повноважень (таблиця 1).

Також в об'єднаних громадах мешканці мають бути забезпечені послугами, що надаються органами державної влади:

- виплата пенсій, субсидій, забезпечення пільгами;
- казначейське обслуговування;
- реєстрація актів цивільного стану;
- контроль санітарного та епізоотичного стану.

Однак, одним з недоліків децентралізації є те, що місцевим органам влади передаються деякі повноваження, але при цьому не передбачається достатнє для їх реалізації фінансування. Основним проблемним питанням є передача місцевим бюджетам витратних повноважень без передачі додаткового фінансового ресурсу. Попри значне зростання доходів місцевих бюджетів, у деяких ОТГ цих коштів не достатньо, щоб покрити всі витрати на утримання соціальної інфраструктури (шкіл, медичних закладів тощо) (рис. 1).

Тож нагальним для голів ОТГ залишається вирішення питання фінансування освіти й медицини.

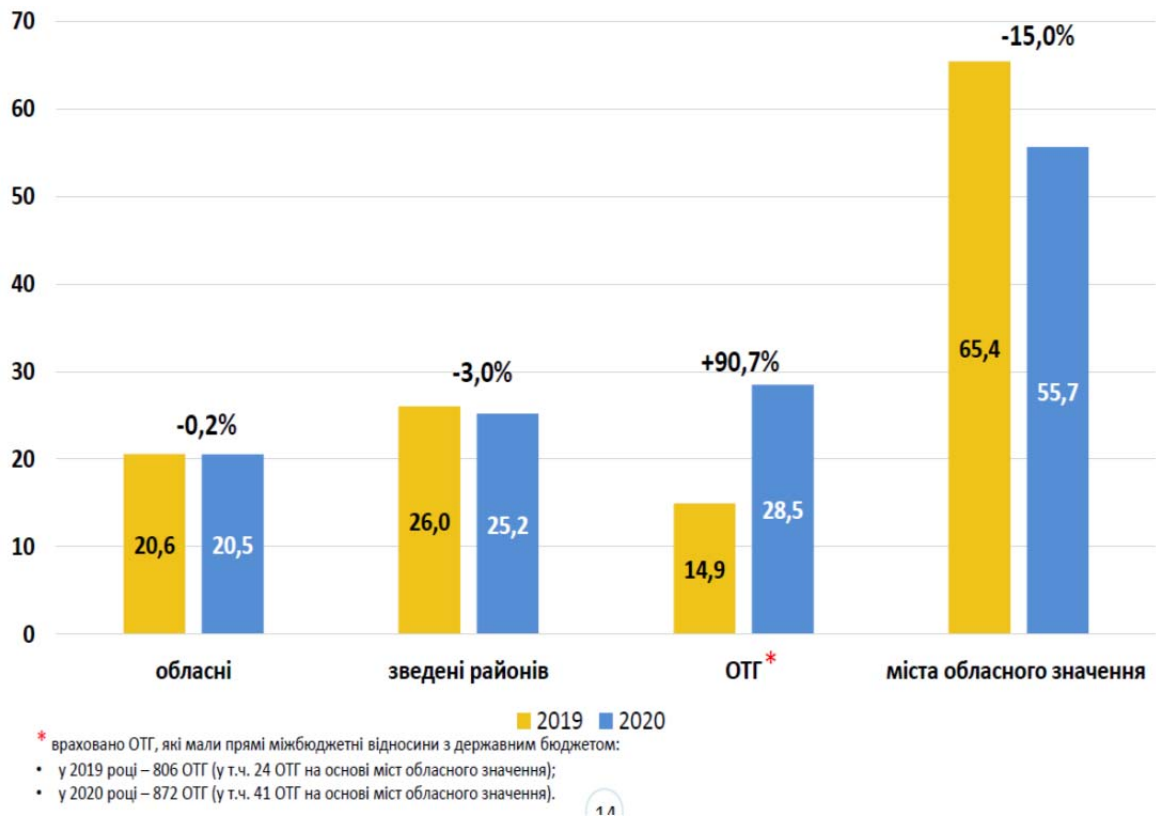
Таблиця 1

**Повноваження, що отримають ОТГ [1]**

<b>Власні повноваження</b>	<b>Делеговані повноваження</b>
– планування розвитку громади та формування бюджету	– соціальна допомога через територіальні центри (в громадах)
– управління земельними ресурсами, надання дозволів на будівництво, прийняття будівель в експлуатацію	– управління школами та дитсадками
– надання житлово-комунальних послуг (теплопостачання і водовідведення, управління відходами, утримання об'єктів комунальної власності)	– утримання та організація роботи будинків культури, клубів, бібліотек, стадіонів, спортивних майданчиків
– організація пасажирських перевезень на території громади	– адміністративні послуги через центри їх надання (в громадах)
– пожежна охорона	– первинна медична допомога
– економічний розвиток, залучення інвестицій, розвиток підприємництва	
– розвиток місцевої інфраструктури: утримання та будівництво доріг; водо-, тепло-, газопостачання, водовідведення та благоустрою території	
– утримання вулиць і доріг на території громади	
– контроль виконання рішень ради та громадська безпека силами муніципальної варти	

Також на місцевий рівень передано декілька нових видаткових повноважень. Це видатки по загальноосвітніх закладах (крім видатків на оплату праці з нарахуваннями педагогічним працівникам), видатки закладів охорони здоров'я на оплату комунальних послуг і енергоносіїв, а також субвенція з державного бюджету на пільги з послуг зв'язку та інші передбачені законодавством пільги, законодавчо замінені ресурсом місцевих бюджетів.





**Рис. 1. Надходження доходів загального фонду місцевих бюджетів [2]**

Децентралізація передбачає передачу місцевій владі деяких адміністративних послуг без передачі приміщень, де могли б працювати відповідні фахівці, а також матеріально-технічної бази, необхідної для здійснення таких послуг [3].

Виходячи з наведеного внаслідок передачі видаткових повноважень з державного бюджету на місцевий рівень спостерігатиметься зменшення обсягу фінансового ресурсу, який був переданий на початку реформи в 2015 р., для виконання повноважень у сфері розвитку міської інфраструктури, насамперед житлово-комунального господарства й доріг. Українське ж законодавство, починаючи з Бюджетного кодексу, Закону України «Про місцеве самоврядування», чітко передбачає, що всі повноваження мають бути забезпечені фінансовим ресурсом, бо в економіці не працює нічого, якщо на це немає коштів. Стаття 140 Конституції змушує голів територіальних громад діяти виключно в рамках закону. Місцеве самоврядування здійснюється територіальною громадою в порядку, встановленому законом, як

безпосередньо, так і через органи місцевого самоврядування: сільські, селищні, міські ради та їхні виконавчі органи.

Безумовно, фінансова децентралізація є життєво необхідною умовою для того, щоб місцеві громади могли розв'язувати ряд проблем, на які до того просто не було відповідного фінансового ресурсу. Ідеться перш за все про так званий бюджет розвитку, який минулі роки становив мізерну частину від усіх витрат. Саме за ці кошти фінансуються капітальні витрати, ремонтуються дороги, зводяться важливі об'єкти. Однак для реалізації переданих державою повноважень доводиться платити, тому з формальної точки зору все це втрати бюджету, які нічим не перекриваються. Тому очевидно, що висновки щодо наповнення місцевих бюджетів зумовлять подальші новації в бюджетному й податковому законодавствах України.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Формування спроможних територіальних громад практичний посібник : Асоціація міст України. URL: <http://auc.org.ua/sites/default/files/library/posibnyk.tergrweb.pdf>
2. Моніторинг процесу децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/593/Моніторинг10.09.2020.pdf>
3. Бюджети місцевих рад: надходження і видатки в процесі реалізації реформи з децентралізації. URL: [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3007:chi-virishit-detsentralizatsiya-finansovi-problemi-mistsevoji-vladi&catid=8:golovni-temi&Itemid=350](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3007:chi-virishit-detsentralizatsiya-finansovi-problemi-mistsevoji-vladi&catid=8:golovni-temi&Itemid=350)

*Марюха Є. В.*

*магістрант*

*Сумського національного аграрного університету*

*м. Суми, Україна*

### **МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасні підприємства постійно стикаються з проблемами нестачі фінансових ресурсів для ведення безперервної господарської своєї діяльності, їх високою вартістю і важкодоступністю,

які перешкоджають модернізації виробничої бази і впровадженню новітніх технологій, що так необхідні для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Більшість підприємств нехтує методичними розробками в системі управління фінансовими ресурсами, зокрема при виборі ефективних і доступних джерел залучення фінансових ресурсів, що призводить до погіршення фінансових результатів їх діяльності. Адже доведено на практиці, що значну роль в утворенні фінансових ресурсів відіграють методи їх формування. Ліснічук О.А. зазначає, що «в сучасних умовах існує необхідність максимально ефективного управління фінансовими ресурсами, яке, у свою чергу, прямо залежить від обґрунтованості застосовуваних методів управління. При цьому розвиток фінансового управління в Україні зумовлює необхідність розширення переліку, методів управління, які можна застосовувати на практиці з урахуванням особливостей управління фінансовими ресурсами в умовах українського сьогодення» [1].

При цьому в умовах вільного прийняття рішень, підприємства наділені великими правами щодо їх вибору. До таких методів можна віднести:

- оптимізація витрат підприємства на основі їх розподілу на змінні і постійні та аналізу взаємозв'язку «витрати – виручка – прибуток»;
- оптимізація розподілу прибутку і вибір найбільш ефективної дивідендної політики (для акціонерних товариств);
- оптимізація структури майна і джерел їх формування з метою запобігання створенню негативної структури балансу;
- більш широке запровадження позик шляхом випуску і розміщення облігацій, отримання комерційних кредитів, вексельного обігу з метою оптимізації джерел утворення фінансових ресурсів;
- розробка і реалізація стратегічної фінансової політики підприємства.

Вважаємо за доцільне віднести до методів формування фінансових ресурсів також податкове і фінансове планування. За допомогою цих методів реалізуються функції фінансових ресурсів, виявляється їх сутність. Особливе значення методи податкового планування мають при здійсненні функції відтворення, розвитку підприємства, тому що ці методи сприяють збільшенню

чистого прибутку і можливостей підприємства для здійснення інвестиційної діяльності. У цьому підході інтереси держави і підприємства співпадають, тому що першочерговим завданням держави і підприємств в Україні, як і раніше, залишається зміцнення фінансів підприємств. За рахунок перерозподілу фінансових ресурсів підприємств формується переважна частина державних фінансових ресурсів України. Це формування здійснюється шляхом податкових та інших відрахувань підприємств до державного та місцевих бюджетів, зборів та відрахувань у державні цільові позабюджетні фонди тощо. На цій основі відбувається стабілізація фінансів держави.

Для подолання негативних явищ, що є наслідком недостатнього рівня фінансування, на підприємствах повинна розроблятися політика формування фінансових ресурсів у такій послідовності:

- визначення загальної потреби у фінансових ресурсах;
- розрахунок податкового навантаження на окремі групи фінансових ресурсів;
- виявлення можливостей зниження податкового навантаження для кожної групи фінансових ресурсів;
- максимізація обсягу залучення фінансових ресурсів за рахунок внутрішніх джерел;
- забезпечення необхідного обсягу залучення фінансових ресурсів із зовнішніх джерел;
- оптимізація співвідношення внутрішніх і зовнішніх джерел формування фінансових ресурсів.

Потребу у фінансових ресурсах пропонуємо визначати за формулою:

$$P_{\phi p} = \Delta A_p - \Delta K Z_p + I_A, \quad (1)$$

де  $P_{\phi p}$  – потреба у фінансових ресурсах для забезпечення виробничого розвитку суб'єкта господарювання у плановому періоді, тис. грн;

$\Delta A_p$  – приріст активів підприємства, які змінюються у зв'язку із змінами обсягу реалізації, тис. грн. Показник визначається шляхом добутку обсягу приросту реалізації в плановому періоді на коефіцієнт еластичності зміни активів у залежності від приросту продукції;

$\Delta KZ_p$  – приріст поточної кредиторської заборгованості підприємства, який змінюється у зв'язку із змінами обсягу реалізації продукції, тис. грн. Приріст можна визначити шляхом множення обсягу приросту реалізації продукції у плановому періоді на коефіцієнт еластичності зміни кредиторської заборгованості в залежності від приросту продукції;

$I_A$  – обсяг інвестицій в активи, які не пов'язані із забезпеченням приросту реалізації продукції в плановому періоді, тис. грн.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Ліснічук О.А., Добродзій Д.В. Управління фінансовими ресурсами підприємства: теоретичний аспект. *Modern Economics*. 2018. № 11. С. 94–97. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/11-2018/lisnichuk.pdf>

***Petrushka O. V.**  
Ph.D. in Economics,  
Associate Professor of Department of Finance named after S. I. Yuriy  
West Ukrainian National University  
**Shindor Y. V.**  
Student  
West Ukrainian National University  
Ternopil, Ukraine*

### **FEATURES OF FINANCIAL SUPPORT OF CITIZENS IN CASE OF UNEMPLOYMENT IN GERMANY**

Unemployment, as one of the world's economic problems today, significantly affects the material, social and professional level of the working population. The difficulties caused by job losses are common to all countries of the world and depend on a number of factors: economic, political, social, etc. Unemployment benefits are one of the measures of social support of citizens by the state. Such social benefits are twofold, as on the one hand they replace lost earnings, and on the other one they contribute to state regulation of labor resources. In addition, unemployment benefits have a negative impact on work motivation and contribute to the growth of unemployment on the one hand, and on the

other one the financial incentives provided by the social insurance system for unemployment promotes employment and labor market development.

If we talk about the European model of employment, its characteristic feature is that it is focused on reducing the number of employment by increasing productivity and increasing the income level of working citizens [1, p. 57].

For example, unemployment benefits in Germany are paid by the Federal Labor Agency, whose budget is formed by the social contributions of both employers and employees. Unemployment insurance is compulsory for all employees with an income of at least 450 euros per month. The amount of insurance premium for working Germans in 2020 is 2,4% of accrued wages. The peculiarity of the social insurance system in this country is that the amount and period of unemployment benefits depends on the age of the insured, the period of payment of the latter contributions and his marital status. Thus, insured persons who have lost their jobs after the age of 55 and have been deducting social security contributions for at least 3 years can claim the maximum period of unemployment benefits – at least 2 years. In addition, dependent children may claim a higher amount of material support due to job loss than married couples without children: 67% and 60% of previous income, respectively. The government has set a limit on the minimum and maximum amount of unemployment benefits – not less than 374 euros and not more than 919 euros per month [2, p. 55–58]. During the period when the insured receives unemployment benefits, the employment center pays contributions to the compulsory health and pension insurance. Working citizens of Germany are not only a factor of production, but also share with employers social and corporate responsibilities. The role of the state in this tandem is reduced to a mediator and coordinator to achieve social justice for economic efficiency in society.

## **REFERENCES:**

1. Bezusiy V.V. To study foreign experience in the field of employment. *Law Forum*. 2010. No. 4, pp. 54–57.
2. Carter J., Bedar M., Bista S. (2014) Comparative analysis of the unemployment insurance system and employment insurance in Asia and the world. *Decent Work Technical Support Unit and ILO Office for Eastern Europe and Central Asia*. Moscow: ILO, 102 p.

*Самошкіна І. Д.*  
*доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування*  
*Сумського національного аграрного університету*  
*Голобородов А. А.*  
*магістрант*  
*Сумського національного аграрного університету*  
*м. Суми, Україна*

## **ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

Хімічна індустрія є одним із ключових експортоорієнтованих секторів національної економіки. З урахуванням посилення процесів глобалізації, а отже, конкуренції на світовому ринку хімічної продукції цей сектор потребує поглиблених досліджень. Зокрема, актуальною є необхідність розробки і впровадження нової моделі розвитку вітчизняної хімічної промисловості.

Хімічна індустрія належить до основних сегментів світової промисловості. Це система виробництв, яка включає синтез речовин із певними властивостями на основі мінеральної, органічної та іншої сировини шляхом її хімічної переробки. Виготовляючи продукцію проміжного споживання (сировину і напівфабрикати) для всіх секторів економіки, сучасна хімічна промисловість багато в чому визначає рівень їх конкурентоспроможності, а також динаміку розвитку, характер і напрями інноваційних процесів. З іншого боку, широкий асортимент побутової хімічної продукції підтверджує її вагомість на споживчому ринку [1].

Структура виробництва хімічних речовин і хімічної продукції в Україні впродовж останніх 5 років не змінила свого сировинного спрямування, оскільки в ній надалі домінують основна хімічна продукція, добрива й азотні сполуки, пластмаси і синтетичні каучуки в первинних формах. Незначні зміни в цій структурі стали наслідком збільшення виробництва лакофарбової та іншої хімічної продукції, передусім споживчого призначення.

Аналіз функціонування потенціалу доцільно проводити виходячи зі специфіки підприємства та функціональних областей, які можливо виділити в його внутрішній структурі.

Як і для багатьох великих підприємств, для підприємств хімічної галузі характерні такі функціональні області, як маркетинг, виробництво, фінанси, інформація, інфраструктура, кадри, управління. У рамках кожної функціональної області формується свій внутрішній потенціал, тому аналіз можливо проводити за такими складовими: виробничий потенціал, інноваційний потенціал, фінансовий потенціал, потенціал відтворення, інформаційний потенціал, інфраструктурний потенціал, науково-технічний потенціал, маркетинговий потенціал, потенціал організаційної структури управління, кадровий потенціал, управлінський потенціал.

Виробничий потенціал характеризує наявні та приховані можливості підприємства з випуску максимально можливого обсягу продукції (послуг) на базі наявних у його розпорядженні факторів виробництва. Найбільш вагомими ресурсними складовими виробничого потенціалу є фондовий потенціал; потенціал оборотних фондів; потенціал нематеріальних активів. Фондовий потенціал характеризує наявні та скриті можливості засобів праці, які формують виробничу потужність підприємства [2, с. 32].

В умовах обмеженості інвестиційних ресурсів, вирішення проблеми технічного розвитку підприємств бачиться, насамперед, у техніко-технологічному переоснащенні підприємств, шляхом часткового вдосконалення конструкцій та заміні застарілого устаткування (машин, обладнання, та ін.), оновлення технологій виробництва, тобто шляхом модернізації. Модернізація дає змогу загальмувати процес морального і фізичного зносу обладнання та забезпечує високу ефективність виробництва за менші кошти, порівняно з новим будівництвом аналогічних виробництв.

Фінансовий потенціал є ключовим важелем, який формує механізм динамічної трансформації ресурсів у результати господарської діяльності підприємства. На сучасному етапі вирішення багатьох економічних проблем підприємствами стає можливим за умов підвищення ефективності використання наявних ресурсів.

В узагальнюючому вигляді потенціал розглядають як засоби, запаси та джерела, які є в наявності та можуть бути мобілізовані для досягнення визначеної мети, виконання виробничої програми і розв'язання існуючих проблем.



Потенціал підприємства свідчить не тільки про наявність можливостей реалізації сформульованих завдань, а й про використання цих можливостей для досягнення визначеної мети [3]. Інформаційний пошук показав, що існують різні підходи до визначення поняття «потенціал підприємства» та виокремлення його видів. Так, ресурсний потенціал можна розглядати як сукупність матеріальних і нематеріальних ресурсів (виробничих та управлінських), достатній рівень яких сприяє досягненню визначених цілей, а недостатній унеможливорює таке досягнення. Функціональний і ресурсно-функціональний потенціал трактують як поєднання ресурсів та можливостей, що підпорядковуються цільовій спрямованості підприємства. Ототожнення цього поняття тільки з сукупністю або можливостей, або спроможностей, або ресурсів не є коректним; при дослідженні потенціалу підприємства потрібно враховувати інші процеси, що відбуваються на ньому.

Серед складових фінансового потенціалу важливе місце відводиться організаційному потенціалу, який характеризується спроможністю забезпечити стійке положення підприємства на ринку та реалізацію визначеної загальної стратегії підприємства. Цей потенціал визначається рівнем прогресивності підприємства (упровадженням науково-технічних розробок та інновацій) та його організаційною структурою.

Маркетинговий потенціал пов'язаний зі здатністю підприємства ефективно виявляти, формувати і задовольняти потреби споживачів. У складі маркетингового потенціалу окремо виділяють таку складову, як логістичний потенціал (логістика постачання, логістика виробництва, логістика розподілу чи збуту; логістика персоналу; логістика матеріалів та готових товарів; логістика енергетичних й інформаційних потоків). Останній можна визначити як функціональну спроможність системно інтегрованих підрозділів, які охоплюють усі види діяльності з пересування у просторі та руху в часі: персоналу – перевезення співробітників, їх розміщення; переміщення матеріалів і готових виробів згідно з часовим графіком роботи – транспортування, складування, збереження, сортування та перерозподіл енергетичних та інформаційних потоків.

Таким чином, дослідження потенціалу підприємств хімічної промисловості показало, що процеси формування та використання

складових потенціалу мають галузеву специфіку. Суспільно-політичні, інституційні та організаційно-економічні проблеми, які існують сьогодні в галузі, гальмують процеси відтворення та розвитку потенціалу підприємств і визначають певні методи управління.

Перспективи покращення стану підприємств хімічної промисловості України слід пов'язувати з її перетворенням на повноцінного учасника глобальних ланцюжків доданої вартості, а не на постачальника сировини та продуктів низького ступеня переробки. Для цього потрібно цілеспрямовано нарощувати інноваційний потенціал галузі, переходити на енергозберігаючі чисті технології, в тому числі на основі «зеленої» хімії, розширювати номенклатуру готової кінцевої продукції за рахунок малотоннажної хімії (синтетичні лікарські речовини, хімічні реактиви, фотоматеріали, барвники тощо) як найперспективнішої високорентабельної та менш енерго- та ресурсомісткої підгалузі хімічного комплексу [4].

Враховуючи тісні міжгалузеві зв'язки хімічної галузі, це потребує реалізації активної, послідовної та передбачуваної промислової політики, спрямованої на створення сприятливого середовища для розвитку національної промисловості в цілому шляхом реалізації системних (а не селективних) заходів щодо підтримки структурних зрушень, стимулювання інноваційно-інвестиційної активності, підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств.

Економічний потенціал підприємства характеризує максимально можливий обсяг виробництва матеріальних благ і послуг в умовах, що забезпечують найбільш ефективне використання за часом і продуктивністю наявних економічних ресурсів [5, с. 146].

Отже, вирішення питань подальшого технічного розвитку, яке є першочерговим завданням для підприємств хімічної промисловості, можливо на засадах приватно-державного партнерства. Останнє здатне забезпечити дієві механізми оновлення й модернізації виробництва для гальмування морального і фізичного зносу обладнання та підвищити у короткостроковій перспективі ефективність виробництва за менші кошти.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бова В.А. Сутність фінансового потенціалу підприємства. Збірник наукових праць молодих вчених факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. І. Сікорського. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2017. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102585/97661>.
2. Куліш Г.П., Чепка В.В. Фінансовий потенціал підприємства та його роль в умовах нестабільності економіки. *Статистика України*. 2017. № 1. С. 29–35.
3. Угода про співробітництво у галузі хімії і нафтохімії. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/go/997\\_390](https://zakon.rada.gov.ua/go/997_390)
4. Підоричева І.І. Американські гірки хімічної галузі. *Вісник «Офіційно про податки»*. № 3–4. 2017. URL: [www.visnuk.com.ua/ru/100005821-amerikanski-girki-khimichnoyi-galuzi](http://www.visnuk.com.ua/ru/100005821-amerikanski-girki-khimichnoyi-galuzi)
5. Шевцова Г.З., Браславська О.В. Особливості сучасного потенціалу підприємств хімічної промисловості України. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2014. № 4. С. 140–146.

**Sydorchuk A. A.**

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
Western Ukrainian National University  
Ternopil, Ukraine*

## THE IMPACT OF CHANGES IN THE INSURANCE FEES ON THE NUMBER OF FINANCIAL RESOURCES OF STATE SOCIAL INSURANCE

The purpose of the thesis is to consider the impact of state social insurance fees on the result indicator – the number of the financial resources of the state social insurance. The multifactor correlation-regression analysis evaluates the degree of influence on the studied result indicator of each of the factors introduced by us in the model at a fixed and average level of other factors.

The calculation of the parameters of the linear two-factor regression equation is given using the equation [1, p. 120]:

$$y_x = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2, \quad (1)$$

where  $y_x$  – calculated values of the result function;

$x_1, x_2$  – factor features;

$a_0, a_1, a_2$  – equation parameters that can be calculated by least squares by solving a system of normal equations [2, p. 78]:

$$\begin{cases} \sum y = na_0 + a_1 \sum x_1 + a_2 \sum x_2, \\ \sum y x_1 = a_0 \sum x_1 + a_1 \sum x_1^2 + a_2 \sum x_1 x_2, \\ \sum y x_2 = a_0 \sum x_2 + a_1 \sum x_1 x_2 + a_2 \sum x_2^2. \end{cases} \quad (2)$$

Model 1 shows the indicators of the wage fund in the economy, the rates of insurance fees for state social insurance and the number of financial resources of state social insurance for 2012–2018.

Model 1

**Dynamics of indicators of the wage fund in the economy,  
the rates of insurance fees for state social insurance  
for 2012–2018 and their impact on the number  
of financial resources of state social insurance <sup>1</sup>**

Year	The wage fund in the economy, billion UAH, $x_1$	The rates of insurance fees for state social insurance, %, $x_2$	The number of financial resources of state social insurance, billion UAH, $y_x$	Control $y_x = -131,373$ $+ 0,174x_1$ $+ 5,217x_2$
2012	705,8	37,5	188,6	187,152
2013	730,7	37,5	194,6	191,504
2014	734,9	37,5	193,9	192,200
2015	777,6	37,5	193,4	199,685
2016	873,8	22,0	134,2	135,535
2017	1170,7	22,0	188,8	187,235
2018	1472,3	22,0	239,4	239,630
Total	6465,8	216,0	1332,9	1332,9
The average value for 2012–2018				
	923,857	30,857	190,42	

<sup>1</sup> Calculated by the author based on data sources [3, p. 6]

The desired relationship equation, which determines the dependence of the resultant factor on two factorial features, will look like this:

$$y_x = -131,373 + 0,174x_1 + 5,217x_2.$$

Thus, with the increase of the wage fund by UAH 1 billion financial resources of the state social insurance increase by 0,174 units, and with

an increase in the average rate of insurance fees for state social insurance by 1%, the volume of such resources increases by 5,217 units.

Substituting the values of  $x_1$  and  $x_2$  into the equation, we obtain the corresponding values of the variable average, which reproduce the values of the actual levels of financial resources of state social insurance. This indicates the correct choice of the form of mathematical expression of the correlation between the three studied features.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Вашків П.Г., Пастер П.І., Сторожук В.П., Ткач Є.І. Статистика підприємництва. Київ : Слобожанщина, 1999. С. 120.
2. Общая теория статистики / А.А.Спирин, О.Э. Башина и др. ; под ред. А.А. Спирина, О.Э. Башиной. Москва : Финансы и статистика, 1995. С. 78.
3. Бюджет Пенсійного фонду України за період 2012–2018 рр. *Пенсійний фонд України*. URL: <https://www.pfu.gov.ua/> (дата звернення: 30.08.2020).
4. Звіт про діяльність та виконання бюджету Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття у 2012–2018 рр. *Виконавча дирекція Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття України*. URL: <https://www.dcz.gov.ua/> (дата звернення: 12.09.2020).
5. Інформація про виконання бюджету Фонду соціального страхування 2012–2018 роки. *Фонд соціального страхування України*. URL: <http://www.fssu.gov.ua/fse/control/main/uk/index> (дата звернення: 24.09.2020).
6. Валовий внутрішній продукт. *Державний комітет статистики України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 25.09.2020).

**Фатюха Н. Г.**

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

**Тертиця О. А.**

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

## **РОЛЬ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ**

На сьогоднішній день питання децентралізації бюджетної системи та посилення ролі автономії місцевих бюджетів в Україні набуває все більшого значення. Тенденція підготовки до вступу України до Європейського співтовариства потребують підвищення ефективності механізмів державного управління, зокрема пошуку нових підходів щодо успішного функціонування бюджетної системи.

Однією з найважливіших умов функціонування органів місцевої влади є фінансова децентралізація. Адже процеси управління підконтрольною територією потребують від органів місцевої влади оперативного прийняття управлінських рішень, що лежить в основі ефективного управління.

Посилення ролі місцевих бюджетів у процесі реалізації економічного та соціального управління являється важливим чинником подальшого розвитку країни. Визначальним питанням є децентралізація в розрізі фіскальної системи, що зумовлено посиленням актуальності питання формування доходів місцевих бюджетів і використання їхніх коштів. Адже забезпечення органів місцевого самоврядування стабільними надходженнями фінансових ресурсів, – запорука впровадження ефективної та дієздатної політики місцевої влади та економічної самостійності. Наявність економічної самостійності місцевих органів самоврядування дозволяє розвивати фінансовий потенціал регіону, що в свою чергу розширює можливості у задоволенні потреб населення.

Місцеві бюджети – це фонди фінансових ресурсів, що мобілізуються й витрачаються на відповідній території. Система місцевих бюджетів є в усіх країнах світу. Проте її розвиток і функції зумовлені низкою національних, політичних, економічних та інших факторів. Найбільший вплив мають економічні та політичні фактори [1].

Бюджетна система України, відповідно до статті 5 Бюджетного кодексу України, складається з державного бюджету та місцевих бюджетів. Місцевими бюджетами є бюджет Автономної Республіки Крим, обласні, районні бюджети та бюджети місцевого самоврядування. Бюджетами місцевого самоврядування є бюджети територіальних громад сіл, їх об'єднань, селищ, міст (у тому числі районів у містах), бюджети об'єднаних територіальних громад.

Місцеві бюджети це такі фонди грошово-фінансових ресурсів, які знаходяться в розпорядженні місцевих рад народних депутатів та органів місцевого й регіонального самоврядування. Кількість місцевих бюджетів України станом на 10.04.2020 (Наказ Міністерства фінансів України від 10 квітня 2020 року № 152) нараховується 8838 [2].

Відповідно до ст. 143 Конституції України обласні та районні ради затверджують програми соціально-економічного та культурного розвитку відповідних областей і районів та контролюють їх виконання; затверджують районні і обласні бюджети, які формуються з коштів державного бюджету для їх відповідного розподілу між територіальними громадами або для виконання спільних проектів та з коштів, залучених на договірних засадах з місцевих бюджетів для реалізації спільних соціально-економічних і культурних програм, та контролюють їх виконання; вирішують інші питання, віднесені законом до їхньої компетенції [3].

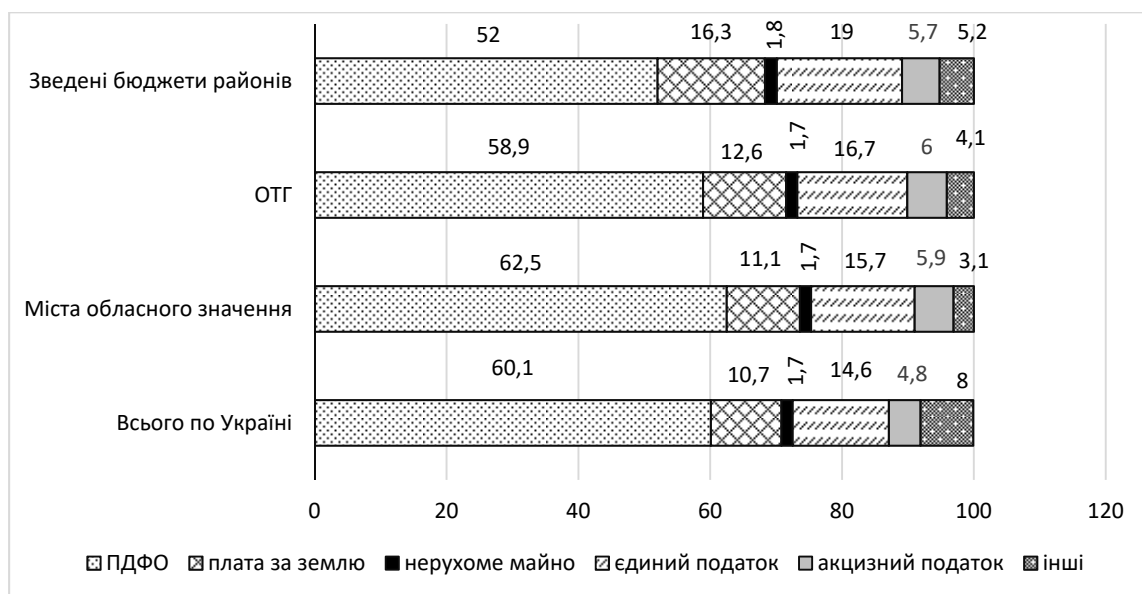
Тобто, власні доходи не мають чіткого визначення згідно ст. 143 Конституції України. Органам місцевого самоврядування можуть надаватися законом окремі повноваження органів виконавчої влади. Держава фінансує здійснення цих повноважень у повному обсязі за рахунок коштів Державного бюджету України або шляхом віднесення до місцевого бюджету у встановленому законом порядку окремих загальнодержавних податків, передає

органам місцевого самоврядування відповідні об'єкти державної власності [4].

Згідно податкового кодексу України доходи місцевих бюджетів можна поділити на:

- податкові надходження;
- неподаткові надходження, орендна плата, держмити, штрафи;
- інші надходження.

Станом на 25.05.20 на підставі даних Міністерства фінансів України, Державної казначейської служби України, Державної статистичної служби України, веб-портал [openbudget.gov.ua](http://openbudget.gov.ua) опублікував дані щодо структури місцевих бюджетів України за 1 квартал 2020-го року [5] (рис. 1).



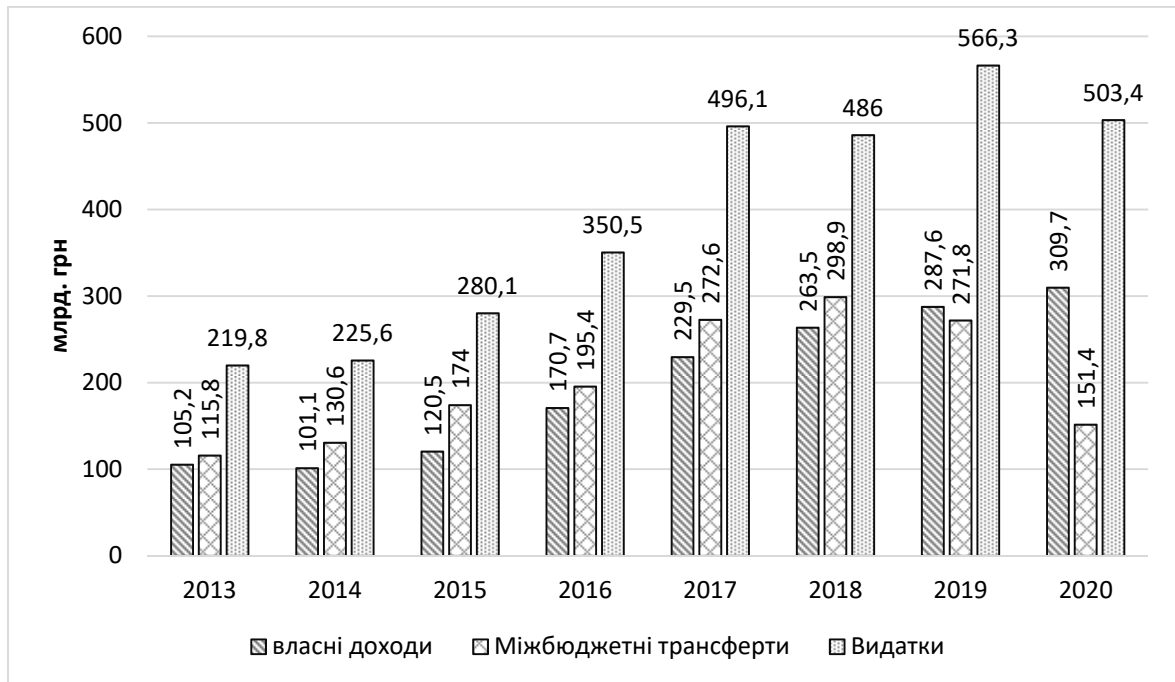
**Рис. 1. Структура доходів загального фонду місцевих бюджетів (без трансфертів з державного бюджету) за I квартал 2020 року, %**

Як видно з діаграми, найбільшу масову частку у структурі доходів місцевих бюджетів складають доходи від податку на прибуток фізичних осіб. За попередніми даними, за січень-квітень 2020 року надходження ПДФО склали 53,7 млрд грн, що на 4,3 млрд грн або на 8,7% більше 2019 року [5].

Фінансування видатків місцевих бюджетів, а саме видатки на економічний та соціально-культурний розвиток, такі як видатки на утримання шкіл, дитячих садків, лікарень, стипендії для студентів,



пільговий проїзд, комунальне обслуговування тощо, здійснюються за рахунок фінансових ресурсів дохідної частини місцевих бюджетів (власних доходів і переданих з держбюджету коштів) (рис. 2).



**Рис. 2. Доходи і видатки місцевих бюджетів**

*Джерело: побудовано самостійно за даними [2]*

Реформа децентралізації дозволила суттєво наростити доходну частину місцевих бюджетів. Однак, одночасно фінансування більшої частини видатків, пов'язаних з життям територіальних громад, тепер здійснюється за рахунок їхніх бюджетів [2].

Для розвитку місцевих бюджетів територіальних громад в Україні потрібно посилити фінансову незалежність цих бюджетів.

Кроки до посилення фінансової незалежності місцевих бюджетів можуть бути наступними: включення податку на прибуток комунальних підприємств, податку на землю, плату за торговий патент на підприємницьку діяльність, єдиний податок для суб'єктів малого підприємництва до дохідної частини місцевих бюджетів; збільшення надходжень до місцевих бюджетів, за рахунок запровадження податку на нерухомість та розкіш (багатство) для фізичних осіб та включення цих податків до бюджетів територіальних громад.

У той же час закріплення певної частини загальнодержавних податків на рівні бюджетів територіальних громад може стати ще

одним джерелом надходжень місцевих бюджетів. До цієї частини можна віднести такі податки : акцизний збір з вітчизняних товарів, податок на прибуток та ПДВ.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Карамушка Л.І. Видатки бюджетів місцевого самоврядування у системі міжбюджетних відносин // Економічний вісник університету. – 2015. – Вип. 24 (1). – С. 123–128.
2. Державний веб-портал бюджету для громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://openbudget.gov.ua/national-budget/incomes>
3. Конституція України. Розділ XI . Стаття 143. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://urist-ua.net>
4. Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України на 2019 рік». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2696-19>
4. Місцеві бюджети: дані за I квартал 2020 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/12481>

**Юдіна С. В.**

*доктор економічних наук, професор кафедри фінансів та обліку  
Дніпровського державного технічного університету  
м. Кам'янське, Дніпропетровська область, Україна*

## **ПІДСИСТЕМИ ТА РІВНІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ**

Механізм забезпечення економічної безпеки представляє собою систему взаємозв'язаних і взаємообумовлених форм, методів, законодавчих актів, а також державних та недержавних органів і організацій, покликаних створювати умови для ефективного господарювання, тобто сприяти стабільному відтворювальному процесу, як на мікро-, макро- так і мега рівні.

Сутність механізму забезпечення економічної безпеки країни полягає у попередженні, мінімізації, нейтралізації або ліквідації негативного або деструктивного впливу внутрішніх та зовнішніх факторів, небезпек та загроз з метою захисту та реалізації соціально-економічних інтересів та економічного розвитку країни.

Механізм забезпечення фінансової безпеки, будучи підпорядкованим відповідним цілям, задачам та основним принципам економічної безпеки, виступає інструментом реалізації практичних дій у сфері фінансової політики держави та являє собою певний комплекс заходів та інструментів по підтримці фінансового стану держави, в якому вона здатна до стійкого функціонування.

В узагальненому вигляді механізм забезпечення фінансової безпеки включає дві взаємозв'язані підсистеми: економічний та інституційний механізм.

Економічний механізм забезпечення фінансової безпеки – це механізм дії на практиці об'єктивних економічних законів, характерних для даної стадії розвитку суспільства, який проявляється через систему соціально-економічних, виробничих та фінансових відносин, які залежать від рівня розвитку продуктивних сил у суспільстві.

Економічний механізм забезпечення фінансової безпеки діє через економічні інтереси як усвідомлені потреби людей та складається з комплексу економічних способів, методів, важелів, нормативів, показників, за допомогою яких реалізуються об'єктивні економічні закони.

Інституційний механізм – це сукупність органів і організацій, законодавчих і нормативних актів, методів управління і регулювання економіки, що використовуються державою з метою забезпечення фінансової безпеки.

За умов історично нормального розвитку держави первинним є економічний механізм, а інституційний – його прямим продовженням і законодавчим закріпленням, але в умовах трансформації економіки інституційний механізм повинен стати рушієм створення економічного механізму.

Головною метою інституційного механізму або державного регулювання є вирішення протиріч ринкової економіки на користь стабільного розвитку всього суспільства в цілому. Існує безліч форм і методів прямого і непрямого державного регулювання економіки, яке здійснюється через інституційний механізм.

Загрози фінансовій безпеці виникають з суперечностей економічних інтересів різних суб'єктів, що взаємодіють як всередині, так

і поза соціально-економічною системою. Вони і визначають зміст і напрями діяльності по забезпеченню безпеки.

Аналіз проблем фінансової безпеки необхідно проводити, враховуючи взаємозв'язки економічних та фінансових суперечностей, загроз і втрат, до яких може приводити дія загроз.

Вирішення задач забезпечення фінансової безпеки країни повинно здійснюватися на трьох рівнях: стратегічному, тактичному, оперативному.

Стратегічний рівень забезпечення фінансової безпеки передбачає прогнозування та ліквідацію суперечностей, загроз і втрат. Фактично на стратегічному рівні повинні прийматися і реалізовуватися глобальні (з погляду національної економіки) системоутворюючі рішення реалізації державної фінансової політики.

Стратегія фінансової безпеки України повинна включати:

- основні засади формування та підтримки функціонування системи забезпечення фінансової безпеки України;
- характеристику внутрішніх і зовнішніх загроз фінансовій безпеці та моніторинг факторів, що підривають стійкість соціально-економічної системи;
- критерії та індикатори фінансової безпеки;
- характеристику національних економічних та фінансових інтересів;
- заходи та механізми державної політики щодо забезпечення фінансової безпеки на національному, регіональному і глобальному рівнях.

Тактичний рівень передбачає вирішення задач, пов'язаних з ліквідацією самих загроз або запобіганням їх дії на фінансово-економічну сферу. На тактичному рівні повинні розроблятися комплекси превентивних заходів.

На оперативному рівні фінансова безпека забезпечується шляхом попередження та ліквідації наслідків загроз. Результати вирішення задач на даному рівні є переважно комплексами оперативних заходів.

Слід зазначити, що забезпечення фінансової безпеки не здійснюється в автономному режимі, а досягається завдяки розробці та реалізації певної моделі фінансової політики, які

відповідають умовам конкретного історичного етапу розвитку суспільства.

На практиці реалізація задач державного регулювання забезпечується за допомогою різноманітних методів (економічних прийомів, форм і способів цілеспрямованої дії, фінансових інструментів).

Окремі інструменти державної фінансової політики можуть застосовуватися для різних цілей, в різних поєднаннях та різним ступенем інтенсивності. Тому, залежно від характеру цілей буде змінюватися і роль того чи іншого інструменту державного регулювання процесів забезпечення фінансової безпеки в конкретний момент часу.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Єдинак В.Ю. Фінансова безпека як головна складова забезпечення економічної безпеки країни [Текст] / В. Єдинак // Фінансова сфера та її роль у зростанні конкурентних переваг національних економік : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 12–13-бер. 2009 р. – Ірпінь : Національний університет ДПС України, 2009. – Ч. II. – С. 51–53.

## СЕКЦІЯ 6. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

**Коцераба Н. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри обліку та оподаткування  
Вінницького торговельно-економічного інституту  
Київського національного торговельно-економічного університету  
м. Вінниця, Україна*

### РИЗИКИ АУДИТУ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Рентабельність – це відносний показник інтенсивності виробництва, що характеризує рівень прибутковості (окупності) відповідних складових процесу виробництва чи сукупних витрат підприємства. Рентабельність безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку, що зумовлює особливо уважне ставлення власника до здійснення його аудиту.

Аудиторський висновок формується аудитором з урахуванням аудиторського ризику, а саме: властивого ризику, ризику невиявлення, та ризику контролю.

Властивий ризик – це всі потенційно можливі ризики, пов'язані з діяльністю підприємства, помилки та некоректності, що можуть бути допущені господарської діяльності підприємства.

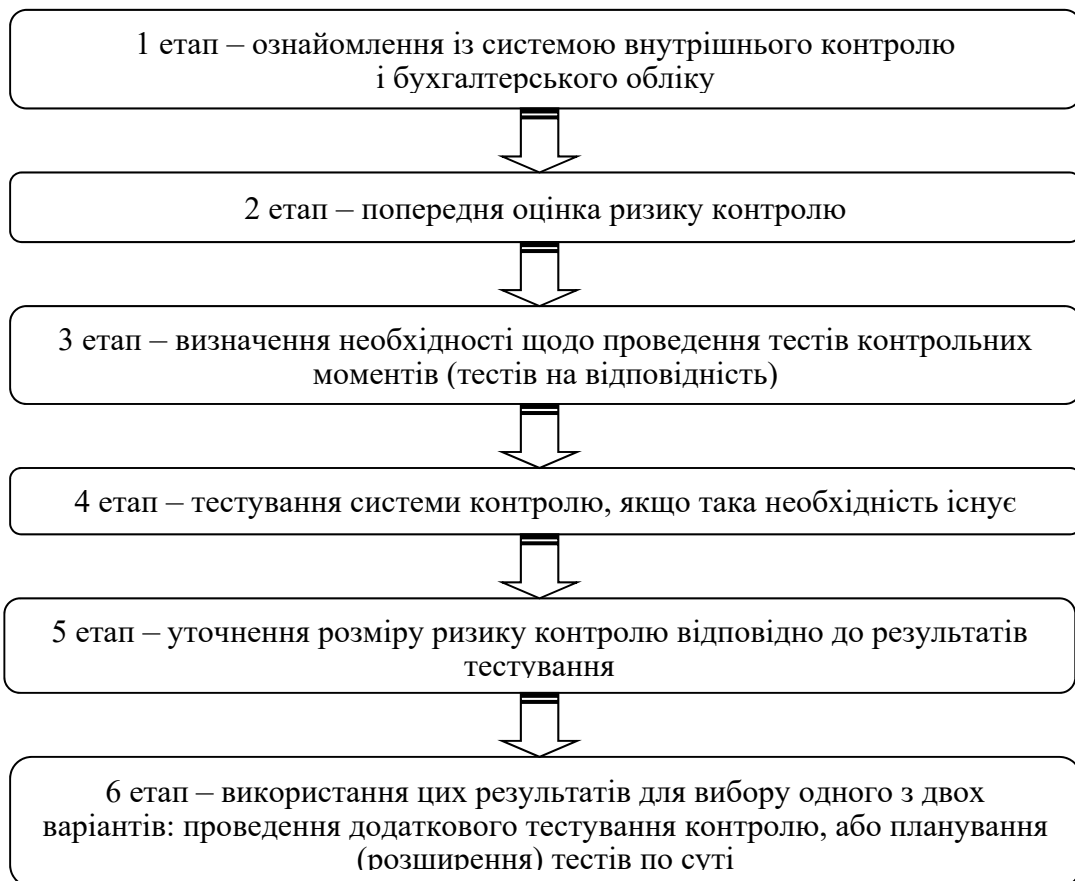
З точки зору незалежного аудитора, оцінка ризику контролю, як і властивого ризику, здійснюється в декілька етапів (рис. 1).

На етапі ознайомлення із системою контролю аудитор отримує уявлення про її ціль, функціонування та структуру, яка складається з таких елементів:

- контрольне середовище, тобто умови для здійснення контролю (у тому числі процес оцінки ризиків субітка господарювання);
- інформаційні системи, які стосуються фінансової звітності (система бухгалтерського обліку);
- процедури контролю.

Наступним етапом після ознайомлення із системою обліку й контролю є попередня оцінка розміру ризику контролю.

Тести контролю виконуються для отримання аудиторських доказів щодо належної організації та ефективності функціонування систем бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю протягом певного періоду. При тестуванні засобів контролю аудиторів цікавить не стільки пошук конкретних помилок та викривлень, скільки виявлення недоліків систем обліку й контролю, які спрямовані на попередження виникнення помилок, своєчасне їх виявлення та виправлення.



**Рис. 1. Послідовність дій для оцінки ризику контролю рентабельності**

Тести системи контролю можуть складатися з таких процедур:

- перевірка записів або документів, що підтверджують операції та інші події з метою отримання аудиторських доказів належного застосування засобів внутрішнього контролю, наприклад, перевірка наявності дозволу керівника на здійснення операцій;
- запити та спостереження та застосування засобів внутрішнього контролю, які не залишають документальних доказів для

аудиту, наприклад, визначення дійсного, а не номінального виконавця кожної функції;

– повторне виконання процедур чи заходів контролю для того, що упевнитися, що дані дії були правильно виконані суб'єктом, наприклад, повторне виконання класифікації дебіторської заборгованості за строками погашення.

Попередня оцінка ризику засобів контролю – це процес визначення дієвості систем бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю клієнта з точки зору попередження, або виявлення та виправлення суттєвих викривлень. Певний ризик контролю завжди має місце через обмеження, притаманні будь-якій системі бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю.

Оцінка ризику невиявлення проводиться аналогічно іншим компонентам аудиторського ризику: попередня оцінка ризику, її уточнення в ході проведення тестування, кінцева оцінка розміру ризику. Якщо прийняти властивий ризик як величину постійну, ризик не виявлення можна розрахувати у зворотній залежності від розміру ризику контролю. Тобто, чим вищий ризик контролю, тим нижчим повинен бути ризик не виявлення, що досягається збільшенням обсягу тестів по суті. Ризик не виявлення залежить від професіоналізму аудитора і визначає кількість аудиторських доказів, які аудитор планує зібрати для отримання думки про фінансову звітність. Отже, оцінка ризику не виявлення впливає на всі наступні дії аудитора, зокрема, на його рішення щодо розміру й способу отримання вибірки, співвідношення аналітичних процедур і детальних тестів, критеріїв оцінки аудиторських доказів [1, с. 400].

На етапі планування аудиторіві також необхідно оцінити суттєвість. Відповідно до міжнародного стандарту аудиту 320 (надалі – МСА 320) «Суттєвість при плануванні та проведенні аудиту» інформація є суттєвою, якщо її відсутність, або перекручення може вплинути на економічні рішення користувачів, які приймаються на підставі даних фінансової звітності підприємства. Рівень суттєвості встановлюється на стадії планування і залежить від особливостей клієнта (рис. 2).

Згідно МСА 320 визначення суттєвості є предметом професійного судження аудитора [2, с. 250]. Аудитори, які встановлюють занадто низький рівень суттєвості, збільшують час і вартість



проведення перевірки, а ті, які встановлюють занадто високий рівень – збільшують ймовірність формування невідповідної думки про результати перевірки. Суттєвість має зворотну залежність від аудиторського ризику: чим вищий аудиторський ризик, тим нижча повинна бути величина суттєвості, тоді у аудитора буде більше можливостей надати відповідну аудиторську думку. Якщо ж за результатами планування аудитор вважає, що його ризик достатньо низький, він може обрати високий рівень суттєвості, то незначні помилки, які будуть знайдені, не вплинуть на аудиторську думку.

Рівень суттєвості при аудиті рентабельності залежить від:	– галузі функціонування підприємства
	– організаційно-технічний рівень підприємства
	– сума прибутку підприємства
	– вартість оборотних активів підприємства
	– розмір кредиторської заборгованості підприємства
	– розмір капіталу підприємства
	– наявність прострочених зобов'язань та безнадійних боргів підприємства
	– наявність невизначеності у звітності

**Рис. 2. Залежність рівня суттєвості від особливостей діяльності клієнта**

Таким чином, визначення об'єктивного рівня суттєвості та ризику контролю під час аудиту рентабельності підприємства надасть можливість сформулювати достовірний аудиторський висновок, скоригувати організацію внутрішнього фінансового контролю та запобігти фінансовим порушенням на підприємстві.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Давидов Г.М. Аудит : навч. посібник. 3-тє вид., стер. Київ : Т-во. «Знання», КОО, 2009. 400 с.
2. Дором Н.І. Аудит : методологія і організація. Київ : Т-во «Знання», КОО, 2011. 250 с.
3. Коцєруба Н.В. Оцінка прибутку та рентабельності підприємства. *Регулювання, значення та ефективність міжнародного економічного співробітництва* : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 13 черв. 2020. Київ : ГО «Київський економічний науковий центр», 2020. С. 89–92.

*Проскуріна Н. М.*  
*доктор економічних наук,*  
*професор кафедри обліку та оподаткування*  
*Запорізького національного університету*  
*Гнідкова А. В.*  
*студентка*  
*Запорізького національного університету*  
*м. Запоріжжя, Україна*

## **ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА АУДИТОРСЬКОГО РИЗИКУ ЗА МСА 315**

У зв'язку з тим, що користувачам фінансової звітності потрібна упевненість в абсолютній якості аудиторського висновку, до роботи аудиторських фірм і аудиторів пред'являються усе більш жорсткі вимоги. В новій редакції приймаються та переглядаються професійні стандарти аудиту (МСА), удосконалюється система професійного контролю якості роботи аудиторів, висуваються додаткові вимоги до професійної підготовки бухгалтерів та аудиторів.

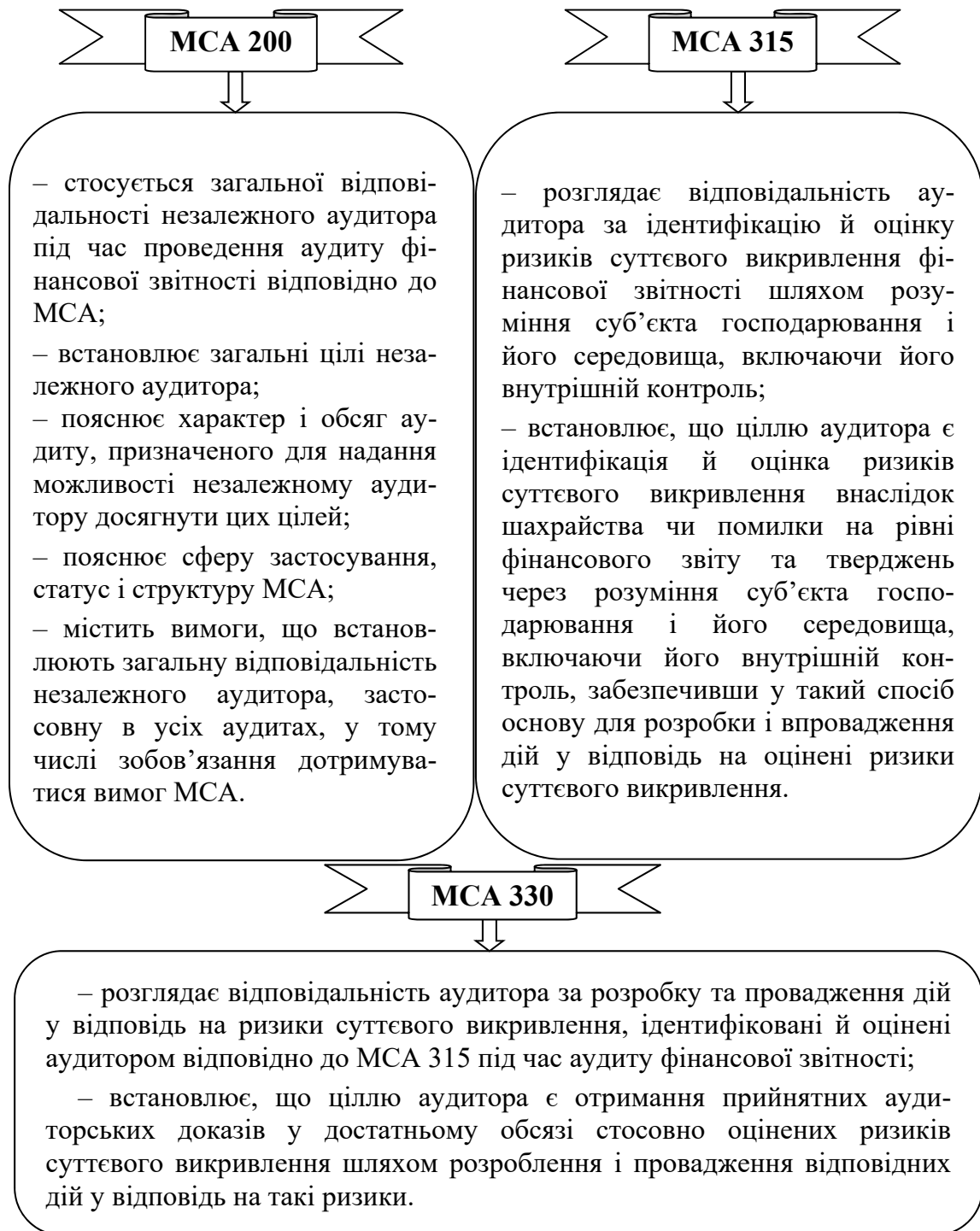
Розглядаючи нововведення, що відбулися у міжнародних стандартах аудиту, можемо відзначити зміну у методології аудиту, а саме у зміні підходу, щодо визначення процедур аудиторської перевірки. Раніше дані процедури базувалися на детальному тестуванні, нині ж ми бачимо введення ризик-орієнтованого підходу. У цих умовах, аудиторським фірмам необхідно приділити більше уваги питанню аудиторського ризику, адже дана категорія висувається на перший план.

Категорія ризику є однією з основних в аудиті, від його рівня залежить не тільки матеріальна, а й моральна відповідальність аудитора.

Аудиторський ризик – ризик того, що аудитор висловить невідповідну аудиторську думку в разі, якщо фінансова звітність суттєво викривлена [1, с. 24].

Організаційні та методичні аспекти аудиторського ризику регламентуються Міжнародними стандартами контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг (далі МСА), а саме МСА 200 «Загальні цілі незалежного аудитора та проведення аудиту відповідно до Міжнародних стандартів

аудиту» (далі МСА 200), МСА 315 (переглянутий) «Ідентифікація та оцінювання ризиків суттєвого викривлення через розуміння суб'єкта господарювання і його середовища» (далі МСА 315), МСА 330 «Дії аудитора у відповідь на оцінені ризики» (далі МСА 330) (рис. 1).



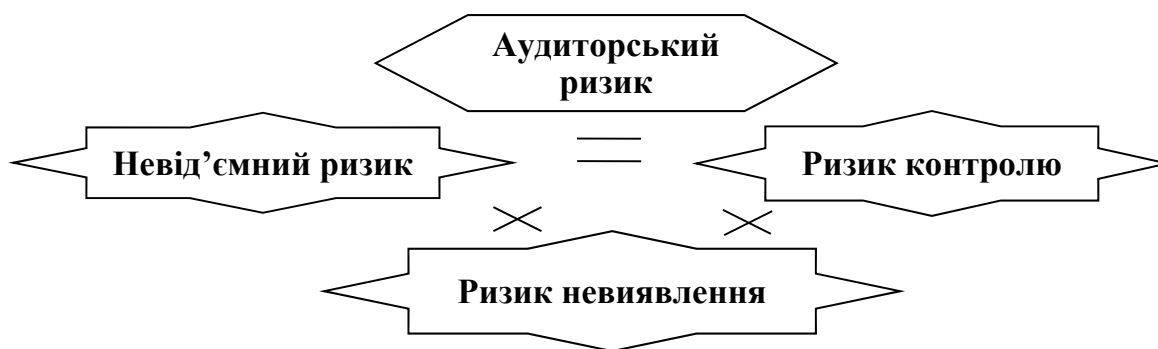
**Рис. 1. МСА, які регламентують організаційно-методичні аспекти аудиторського ризику [1, с. 96, 305, 373]**

МСА 315 надає рекомендований перелік процедур, яких аудитор повинен дотримуватися, для того, щоб володіти достатнім рівнем розуміння суб'єкта господарювання і його середовища для оцінки ризиків суттєвого викривлення. До процедур оцінки ризиків відносяться:

- аналітичні процедури;
- спостереження та інспектування;
- подання запитів до управлінського персоналу та інших працівників суб'єкта господарювання, які, на думку аудитора, можуть мати інформацію, яка, ймовірно, може допомогти при ідентифікації ризиків суттєвого викривлення внаслідок шахрайства або помилки [1, с. 306].

При цьому, доречно зазначити, що МСА 315 рекомендує, щоб процедури оцінки ризику, як мінімум, містили комбінацію цих трьох процедур.

При розрахунку аудиторського ризику важливо посилатися на так звану традиційну модель аудиторського ризику, яка досі залишається важливою для процесу аудиту і на яку посилається МСА 315 (рис. 2).



**Рис. 2 Формула професійного аудиторського ризику за МСА 315 [1, с. 100–102]**

Дана модель відображає загальний аудиторський ризик трьома компонентами, а саме:

- невід'ємний ризик – вразливість твердження щодо класу операцій, залишку рахунку або розкриття інформації, до викривлення, яке може бути суттєвим окремо або в сукупності з іншими викривленнями, перед тим, як брати до уваги будь-які відповідні заходи контролю;

– ризик контролю – ризик того, що викривлення, яке може трапитися у твердженні стосовно класу операцій, залишку рахунку або розкриття інформації і яке може бути суттєвим окремо або в сукупності з іншими викривленнями, не буде своєчасно попереджено або виявлено та виправлено системою внутрішнього контролю суб'єкта господарювання;

– ризик невиявлення – ризик того, що процедури, виконані аудитором для зменшення аудиторського ризику до прийнятно низького рівня, не дадуть можливості виявити викривлення, що існує та може бути суттєвим окремо або в сукупності з іншими викривленнями [1, с. 100–102].

На етапі прийняття завдання з аудиту аудиторський ризик визначається з метою оцінки можливості прийняття клієнта.

Оцінювання аудиторського ризику:

– звільняє аудиторські фірми від зайвих трудових і фінансових витрат;

– скорочує терміни проведення аудиту;

– дозволяє як на етапі планування перевірки обрати її процедурний інструментарій та переглядати його впродовж виконання завдання та на завершальному етапі.

Важливо розуміти, що для аудитора пріоритетним є виявлення та точність оцінки ризиків, а не змога їх уникнути взагалі. У процесі аудиту необхідно вжити заходів, що сприяють зниженню аудиторського ризику до мінімального рівня. Аудитор знижує аудиторський ризик за допомогою встановлення і виконання аудиторських процедур.

Для суттєвого зниження ризик викривлення, аудитор має виконати наступні процедури:

– участь або спостереження за проведенням інвентаризації активів;

– направлення запитів та отримання відповідей щодо стану судово-позивних справ клієнта;

– ознайомлення з організаційною структурою та кадровим складом підприємства, а саме віком, освітою, наявністю сімейних зв'язків, судимостей, плинністю кадрів та особистими взаєминами;

– перегляд протоколів загальних зборів акціонерів (учасників).

Крім того, до заходів, які можуть сприяти зниженню аудиторського ризику можна віднести:

- роботу тільки з чесними клієнтами;
- наймання кваліфікованого персоналу;
- дотримання професійних стандартів;
- збереження незалежності;
- розуміння бізнесу клієнта;
- підтримка високої якості аудиту;
- своєчасне та повне документування процесу аудиту;
- використання консультацій вузьких спеціалістів, експертів, юристів.

Таким чином, запорукою успішної роботи аудиторської фірми є вміння передбачати ризики, пов'язані з професійною діяльністю, правильно встановлювати їх гранично допустимий рівень, визначати напрями щодо їхньої нейтралізації. Вибір і використання відповідних методів оцінки вірогідності настання ризикової події по окремих видах аудиторського ризику повинні бути закріплені у внутріфірмовому стандарті аудиторської фірми та базуватися на МСА, з урахуванням факторів, що впливають на якісний стан фінансової звітності та аудиторську думку про її достовірність.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг: Видання 2016–2017 року. Частина I. URL: [https://www.apu.net.ua/attachments/article/1151/2017\\_чaсть1.pdf](https://www.apu.net.ua/attachments/article/1151/2017_чaсть1.pdf) (дата звернення 29.09.2020).

*Соловійова Л. В., Богуславська Н. В.*

*магістри*

*Науковий керівник: Усащенко О. В.*

*доктор економічних наук, професор,*

*Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

*м. Дніпро, Україна*

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БЕЗОПЛАТНОГО ОТРИМАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ БЮДЖЕТНОЮ УСТАНОВОЮ**

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку та розкриття у фінансовій звітності інформації про основні засоби, інші необоротні матеріальні активи та незавершені капітальні інвестиції визначаються в таких нормативних документах:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби».

2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб'єктів державного сектору.

Безоплатно отримані основні засоби зараховуються на баланс установи за первісною вартістю. Відповідно до НП(С)БОДС 121, первісною вартістю основних засобів, отриманих безоплатно від фізичних та юридичних осіб є їх справедлива вартість з урахуванням наступних витрат [1]:

– суми, що сплачують постачальникам активів та підрядникам за виконання будівельно-монтажних робіт (без непрямих податків);

– реєстраційні збори, державне мито та аналогічні платежі, що здійснюються у зв'язку з придбанням (отриманням) прав на об'єкт основних засобів;

– суми ввізного мита;

– суми непрямих податків у зв'язку з придбанням (створенням) основних засобів (якщо вони не відшкодовуються суб'єктові державного сектору);

– витрати зі страхування ризиків доставки основних засобів;

– витрати на транспортування, установку, монтаж, налагодження основних засобів;

– інші витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням основних засобів до стану, у якому вони придатні для використання із запланованою метою.

Причому, якщо з'являються фінансові витрати, то вони не включаються до первісної вартості основних засобів, за винятком фінансових витрат, які включаються до собівартості кваліфікаційних активів відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі.

У випадку, коли благодійник разом з об'єктами основних засобів надав достовірну інформацію про вартість такого дарунку у вигляді первинних документів, бюджетна установа – отримувач, повинна орієнтуватися на таку вартість.

Безкоштовно отримані основні засоби приймаються комісією, яка створюється відповідно до наказу керівника державної установи, але в яку обов'язково входить працівник бухгалтерії. Завдання комісії окрім приймання об'єкту основних засобів ще і складання відповідного документа, в якому зазначаються найменування і вартість отриманих засобів. Типові форми з обліку та списання основних засобів суб'єктами державного сектору та порядок їх складання затверджені наказом Міністерства фінансів [3]. Але, суб'єкти державного сектору відповідно до галузевих особливостей можуть розробляти власні форми для оформлення господарських операцій з надходження, руху та вибуття основних засобів, які повинні містити обов'язкові реквізити, визначені Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та затверджувати їх у розпорядчому документі про організацію бухгалтерського обліку. При зарахування об'єкту основних засобів, створюється Акт ведення в експлуатацію основних засобів.

Для обліку витрат, що виникають при отриманні об'єкта основних засобів, застосовують рахунки: 1311 «Капітальні інвестиції в основні засоби» або 1312 «Капітальні інвестиції і інші необоротні матеріальні активи». При визнанні доходів від безоплатно отриманих засобів збільшується внесений капітал за кредитом рахунку 5111 та відображаються касові видатки за субрахунком 2313 [3].

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби» : наказ Мініфіну від 12.10.2010 р. № 1202. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1017-10#Text>



2. Про затвердження типових форм з обліку та списання основних засобів суб'єктами державного сектору та порядку їх складання: наказ Міністерства фінансів від 13.09.2016 р. № 818. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1336-16#Text>
3. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб'єктів державного сектору: наказ Міністерства фінансів від 23.01.2015 р. № 11. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0011201-15#Text>

**Степанчук О. О.**

*студентка*

**Польова Т. В.**

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри міжнародного бізнесу, фінансів та обліку*

*Харківського торговельно-економічного інституту*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

*м. Харків, Україна*

## **УПРАВЛІНСЬКА ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

Ведення бізнесу в сучасних умовах вимагає наявності якісного інформаційного забезпечення менеджменту суб'єкта господарювання, яке формується на різних рівнях управління підприємницькою діяльністю в цілому та окремою компанією зокрема. Однією зі складових такого забезпечення виступає управлінська звітність, що є предметом уваги вітчизняних науковців і вивчається ними з позиції трактування, складу, структури, змістового наповнення.

Обґрунтуванню сутності управлінської звітності як елемента системи облікових знань присвячено праці вітчизняних та зарубіжних дослідників – С.В. Булгакової, Б.І. Валуєва, С.А. Кузнецової, І.А. Слободняка, В.Б. Івашкевича, Л.В. Нападовської, В.Ф. Палія, Л.В. Юдіної, М.С. Пушкаря, та інших. Разом з тим, у працях вчених відсутній єдиний підхід стосовно застосування термінологічного апарату обраного напрямку досліджень, що, на нашу думку, пояснюється наступними причинами: особливості вітчизняної облікової системи; розбіжності нормативного регулювання національної системи бухгалтерського обліку, яким встановлюється

термінологія, використовувана в межах окремої країни або об'єднання країн; порушення принципів класифікації, які використовуються при виділенні окремих видів звітності, що є непорівнюваним із традиційно вживаними видами бухгалтерської звітності.

Метою даного дослідження є розгляд організаційних засад формування управлінської звітності на підприємстві.

Управлінська звітність є важливим елементом забезпечення ефективного функціонування підприємств, тому що вона суттєво відрізняється від інших видів звітності. Адже використовується лише для внутрішніх користувачів і містить конфіденційну інформацію.

Розглядаючи звітність підприємств, та зважаючи на специфічність самої підприємницької діяльності, варто зазначити, що формування різних фінансових звітних форм, передбачених законодавством для даних суб'єктів господарювання є досить трудомістким процесом.

Спираючись на напрацювання Король С.Я., можна свідчити, що управлінська звітність є найбільш повною звітністю, адже охоплює повний масив даних, що стосується статистичної, фінансової, податкової складової діяльності підприємства, описує специфічні показники, які дозволяють виокремити діяльність підприємств. На відміну від інших форм звітності, управлінська звітність є досить гнучкою, і це дає змогу підкреслити її перевагу над іншими формами звітності – цільова спрямованість на потреби внутрішніх користувачів, які змінюються під впливом різних чинників.

Зважаючи на те, що роль управлінської звітності посилюється – постає завдання удосконалення організаційних підходів до її формування.

Для вирішення цього завдання доцільно розробити внутрішнє положення, яке б регламентувало процес збору, реєстрації та розповсюдження інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень, опис системи та основних форм управлінської звітності. Розробка зазначеного положення передбачає, з одного боку, створення прозорості, достовірної та повної системи

управлінської звітності, а з іншого – побудову чіткої роботи працівників, що дозволить сформуванню показників звітності.

Наявність такого положення для підприємств стане ще одним засобом контролю за процесом управління діяльністю та дозволить, у випадку необхідності, перевірити достовірність показників та дотримання затверджених цілей і виконання програм.

Отже, врегулювання організаційних засад формування управлінської звітності дозволить вивести її на новий рівень, а реалізація поставлених завдань позитивно позначиться на результатах діяльності підприємств.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Король С.Я. Управлінська звітність: сутність і алгоритм формування / С.Я. Король // Бізнес Інформ. – 2014. – № 7. – С. 325–331.
2. Куцик П.О. Сучасне трактування, склад і особливості формування управлінської звітності підприємства / П.О. Куцик // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2014. – № 797. – С. 248–254.
3. Шевчук К.В. Роль управлінської звітності в обліково-інформаційній системі підприємства та особливості її формування / К.В. Шевчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Випуск 6 (3). – С. 137–140.

## **СЕКЦІЯ 7. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ**

*Позднякова М. О.*

*магістрант*

*Центральноукраїнського національного технічного університету*

*Загребя М. М.*

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедра економічної теорії,*

*маркетингу та економічної кібернетики*

*Центральноукраїнського національного технічного університету*

*м. Кропивницький, Україна*

### **ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ МАРКЕТИНГОВИХ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ У КОНТЕКСТІ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В ПОЛІТИЦІ ПРОСУВАННЯ**

В епоху розвитку та всеохоплюючого розповсюдження інтернет-технологій набуває особливої актуальності їх використання в різних сферах господарської діяльності підприємств. Окремим випадком є посилення ролі мережі Інтернет та її сервісів в просуванні товарів та послуг. Корпорації Google, Yandex, Facebook завоювали ролі потужних інструментів у цій сфері. При цьому кожна з платформ має свої унікальні особливості, які необхідно брати до уваги при плануванні маркетингової кампанії.

У напрямку дослідження інтернет-маркетингу значні кроки зробили праці відомих авторів: В. Холмогорова [1], Е.А. Петріка [2], І.В. Успенського. Проте недостатньо дослідженим залишається питання порівняльного аналізу можливостей різних платформ у контексті ефективності їх застосування в маркетинговій політиці просування.

У сучасній практиці інтернет-маркетинг розглядається як комплексний інструмент, що дозволяє використовувати всі можливості інтернету і застосовувати їх відповідно до загальної стратегії розвитку бізнесу. Основними інструментами просування в

мережі інтернет, фахівці вважають: пошукову оптимізацію; контекстну і банерну рекламу; маркетинг в соціальних медіа (SMM); А основними майданчиками просування (в рунеті) – Google, Yandex та Facebook.

Частки ринку основних пошукових систем та Facebook. У 2020 році Google є світовим лідером серед пошукових систем. Найбільшу перевагу він займає в мобільній версії пошуку, але і для десктопної версії, частка Google не має собі рівних. Частка світового ринку серед настільних комп'ютерів складає 70,60%.

Частка Yandex.Ru становить 44,23% пошукового трафіку рунету [3].

Фейсбук є основним джерелом трафіку з соціальних мереж – майже 80% [4]. Незважаючи на проблеми різного роду, з якими Facebook зіштовхнувся в останні кілька років, ця соціальна платформа зберігає статус найпопулярнішої. За даними в оголошеннях про доходи компанії, соцмережа вже переступила історичну позначку в 2,5 мільярда активних користувачів на місяць і кількість користувачів Facebook продовжувало неухильно зростати в більшості країн протягом 2019 року.

Аудиторія платного трафіку. Google передбачає набагато більший радіус дії, ніж Яндекс. Він включає в себе найбільший магазин додатків Google Play, володіє найбільшою в світі мобільною рекламної сіткою AdMob, а власна рекламна мережа компанії GDN – це найбільший пул сайтів, за даними iAB. В результаті Google AdWords передбачає можливість показу реклами в набагато більшій кількості мобільних додатків, тоді як число додатків в Рекламній Мережі Яндекс (РМЯ) не перевищує сотні.

Важливо згадати, що в числі майданчиків Google найпопулярніший в світі відеохостинг – YouTube.

Реклама на пошуку в системі Яндекс може бути показана у видачі Рамблер і Mail.Ru. А пошукова реклама Google – на сайтах, які встановили його в якості пошукової системи.

У сухому залишку, отримуємо розподіл аудиторії в розрізі 9/10 на користь Google.

На відміну від пошукових систем, в маркетинговій діяльності Facebook активно використовує свої додатки (Instagram, Messenger і WhatsApp), аудиторія яких невпинно зростає.

Таргетинги налаштувань реклами. У Google є ряд таргетингів, які недоступні в Яндексі:

1. Орієнтування по тематиках майданчиків. Він дозволяє знаходити користувачів, які відвідують сайти і / або використовують додатки певної тематики. Наприклад, він дає можливість показу реклами в додатках конкурентів.

2. Орієнтування по раніше встановлених додатків. Дає можливість показувати рекламу користувачам, вже встановили певні програми.

3. Орієнтування на нові підключення пристрою. Дозволяє показати оголошення на щойно куплених смартфонах і планшетах.

Яндекс дещо програє Google в різноманітті видів таргетингів, але має й свої переваги такі як таргетинг на обрані сегменти метрики і ретаргетинг на аудиторії певних сайтів. Також важливо відмітити високу якість майданчиків в МСЯ.

У Facebook неймовірна кількість налаштувань на різні характеристики аудиторії. Від політичних уподобань до часу в шлюбі і віку дітей. Більше, точніше, глибше, ніж в тій же Контекстно Медійній Мережі (КММ) Google і інших каналах трафіку.

Автоматизація і штучний інтелект. Розробники рекламної системи Google приділяють з кожним роком все більше уваги автоматизації процесу налаштування і роботи реклами. В Google Рекламі доступні такі функції, як інтелектуальне призначення ставок, розумні оголошення і кампанії. У них застосовуються технології машинного навчання, що дозволяє в режимі реального часу аналізувати мільйони різних сигналів і показувати релевантну рекламу зацікавленим користувачам в найбільш відповідний час.

Таким чином, вже не потрібно витрачати час і оптимізувати вручну оголошення або ставки: тепер можна швидко добитися відмінних результатів завдяки автоматизації.

В Яндекс дещо інші процеси автоматизації. Вони більш направлені на спрощення налаштування реклами, ніж на машинне навчання. Наприклад автотаргетинг – технологія показу оголошень в Яндекс.Директі при якій не використовуються ключові фрази. Результат – отримання додаткового цільового трафіку за рахунок показу реклами тієї аудиторії, яку складно охопити за допомогою ключових фраз.

Facebook розробила алгоритми машинного навчання, які збирають інформацію про користувачів і дозволяють більш точно націлювати рекламу, щоб миттєво привертати увагу споживача і більш ефективно мотивувати його до здійснення покупки.

Аналітика. Всі три платформи надають також можливості прогнозування і аналізу ефективності рекламних кампаній і органічного трафіку. Кожна має свою потужну вбудовану систему Аналітики (Google Analytics, Yandex Metrica та Facebook Analytics) і вбудовані сервіси прогнозування. Але, для користування потрібно мати більш глибокі знання пов'язані з веб-аналітикою. Проте використання даних інструментів значно полегшує керування рекламними кампаніями і дає змогу ефективно використовувати рекламний бюджет.

Ефективність. Залежно від галузі та рівня конкуренції, вартість кліка в Google AdWords або «Яндекс.Дірект» може обчислюватися десятками доларів і тисячами гривень. Ціни на рекламні оголошення в Фейсбук значно нижчі. Середня вартість кліка в Медійній мережі Google становить 0,35 доларів США, а середня вартість кліка в Facebook становить 0,24 долара. Різниця перевищує 30%.

Варто звернути увагу, що вартість контекстної реклами в пошукових системах чутлива до рівня конкуренції. Наприклад, якщо рекламувати фінансові послуги, ціна за клік різко зростає в порівнянні із середнім показником. Ця закономірність присутня і в «Фейсбуці», проте вона значно менш виражена.

Таким чином, головною перевагою сервісів Google є висока гнучкість налаштувань реклами і надзвичайно широкий охопит користувачів. Проте Yandex більш доцільно використовувати у випадках, якщо значна кількість цільової аудиторії російськомовна і знаходиться на пострадянському просторі, а також при потребі використання більш простішого і інтуїтивно-зрозумілого інтерфейсу. Facebook, в свою чергу, є однією з найпотужніших платформ Social Media Marketing у світі що дозволяє охопити велику аудиторію мобільних користувачів та прийняти замовлення не виходячи з самої соціальної мережі: користувач просто відправляє повідомлення менеджеру через сам Facebook.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Холмогоров В. Інтернет-маркетинг // Короткий курс. Санкт-Петербург : Пітер, 2002. 136 с.
2. Петрик О.А. Інтернет маркетинг. Москва : МФПА, 2004. 299 с.
3. Вся статистика інтернету на 2020 рік – цифри і тренди в світі і в Росії. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/>
4. Де вигідніше давати рекламу. URL: <https://habr.com/ru/post/342666/>



## **НОТАТКИ**

## **НОТАТКИ**

## **НОТАТКИ**

Наукове видання

**Економічні та інноваційно-інвестиційні  
процеси в умовах змін ринкового  
середовища**

Матеріали  
Міжнародної науково-практичної конференції  
(Львів, 24 жовтня 2020 року)

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

Підписано до друку 27.10.2020. Формат 60x84/16.  
Ум.-друк. арк. 8,14. Замовлення № 1020/85. Ціна договірна.  
Віддруковано з готового оригінал-макета.  
Гарнітура Times New Roman.  
Папір офсетний. Цифровий друк. Наклад 100 прим.

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