ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КАФЕДРА ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «ІНСТИТУТ СУЧАСНИХ
ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ: ВИКЛИК ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОСТВОЄННІ ПЕРСПЕКТИВИ

МАТЕРІАЛИ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

Чернівці
2023 р.

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КАФЕДРА ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «ІНСТИТУТ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ: ВИКЛИК ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОСТВОЄННІ ПЕРСПЕКТИВИ

МАТЕРІАЛИ СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

Чернівці
2023 р.

УДК 332.14:338.14

Фінансово-економічний розвиток регіонів: виклик воєнного стану та поствоєнні перспективи. Матеріали студентської наукової інтернет-конференції, м. Чернівці, 23 листопада 2023 р. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2023. 252 с.

До збірника увійшли матеріали досліджень щодо викликів воєнного стану та пост воєнні перспективи фінансово-економічного розвитку регіонів.

Значна увага приділяється питанням сучасного стану та перспективи розвитку фінансових трансформацій в Україні; системи обліку, аналізу та оподаткування як інструмента регулювання соціального та фінансово-економічного розвитку регіону; фінансового менеджменту розвитку підприємств та територій в умовах воєнного та пост воєнного часу; фінансовому забезпеченню маркетингової діяльності підприємств в умовах геополітичних викликів XXI ст.; трансформації сфери гостинності в умовах воєнного та пост воєнного часу.

Роботи надруковано у авторській редакції.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

© ЧТЕІ ДТЕУ, 2023

Підписано до друку 23.11.2023 р.

Зміст

Фінансові трансформації в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку

Андронік Олексій, Вальчук Ігор,
наук. кер. – Табенська Юлія
Іноземний капітал в банківському секторі України 13

Антонійчук Святослав,
наук. кер. – Чорновол Алла
Особливості впровадження системи фінансового управління на підприємствах 14

Банарь Дмитро,
наук. кер. – Гут Любов
Особливості управління фінансовим станом на підприємстві 16

Бігусяк Михайло,
наук. кер. – Табенська Юлія
Комерційні банки на валютному ринку України: сутність операцій та механізм їх здійснення 18

Білав'юк Григорій,
наук. кер. – Грицюк Ілля
Особливості фінансової відкритості та її регулювання 20

Боднарук Любов,
наук. кер. – Табенська Юлія
Банки з іноземним капіталом: прибутки пори війну 21

Бойко Станіслав,
наук. кер. – Табенська Юлія
Сучасний стан та розвиток ринку транспортного страхування 23

Боровик Артем,
наук. кер. – Табенська Юлія
Політика національного банку України в умовах війни 25

Брагар Олександр,
наук. кер. – Чорновол Алла
Проблеми та перспективи казначейського обслуговування місцевих бюджетів 26

Ващук Вадим,
наук. кер. – Грицюк Ілля
Вплив капіталізації банківської системи на макроекономічну стабільність 29

Волощук Юрій,
наук. кер. – Табенська Юлія
Активні операції банків України: сучасні тенденції та напрями удосконалення 30

Галічевська Юлія,
наук. кер. – Томнюк Тетяна
Банківське кредитування в Україні в умовах воєнного стану 32

Гардашов Руслан,
наук. кер. – Томнюк Тетяна
Вектори лібералізації механізму оподаткування підприємств за загальною системою 35

Глібчук Галина,
наук. кер. – Чорновол Алла 37

Розробка політики управління прибутком підприємства

Гнатишин Наталія,
наук. кер. – Чорновол Алла
Доходи та видатки місцевих бюджетів: сучасний стан та перспективи розвитку 39

Горащук Іван,
наук. кер. – Гут Любов
Оцінка напрямків державної підтримки та організаційні заходи сприяння розвитку та середнього бізнесу в Україні 41

Горюк Віта, Каланча Андрій,
наук. кер. – Табенська Юлія
Ефективна робота державних банків в умовах повномасштабної війни 44

Грибун Микола,
наук. кер. – Томнюк Тетяна
Управління джерелами формування капіталу підприємства 45

Григорчук Назар,
наук. кер. – Чорновол Алла
Система моніторингу кризових явищ у функціонуванні підприємства 49

Григуцяк Петро,
наук. кер. – Чорновол Алла
Організація процесу формування та розподілу прибутку на підприємствах 50

Гуцол Ганна,
наук. кер. – Табенська Юлія
Системно важливі банки та їх вплив на стабільність банківської системи 52

Дімітрюк Роман,
наук. кер. – Табенська Юлія
Банківський нагляд з боку національного банку України: організація та здійснення в сучасних умовах 54

Іванов Володимир,
наук. кер. – Табенська Юлія
Депозитні вкладення як основний вид ресурсів комерційних банків тиа перспективи їх формування 56

Кіріяк Віктор,
наук. кер. – Табенська Юлія
Ринок банківських послуг в Україні: тенденції та перспективи розвитку 57

Корець Валентин,
наук. кер. – Томнюк Тетяна
Передумови необхідності підвищення ефективності податкового регулювання в Україні 59

Кочерган Богдан,
наук. кер. – Гут Любов
Сучасні тенденції економічного розвитку України та Японії 61

Кузьмінов Віталій,
наук. кер. – Табенська Юлія
Банківське обслуговування малого та середнього бізнесу 63

Куцик Максим, Волошинський Антон,
наук. кер. – Чорновол Алла 65

Стратегії запобігання банкрутству підприємств

Лаптєв Андрій,
наук. кер. – Чорновол Алла
Управління корпоративним контролем в умовах економічної інтеграції підприємства 67

Максимюк Максим, Коняк Петро,
наук. кер. – Томнюк Тетяна
Напрямки детінізації економіки України через трансформацію податкової системи 69

Мартикян Наталія,
наук. кер. – Чорновол Алла
Вдосконалення діагностики кризового стану підприємства 72

Мартинов Андрій,
наук. кер. – Томнюк Тетяна
Податкове стимулювання інвестиційної діяльності підприємств у воєнний та пост воєнний період 74

Мартинюк Володимир,
наук. кер. – Табенська Юлія
Ефективність проведення державних фінансових аудитів в умовах війни 76

Мар'ян Михайло, Кукурядзяк Вадим,
наук. кер. – Чорновол Алла
Система казначейського обслуговування бюджету: управлінський механізм та результативність функціонування 78

Матейчук Олег, Луців Роман,
наук. кер. – Табенська Юлія
Проблеми виходу українських страхових компаній на міжнародний ринок 80

Михнюк Віктор, Пархоменко Олександр,
наук. кер. – Табенська Юлія
Реформування бюджетного процесу на місцевому рівні в умовах децентралізації 82

Наворинська Аліна,
наук. кер. – Гут Любов
Фінансова стійкість підприємства та шляхи її зміцнення 83

Наворинська Аліна,
наук. кер. – Маначинська Юлія
Фінансування післявоєнного відновлення національної економіки 85

Пентелейчук Георгій,
наук. кер. – Томнюк Тетяна
Інструменти податкової підтримки підприємств малого та середнього бізнесу в контексті євроінтеграції 87

Пилипець Микола,
наук. кер. – Грицюк Ілля
Депозитна політика банків в умовах фінансової кризи 89

Піщак Олександр,
наук. кер. – Табенська Юлія
Управління якістю кредитного портфелю банківської установи 90

Прегар Валентин,
наук. кер. – Томнюк Тетяна 92

Сутність антикризового фінансового управління підприємством

Присяжнюк Юлія,
наук. кер. – Маначинська Юлія 94
Стратегічні цілі розвитку фінансового сектору України до 2025 року

Прокопець Григорій,
наук. кер. – Табенська Юлія 97
Перспективи розвитку електронної комерції в банківських установах в Україні

Рожко Іван,
наук. кер. – Чорновол Алла 98
Фінансові можливості сфери інвестиційної діяльності підприємств

Роман Тамара,
наук. кер. – Чорновол Алла 100
Розробка фінансової стратегії підприємства

Свідніцька Наталя,
наук. кер. – Гут Любов 102
Особливості діяльності комерційних банків США і Японії

Стецик Микола,
наук. кер. – Чорновол Алла 104
Формування та реалізація фінансової стратегії підприємства

Угрин Сергій,
наук. кер. – Чорновол Алла 106
Удосконалення структури витрат на підприємстві

Українець Діана,
наук. кер. – Табенська Юлія 107
Управління розвитком банківського бізнесу в Україні

Фіщук Богдан,
наук. кер. – Грицюк Ілля 109
Реформування фінансового забезпечення системи охорони здоров'я

Фіщук Назарій, Семенюк Денис,
наук. кер. – Грицюк Ілля 111
Детермінанти розвитку фінансовго контролю

Харітон Вадим,
наук. кер. – Табенська Юлія 112
Інтернет-банкінг в системі банківських послуг

Цинтар Валентин, Фіцич Богдан,
наук. кер. – Чорновол Алла 114
Удосконалення управління казначейським обслуговуванням місцевим бюджетом: виклики та перспективи

Цинтар Сергій,
наук. кер. – Чорновол Алла 116
Механізм контролю за зовнішньоекономічною діяльністю підприємства

Черней Вадим,
наук. кер. – Томнюк Тетяна
Напрями підвищення ефективності податкового стимулювання суб'єктів малого бізнесу митної політики в умовах військового стану 117

Чикалюк Вячеслав,
наук. кер. – Табенська Юлія 120
Управління безпекою платіжних систем у банку

Чичул Ніна,
наук. кер. – Грицюк Ілля 121
Власний капітал банку: проблеми та перспективи розвитку в умовах сьогодення

Ящук Владислав,
наук. кер. – Грицюк Ілля 123
Фінансові ризики банків в умовах кризи

Система обліку, аналізу та оподаткування як інструмент регулювання соціального та фінансово-економічного розвитку регіону

Андрійчук Валентин,
наук. кер. – Маначинська Юлія 125
Особливості організації обліку в закладах охорони здоров'я

Вебер Іван,
наук. кер. – Чорновол Алла
Організація і методика обліку та контролю розрахунків з оплати праці в бюджетних установах 127

Гордашко Віталій,
наук. кер. – Чорновол Алла 129
Розробка цінової політики підприємства

Гуцуляк Юлія,
наук. кер. – Мустеца Ірина 131
Розвиток аудиту в зарубіжних країнах на прикладі Італії

Дудка Роман,
наук. кер. – Чорновол Алла 133
Стратегія управління необоротними активами підприємтсва

Крикун Дмитро,
наук. кер. – Чорновол Алла 135
Розробка політики управління оборотними активами підприємства

Нагуляк Іван,
наук. кер. – Мустеца Ірина 137
Методи амортизації основних засобів та шляхи їх удосконалення

Нагуляк Дмиро,
наук. кер. – Мустеца Ірина 139
Фінансова звітність – формуємо в сучасних умовах

Пацарнюк Павло,
наук. кер. – Чорновол Алла 141
Організація чисельності та складу працівників підприємства

Рурак Аліна,
наук. кер. – Маначинська Юлія 144
Аналіз собівартості на підприємствах переробної промисловості

Савченко Павло,
наук. кер. – Чорновол Алла 146

Удосконалення структури капіталу підприємства

Федорчук Микола,
наук. кер. – Столяр Людмила
Особливості оподаткування місцевими податками і зборами 147

Фербей Галина,
наук. кер. – Маначинська Юлія
Он-лайн сервіс «Dilovod» для ведення обліку в умовах воєнного стану 150

Фербей Галина,
наук. кер. – Мустеца Ірина
Перспективи розвитку онлайн-аудиту в Україні в умовах воєнного стану 151

Фербей Галина,
наук. кер. – Мустеца Ірина
Допомога внутрішньо переміщеним особам (ВПО) в умовах воєнного часу 153

Фірчук Марія,
наук. кер. – Маначинська Юлія
Обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством в умовах сьогодення 155

Фірчук Марія,
наук. кер. – Мустеца Ірина
Питання корпоративної соціальної відповідальності, пов'язані з оподаткуванням 157

Юрку Ігор,
наук. кер. – Столяр Людмила
Облікова політика розрахунків за податками і платежами 159

Фінансовий менеджмент розвитку підприємства та територій в умовах воєнного та поствоєнного часу

Андрійчук Андрій,
наук. кер. – Королюк Юрій
Психологічні аспекти управління персоналом: проблема теорії та практики 162

Анциперов Микола,
наук. кер. – Мільман Леонід
Кадрова політика в умовах воєнного часу 164

Гатрич Антон,
наук. кер. – Шупрудько Наталя
Особливості інноваційної діяльності підприємства 166

Глиняний Дмитро,
наук. кер. – Королюк Юрій
Управлінське консультування, як вид консультаційної діяльності 167

Голодин Христина,
наук. кер. – Лошенюк Ірина
Сутність і характерні риси управлінських рішень 168

Гоменюк Олег,
наук. кер. – Лошенюк Ірина
Значення інформації в роботі підприємства 170

Гончарюк Іван,
наук. кер. – Гут Любов 171

Вдосконалення діагностики фінансового стану як елементу системи антикризового управління на підприємстві

Горащук Іван,
наук. кер. – Гут Любов
Шляхи підвищення ефективності податкового менеджменту підприємства 173

Гривул Іван,
наук. кер. – Полянко Галина
Формування складових системи стратегічного управління на підприємстві 175

Гунда Сергій,
наук. кер. – Гут Любов
Моніторинг кризових явищ як елемент антикризового управління на підприємстві 177

Долгий Володимир,
наук. кер. – Чичун Валентина,
Роль менеджера-керівника в управлінні підприємством 179

Дроник Костянтин,
наук. кер. – Зеленюк Оксана
Управління виробничими ризиками на підприємстві 180

Журба Андрій,
наук. кер. – Чичун Валентина
Підприємство, як відкрита система у конкурентному середовищі 182

Кавулич Назарій,
наук. кер. – Зеленюк Оксана
Корпоративна культура як інструмент управління 183

Кашул Ігор,
наук. кер. – Чичун Валентина
Стратегія управління ефективністю використання соціальних мереж підприємством 186

Коваль Богдан,
наук. кер. – Лошенюк Ірина
Сутність та значення організаційного розвитку підприємства 187

Косован Іван,
наук. кер. – Вдовічена Ольга
Особливості організації діяльності підприємства сфери гостинності на засадах креативного менеджменту 188

Костюченко Олександр,
наук. кер. – Вдовічен Анатолій
Управління внутрішнім середовищем готельного підприємства в сучасних умовах 190

Кулібаба Артем,
наук. кер. – Чичун Валентина
Мотивація праці персоналу, як складова поведінкового механізму 193

Лаврук Назар,
наук. кер. – Гут Любов
Управління структурою активів з метою їх оптимізації 194

Молдован Максим,
наук. кер. – Гут Любов
Оцінка фінансових результатів як складова стратегічного управління підприємством 196

Пака Дмитро,
наук. кер. – Урсакій Юлія
Стратегічне управління підприємством в сучасних умовах 199

Прижбило Ольга,
наук. кер. – Чичун Валентина
Напрямки удосконалення системи управління персоналом підприємства 200

Проскурняк Олег,
наук. кер. – Чичун Валентина
Фінансовий менеджмент розвитку підприємства та територій в умовах воєнного та поствоєнного часу 201

Савчук Станіслав,
наук. кер. – Лошенюк Ірина
Значення персоналу в діяльності підприємства 203

Свекла Денис,
наук. кер. – Чаплінський Юрій
Стратегічне планування діяльності громадської організації 204

Селяков Юрій,
наук. кер. – Лошенюк Ірина
Теоретичні основи системи інформаційного обслуговування працівників 207

Станіславський Станіслав,
наук. кер. – Шупрудько Наталя
Стратегія і тактика формування кадрової політики підприємства 208

Тинкалюк Сергій,
наук. кер. – Шупрудько Наталя
Імідж, як фактор впливу на роботу підприємства 209

Тринта Віталій,
наук. кер. – Зеленюк Оксана
Удосконалення системи управління прибутком підприємства 211

Фрейліхман Ігор,
наук. кер. – Мільман Леонід
Сутність та принципи стратегічного планування на підприємстві 213

Чеботар Олексій,
наук. кер. – Шупрудько Наталя
Пропозиції щодо мотивації інноваційного процесу на підприємстві 215

Чифурко Тарас,
наук. кер. – Зеленюк Оксана,
Системи мотивації на підприємстві: особливості та перспективи реалізації 217

Шнайдер Володимир,
наук. кер. – Полянко Галина,
Управлінська діяльність в організації: роль і місце керівника у системі управління організацією 219

Фінансове забезпечення маркетингової діяльності підприємств в умовах геополітичних викликів XXI ст.

Білик Сергій,
наук. кер. – Чаплінський Юрій 222

Формування комплексу маркетингу торговельного підприємства

Братівник Андрій,
наук. кер. – Чаплінський Юрій 223
Сутність та значення маркетингової стратегії у діяльності підприємства

Василевський Роман,
наук. кер. – Чаплінський Юрій 225
Формування маркетингової комунікаційної політики підприємства

Владиченко Костянтин,
наук. кер. – Чаплінський Юрій 226
Маркетинговий менеджмент підприємства торговельної сфери

Івасюта Роман,
наук. кер. – Чаплінський Юрій 228
Управління маркетинговою діяльністю підприємства страхової сфери

Пропадистий Дмитро,
наук. кер. – Чаплінський Юрій 230
Інструменти системи маркетингових комунікацій підприємства

Равлюк Сергій,
наук. кер. – Чаплінський Юрій 231
Механізм маркетингового управління діяльністю підприємства

Римар Богдан,
наук. кер. – Чаплінський Юрій 233
Розробка системи ціноутворення підприємства з продажу цифрової техніки для стимулювання збуту у ритейлі

Сіманюк Володимир,
наук. кер. – Королюк Юрій 235
Фінансові стратегії управління маркетинговою діяльністю віртуального магазину в умовах глобальних криз: відновлення, оптимізація та адаптація

Швейко Микола,
наук. кер. – Чаплінський Юрій 237
Особливості формування маркетингового механізму на підприємствах

Янчишин Ярослав,
наук. кер. – Чаплінський Юрій 238
Роль маркетингових комунікацій у діяльності підприємства

Трансформація сфери гостинності в умовах воєнного та повоєнного часу

Андронік Володимир,
наук. кер. – Чаплінський Юрій 241
Формування конкурентних переваг підприємства ресторанного бізнесу

Бензель Дмитро,
наук. кер. – Чаплінський Юрій
Формування конкурентоспроможності підприємства ресторанного бізнесу 242

Біла Анастасія,
наук. кер. – Паламарек Каріна 244
Розвиток індустрії гостинності під впливом кризових явищ

Загарія Ігор,
наук. кер. – Мустеца Ірина
Розвиток туристичної галузі в післявоєнний період 245

Чумак Денис,
наук. кер. – Паламарек Каріна
Актуальність створення готельного господарства з реабілітаційним центром для відновлення військовослужбовців 248

Яковенко Ольга,
наук. кер. – Паламарек Каріна
Маркетингові інноваційні в готельному господарстві в умовах війни 250

Олексій Андронік,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
Ігор Вальчук,
І курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ІНОЗЕМНИЙ КАПІТАЛ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Сьогодні банківська система – це складна і цілісна система, що складається із сукупності елементів, з урахуванням їх адекватності та взаємодії, яка має здатність розвиватися як єдине ціле, у процесі розвитку вона зазнавала послідовних змін.

Вітчизняна банківська система завжди чутливо реагувала на всі кризи й інші зовнішні виклики за час незалежності України. Так, якщо в 2014 р. у країні було 180 банків, то в 2015 р. – вже 163, у 2016 р. – 117 банків, тобто за два роки було ліквідовано 63 банківські установи чи 38 %. Тенденція зменшення кількості банків в Україні спостерігається дотепер – на цей час в Україні діють 67 банківських установ, що на 5,6 % менше, ніж у попередньому (2022) році. Тенденція зменшення кількості банківських установ спостерігається в основному для банків з іноземним капіталом. Так, якщо на початок 2022 р. було 33 банківські установи з іноземним капіталом, то на початок 2023 р. їх стало вже 30.

OTP Bank – один з найбільших українських банків зі 100%-им іноземним капіталом, визнаний лідер фінансового сектору країни, член європейської фінансової групи, що працює в 12 країнах. На вітчизняному ринку успішно працює понад 20 років, має стійку репутацію соціально відповідальної, надійної та стабільної фінансової установи, що пропонує корпоративним і приватним клієнтам фінансові послуги європейської якості. Акціонерами OTP Group є угорські інвестори (48,83%), іноземні компанії та приватні особи, міжнародні організації (50,57%), співробітники OTP Group (0,55%) та урядові організації (0,05%).

Незважаючи на ескалацію військових дій, у 2022 році активи ОТП Банку продовжили суттєво зростати і досягли рівня 91,0 млрд. грн., що на 30,3% більше, ніж на початку року. Рентабельність активів знизилася до рівня 0,74% у річному вираженні. Суттєво на зниження рівня прибутковості вплинули витрати на формування резервів у сумі 5,7 млрд. грн.

Протягом 2022-го року працюючий кредитний портфель зменшився на 21,7%, до 32,2 млрд. грн. Таке значне зниження зумовлене як погашенням кредитів, зменшенням обсягів надання нових кредитів, так і в результаті погіршення якості портфеля.

Завдяки збільшенню довіри до ОТП Банку, привабливості депозитних продуктів і програм лояльності у 2022 році кошти юридичних та фізичних осіб зросли на 36,2% й досягли рекордного рівня – 77,7 млрд. грн.

Шляхи удосконалення за темою дослідження. Виділяють три основні напрямки діяльності для створення фінансово потужного та конкурентоспроможного банківського сектора, як основи запобігання негативного впливу з боку іноземних банків:

– рекапіталізацію;

– організаційні зміни у напрямі підвищення ролі державних банків, регіональних банків та посилення спеціалізації окремих банків;

– стимулювання банків до підвищення ефективності ведення бізнесу (банки мають змістити акценти системи показників ефективності від розширення частки ринку до якості доходів та ефективності витрат).

Серед регулятивних заходів, рекомендованих для застосування у достатньо відкритій банківській системі України, можна знайти ряд протекціоністських заходів та обмежень:

– обмеження частки іноземного капіталу в банківській системі;

– обмеження присутності іноземного державного капіталу;

– обмеження частки іноземців в органах управління банків;

– квотування банківських інвестицій з однієї і тієї ж країни;

– обмеження частки іноземців в органах управління банків; підтримка вітчизняних банків;

– обмеження притоку іноземного капіталу за міжнародним рейтингом інвестора чи країни базування, у тому числі заборона для банків з офшорних зон;

– сприяння розвитку банків з державним капіталом та збільшення їхньої частки у банківській системі, шляхом до капіталізації;

– включення в зобов'язання іноземних банків надання пільгових кредитів компаніям АПК, високотехнологічного сектору економіки, або сфери малого та середнього бізнесу;

– посилення обов'язкового нормативу максимального розміру кредиту, виданого одному інсайдеру виключно для банків з участю іноземного капіталу.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Святослав Антонійчук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Сучасні економічні та фінансові труднощі в Україні вимагають розгляду та вдосконалення підходів до управління фінансами з урахуванням нових викликів зі сторони непередбачуваного зовнішнього середовища. Особливу увагу слід приділити оперативності та результативності управлінських рішень, що можна забезпечити за допомогою сучасних інструментів, таких як діагностування.

Для суб'єктів малого підприємництва, які є більш вразливими порівняно з великим бізнесом, важливо враховувати особливості фінансового менеджменту. Важливість цього питання для малих підприємств особливо актуальна, оскільки вони мають менший потенціал, обмежену фінансову міцність та ресурси для росту [1].

Незважаючи на вагу фінансового менеджменту, відзначається відсутність єдиного тлумачення цього поняття, особливо в контексті його застосування у сфері малого бізнесу. Важливо уточнити сутність "фінансового менеджменту підприємства" з огляду на його розмір та специфіку управління фінансами суб'єкта.Питанням визначення змісту фінансового менеджменту підприємства займалися такі автори, як І. О. Бланк, Л. О.

Боцьора, Л. Д. Буряк, І. А. Воробйова, Л. Л. Калініченко, Л. О. Коваленко, Н. О. Кондратенко, Н. М. Михайличенко, Л. А. Лахтіонова, Я. П. Квач та інші.

Головною метою фінансового менеджменту у сфері малого бізнесу є забезпечення максимізації доходу власників як у поточному, так і в перспективному періоді. Основними завданнями фінансового менеджменту є забезпечення стабільної ліквідності, максимізація рентабельності капіталу та мінімізація ризиків, що відображено у класичному управлінському трикутнику цілей.

При ухваленні управлінських рішень у фінансовій діяльності підприємств враховуються зовнішні та внутрішні фактори. Зовнішнє середовище включає фінансову політику держави, законодавчу базу, асортиментну і цінову політику конкурентів і постачальників, а також фінансовий стан споживачів та фінансові стратегії посередників та інвесторів [2].

Процес розробки та впровадження фінансових рішень включає підготовку інформаційної бази, розробку фінансових рішень, їх ухвалення та виконання, контроль за виконанням, а також оцінку результатів. Головні завдання фінансового менеджменту включають забезпечення необхідних фінансових ресурсів для виконання завдань економічного та соціального розвитку, ефективне використання ресурсів, оптимізацію грошового обороту, максимізацію прибутку, мінімізацію ризику та підтримання сталої фінансової рівноваги.

Забезпечення сталої фінансової рівноваги включає високий рівень фінансової стійкості та платоспроможності, досягається формуванням оптимальної структури капіталу і активів та високим рівнем самофінансування. Ефективний фінансовий менеджмент сприяє високим темпам економічного і соціального розвитку, підвищенню конкурентоспроможності на ринку та стабільному стратегічному росту добробуту власників. Функції фінансового менеджменту поділяються на керуючі і керовані [3].

Функції суб’єкта управління зводяться до управлінського впливу на цілеспрямоване функціонування об’єкта управління. Вони складаються з планування і прогнозування, організації, регулювання, мотивації і стимулювання, аналізу й контролю.

Однією з особливостей фінансового менеджменту у малому бізнесі є відсутність окремого суб'єкта з чітко визначеним колом посадових обов'язків. Фактично, керівник (власник) та, частково, бухгалтер виступають фінансовими менеджерами. Для досягнення стратегічної мети діяльності суб'єкта малого бізнесу важливо виконати дві базові функції: мобілізацію фінансових ресурсів та їх ефективний розподіл.

Розподіл ресурсів між різними напрямками діяльності підприємства повинен відповідати основній меті його діяльності – максимізації добробуту власників. Ефективність управління активами підприємства оцінюється відповідно до цієї мети. Формування фінансових ресурсів є важливою функцією управління фінансами, а їх джерелами є внутрішні і зовнішні, кожне з яких має свої характеристики (ціна, термін використання, доступність). На основі цих характеристик визначається оптимальне співвідношення джерел фінансування суб'єкта господарювання.

Функції управління фінансовими ресурсами, їх мобілізацією і розподілом, взаємозалежні. При прийнятті рішення про інвестування фінансових ресурсів у конкретний актив, необхідно забезпечити їх фінансування, що впливає на саме рішення про інвестування.

Фінансовий менеджмент на підприємствах реалізується за допомогою методів та важелів фінансового механізму. Практична реалізація фінансового менеджменту на підприємствах вимагає фінансового регулювання через державне нормативно-правове регулювання, ринковий механізм та внутрішній механізм регулювання окремих аспектів фінансової діяльності підприємства.

Управління фінансами у суб’єкта малого бізнесу визначається рядом особливостей. Більшість малих підприємств не має можливості емітувати акції, а власний капітал формується за рахунок внесків власників і прибутку від господарської діяльності.

Дефіцит фінансових ресурсів обмежує їхнє прагнення розширювати діяльність, а основним джерелом фінансування операційної діяльності служить кредиторська заборгованість та короткострокові кредити банків.

У світовій практиці існують чинники, що визначають відмінності у фінансовому управлінні малим бізнесом порівняно з великим. Це включає особливу мотивацію керівників-власників малих підприємств, стратегічні цілі, обмежені ресурси та потужності, менш розвинені системи управління, високий рівень фінансових ризиків, несистематичність менеджменту та використання нетрадиційних методів управління [4].

Фінансовий менеджмент вітчизняних малих підприємств має свої особливості, такі як кваліфікаційний бар'єр суб'єктів малого підприємництва, обмеженість ресурсів і залежність від внутрішніх джерел фінансування, простота організаційно-фінансової структури та елементарність операцій.

Фінансовий менеджмент передбачає застосування методів та важелів фінансового механізму, таких як фінансове планування, прогнозування, аналіз, контроль та інші. Система організаційного забезпечення фінансового менеджменту включає у себе всі організаційні структури, які здійснюють управління фінансами, такі як фінансові управління підприємства.

Організація фінансового менеджменту на малих підприємствах залежить від їхньої організаційно-правової форми та масштабів діяльності, впливає на фінансові взаємовідносини з державою та іншими сторонами, умови формування капіталу, розподільчі відносини та ступінь фінансової відповідальності. Таким чином, організація фінансового менеджменту на малих підприємствах є складним та багатогранним процесом, де головним завданням є ефективне управління фінансовими ресурсами з метою забезпечення безперервного процесу виробництва.

Список використаних джерел:

1. Бланк І. А. Управління фінансовими ресурсами підприємства: навч. посіб. / І. А. Бланк – К.: Ольга, 2011. – 574 с.

2. Воробйова І. А. Операційний аналіз у фінансовому менеджменті малого бізнесу : особливості та застосування / І. А. Воробйова // Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова. – 2014. – с. 1-21.

3. Данілов О. Д. Фінанси підприємств у запитаннях і відповідях. Навч.посіб. / О. Д. Данілов, Т. В. Паєнтко. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 256 с.

4. Крайник О. П. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / О. П. Крайник, З. В. Клепкова. – Львів: Інтелект, 2009. – 394 с.

5. Кремень О. І. Фінанси. Навч. посіб. / О. І. Кремень, В. М. Кремень. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 416 с.

Дмитро Банарь,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Любов Гут,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Запорукою виживання підприємства в умовах невизначеності є вміле розпорядження активами і пасивами, оперативне маневрування вільними ресурсами, своєчасний розрахунок по зобов'язаннях. Саме тому на кожному підприємстві необхідно розробити ефективну систему управління, адаптовану до особливостей функціонування даного підприємства на ринку, завдань його фінансової стратегії та політики. Така

система повинна забезпечити наявність необхідної інформаційної бази для проведення ґрунтовного аналізу фінансового стану з врахуванням всіх факторів, що його визначають, проведення аналізу і розробку заходів щодо його покращення у майбутньому.

Управління фінансовим станом – це управління фінансами підприємства, направлене на досягнення його мети за допомогою певних методів, які забезпечують реалізацію заходів фінансової політики підприємства: прогнозування, планування, регулювання, контроль. Науковцями запропоновано два підходи до управління фінансовим станом підприємства:

1) вдосконалення організації управління підприємством вцілому (в тому числі і фінансовим станом), при цьому покращення фінансового стану підприємства розглядається як бізнес-процес або комплекс послідовних етапів і дій. Визначальним є підбір працівників для створення спеціальної команди з організації покращення фінансового стану

2) вдосконалення інструментарію управління фінансами підприємства: вдосконалення планування фінансових ресурсів; проведення діагностики фінансового стану підприємства; вдосконалення методології та методичного забезпечення його оцінки; створення системи фінансового моніторингу на підприємстві [1, с. 243].

Терещенко О.О. стверджує, що головне завдання управління фінансовим станом на підприємстві полягає в оперативному виробленні таких рішень, які дозволили б досягти бажаного результату при мінімальних додаткових коштах та при мінімальних негативних наслідках за умови проведення постійного моніторингу фінансово-економічного стану підприємства, розробки управлінської, фінансової та маркетингової стратегій, скорочення постійних та змінних витрат, підвищення продуктивності праці, залучення коштів засновників, посилення мотивації персоналу [4, с. 106].

На погляд Бланка І. А. система моніторингу представляє собою розроблений на підприємстві механізм постійного спостереження за показниками фінансової діяльності, визначення розмірів відхилень фактичних результатів від передбачених та виявлення причин цих відхилень. Автор виділяє такі основні етапи фінансового моніторингу: постановка мети; планування спостереження; збирання, групування й узагальнення інформації; аналіз та оцінювання параметрів господарської діяльності; визначення її сильних та слабких сторін; підготовка та удосконалення рекомендацій для ухвалення управлінських рішень; контроль результатів дій і формування інформації для подальшого спостереження та використання.

Сформулюємо основні завдання, що лягли в основу концепції фінансового моніторингу: 1) оцінка фінансового стану підприємства шляхом в ивчення взаємозв'язку між різними показниками фінансової діяльності; 2) розробка моделі фінансового стану за наявності різних варіантів використання ресурсів; 3) розробка та реалізація заходів з метою зміцнення фінансового стану підприємства.

Фінансовий моніторинг фінансового стану використовується для формування фінансової стратегії. Поддєрьогін А. М. розглядає під фінансовою стратегією підприємства розуміється формування системи довгострокових цілей фінансової діяльності і вибір найефективніших шляхів їх здійснення [2, с. 14]. При розробці фінансової стратегії на підприємствах обґрунтовуються стратегічні нормативи, до яких відносять: середньорічний темп зростання власного капіталу, рівень рентабельності власного капіталу, співвідношення оборотних та необоротних активів, мінімальний рівень ліквідності активів, коефіцієнт автономії, співвідношення довгострокових та короткострокових зобов'язань підприємства тощо [1, с. 18].

До основних компонентів стратегії управління фінансовим станом підприємства слід віднести: збір і систематизацію необхідної інформації, оцінювання фінансового стану, впровадження розроблених заходів.

Запропоновані компоненти стратегії управління фінансовим станом є

взаємопов'язаними, адже постійно діюча система забезпечить ефективне управління фінансовим станом, що, у свою чергу, позитивно впливатиме на загальну стратегію та місію підприємства.

Отже, впровадження системи управління фінансовим станом дасть змогу забезпечити ефективну господарську діяльність підприємству за умови його ресурсного збалансування, раціонального використання фінансових ресурсів, а також досягти відповідний рівень фінансової рівноваги.

Список використаних джерел:

1. Момот Т. В., Безугла В. О., Тарарусв Ю. О. та ін. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2011. 712 с.

2. Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент: підручник. Київ: КНЕУ, 2005. 535 с.

3. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: Монографія. Київ: КНЕУ, 2006. 268 с.

Михайло Бігусяк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

КОМЕРЦІЙНІ БАНКИ НА ВАЛЮТНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ: СУТНІСТЬ ОПЕРАЦІЙ ТА МЕХАНІЗМ ЇХ ЗДІЙСНЕННЯ

Одним із напрямів банківської діяльності є валютні операції банків, які банківські установи виконують зі значними ризиками, оскільки вони є одночасно і покупцями, і продавцями валюти.

Валютні операції проводяться як на замовлення та за рахунок клієнтів, так і для задоволення власних потреб банку. Здійснення валютних операцій та проведення валютної політики є однією з найпоширеніших операцій банківських установ. У реальному житті валютні курси дуже рідко вдається більш чи менш довго втримати на одному й тому самому рівні.

Отже, валютний ризик існує майже завжди, коли здійснюються операції з іноземною валютою. Проте, незважаючи на вже відомі на сьогодні результати управління валютними операціями, сучасні проблеми у цій сфері вимагають більш глибокого дослідження теоретичних аспектів управління валютними операціями банку в умовах інноваційного розвитку.

В 2022 р. через катастрофічні наслідки воєнних дій та суттєве погіршення кредитного портфелю банківська система України отримала сукупний прибуток втричі менший, ніж у 2021 р. Найкраще рік завершив ПриватБанк із прибутком в 30,3 млрд. грн. В 2020–2023 рр. банк стабільно посідав перше місце за обсягом прибутку. Найбільші збитки з усіх банків отримали Укргазбанк і Укрексімбанк (відповідно 2,76 млрд. грн. і 6,89 млрд. грн.).

Загальний прибуток українських банків за січень-травень 2023 р. склав 53,59 млрд. грн. Це у 2,2 рази більше показника відповідного періоду 2021 р. Такий результат став найкращим не лише за останні п'ять років, а й за всю історію незалежності України. Наразі збитковими є лише 9% установ. Головні чинники прибутковості сектору – зростання доходів в результаті поступового відновлення банківської діяльності та порівняно несуттєві обсяги доформування резервів.

На державні банки сьогодні припадає понад половина чистих активів банківської системи: ПриватБанк (549,7 млрд. грн.), Ощадбанк (272,2 млрд. грн.), Укрексімбанк (236,2 млрд. грн.), Укргазбанк (132,05 млрд. грн.). Через значні надходження коштів

населенню, зокрема завдяки державним соціальним виплатам, виплатам військовослужбовцям (лідерами за цим показником є Ощадбанк та ПриватБанк), триває зростання частки державних банків у депозитному портфелі фізичних осіб – 60,6% на початок 2023 р. Під час пандемії Covid-19 та війни вкладники вважали державні банки менш ризиковими, ніж приватні, сподіваючись на підтримку держави в разі суттєвих проблем з капіталом чи ліквідністю.

За даними НБУ на 01.01.2023 р. найбільший кредитний портфель мали Ощадбанк (83,2 млрд. грн.), Укрексімбанк (83 млрд. грн.), ПриватБанк (71,4 млрд. грн.), Укргазбанк (65,3 млрд. грн.), Райффайзен Банк (61,8 млрд. грн.). Тобто частка кредитного портфелю державних банків у сукупному кредитному портфелі банків становить 29%.

У контексті стратегії розширення валютної діяльності пропонуємо банку дотримуватись таких підстратегій як:

– позиціонування (орієнтуватися на певні сегменти ринку), наприклад, надання певних валютних операцій ширшому колу споживачів; обслуговування певних груп клієнтів, шляхом надання ширшого спектру валютних послуг; а також позиціонування щодо потреб ринку, тобто вдосконалення та розширення тих видів валютних операцій, в яких найчастіше виникає потреба на тому чи іншому ринку;

– транснаціоналізація, яка може відображати як ресурсопошукові, направленні на залучення іноземних капіталів, так і ринково-пошукові орієнтири, що визначатимуть принципи побудови та підтримки кореспондентських відносин з іноземними банками з метою освоєння нових ринків. Наявність розвинутої мережі кореспондентських відносин – умова успішної роботи будь-якого банку, що функціонує на міжнародному рівні. Проте не ватро дотримуватись політики максимізації кількості кореспондентських рахунків, до їх побудови слід підходити зважено та прагматично, врахувавши те, що у провідних міжнародних банків добре розвинена кореспондентська мережа, тому достатньо працювати з лише декількома.

Очевидним є те, що впровадження та розвиток певних видів валютних операцій залежить не лише від зусиль комерційних банків, але і від підтримки з боку держави та НБУ. Тому основні зусилля комерційним банкам слід спрямувати на:

1) переорієнтацію із очікувачів змін на активних та наполегливих ініціаторів вдосконалення валютного, банківського, податкового та іншого законодавства, що впливає на процеси валютної діяльності, висуваючи при цьому власні пропозиції та зауваження щодо чинної та впровадження нової законодавчої і нормативно-правової бази;

2) вивчення міжнародного досвіду щодо методологій ведення валютних операцій, пошук можливостей їх адаптації та впровадження у вітчизняну практику;

3) розробку нових валютних послуг, актуальних для вітчизняного валютного ринку. Вітчизняні банки повинні бути на крок попереду від сьогодення і мати готовий продукт, щоб його професійно та якісно пропонувати клієнтам одразу як це стає можливим;

4) вдосконалення маркетингової діяльності у просуванні новинок валютного обслуговування до існуючого та потенційного кола клієнтів.

Успішне вирішення вище поставлених завдань дозволить вітчизняним банкам вийти на вищий рівень ведення валютної діяльності, зміцнити власні позиції на валютному ринку. Проте чимало у даному процесі залежить від ряду чинників, вирішення яких неможливе без реалізації програм підтримки з боку НБУ та держави. Тому важливим є пошук ефективних способів забезпечення державної підтримки та реалізації регулятивних заходів Національного банку України, спрямованих на оптимізацію функціонування комерційних банків у системі валютних відносин.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Григорій Білав'юк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Ілля Грицюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ ВІДКРИТОСТІ ТА ЇЇ РЕГУЛЮВАННЯ

На нинішньому етапі такі теоретичні висновки та прикладні і практичні рекомендації щодо застосування встановлених раціональних заходів контролю над транскордонними потоками руху капіталу, потенціал волатильності яких постійно продовжує зростати, сьогодні мають переважно частково фрагментарний та ситуативний її характер і відтягують поширене на встановленому докризовому етапі наше уявлення про встановлену переважну корисність всієї фінансової відкритості як однієї з цілей економічної сучасної політики [1].

Фінансова відкритість несе як переваги, так і ризики. Щоб наслідки фінансової відкритості не виходили надто дорогим і витратним для національної економіки, результати порівняння її ризиків та переваг повинні знаходити своє відображення у її регулюванні.

Сьогодні, економіка України системно недоінвестована, так за останні тридцять років було економікою накопичено близько 50 млрд дол. ПІІ (прямі іноземні інвестиції), тоді як за 30 років держава Польща накопичила приблизно 240 млрд дол. ПІІ.

Що стосується прямих інвестицій України, то вони у 2022 році були майже втричі меншими ніж приватні грошові перекази в нашу країну – і склали - 1152,0 млрд. дол. Поточний стан, за якого надходження від українських заробітчан в рази перевищують іноземні інвестиції, а бажання іноземних інвесторів інвестувати в Україну є низьким, слід змінити.

Долаючи шлях до фінансової відкритості та побудови системи контролю за потоками капіталу в Україні потрібно зважено враховувати наявність потужного зовнішнього інтеграційного чинника. Дія цього чинника проявляється як через заходи євроінтеграції, так і через продовження співпраці з МВФ. Посилення євроінтеграційного вектора відкриває певні перспективи отримання проєктної допомоги та несе додаткові ризики з огляду на зростання припливу європейського капіталу і спрощення умов вивозу вітчизняного.

Слід модернізувати підхід щодо формування політики державного забезпечення розвитку фінансового сектора, який потрібно зорієнтувати не на розвиток його сегментів, а насамперед на формування повноцінного інституціонального середовища. Лише в умовах дієвого інституціонального середовища може відбуватися розбудова функціональної структури фінансових ринків із сучасними інститутами та інструментами. Визначальну роль відіграє економічна динаміка та структурнофункціональні параметри розвитку інституціонального середовища фінансового сектора. Саме їх потрібно покласти в основу етапів руху транзитивної економіки до фінансової відкритості. Слід орієнтуватися на такі параметри макроекономічної динаміки як фактори, що визначатимуть доцільність поглиблення або обмеження стану фінансової відкритості економіки. Відповідно, формування політики контролю фінансової відкритості є важливим елементом забезпечення фінансової

інтеграції. Така політика повинна об'єднати потенціал фіскальної, монетарної та видів регуляторних політики в різних сегментах фінансових ринків [3].

Сьогодні Україні, щоб привабити іноземних інвесторів, насамперед, треба починати з активних дій держави які спрямовані на зміну політичного, економічного поля в країні, що стимулюватиме зростання іноземного капіталу, та дозволить підвищити конкурентні позиції національної економіки на міжнародному ринку. Перспективами подальших розвідок у даному напрямі є дослідження зарубіжного досвіду регулювання інвестиційної діяльності та з залучення іноземних інвестицій в національну економіку.

Список використаних джерел:

1. Бударна В. Інвестиційна політика України: досвід законодавчого забезпечення. Економіка та право. 2018. №. 2. С. 41-49.

2. Оболенський О. Ю. Перспективи залучення прямих іноземних інвестицій у національну економіку. Економіка і регіон. 2014. № 3 (46). С. 8-14.

3. Олійник Я. В., Чижикова О. В. Інституціональне забезпечення трансфертного ціноутворення: глобальний контекст і перспективи для України. Фінанси України. 2019. №. 2. С. 99-110.

4. Global Index of Economic Openness. Legatum Institute in partnership with Templeton World Charity Foundation. May 2019. URL: https://li.com/wp-content/uploads/2019/05/GIEO-2019-2.pdf

Любов Боднарук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

БАНКИ З ІНОЗЕМНИМ КАПІТАЛОМ: ПРИБУТКИ ПОПРИ ВІЙНУ

Процес «глобалізації», через механізми іноземних інвестицій, проявляється у взаємопроникненні окремих національних економік у вигляді вільного переливання фінансового капіталу між національними та регіональними ринками капіталу. Банки як фінансові андеррайтери забезпечують збалансування інтересів суб'єктів господарювання та дрібних інвесторів з контрагентами, які шукають вільних інвестиційних ресурсів на фінансовому ринку країни.

Присутність в економіці будь-якої держави значних обсягів іноземного капіталу є ознакою макроекономічної стабільності, високого рівня довіри інвесторів до її законодавчої, виконавчої та судової гілок влади. Проте важливе значення при цьому має рівень політичної стабільності та незалежності країни, а не рівень розвитку її демократії.

Наявність обмежень щодо присутності іноземного капіталу у банківській системі країни є неефективним ні з економічних, ні з політичних позицій. Однак при його наявності потрібно підтримувати та передбачати можливості для реальної конкуренції вітчизняних банків з іноземними фінансовими установами. Проте є очевидним і той факт, що основною метою іноземних інвесторів виступає не підвищення добробуту населення країни-реципієнта, а максимізація прибутку власників та акціонерів. Саме тому результат діяльності таких установ може бути досить неоднозначним.

Відповідно до законодавства України, а саме ЗУ «Про банки і банківську діяльність», банк з іноземним капіталом (bank with foreign capital) – банк, у якому частка капіталу, що належить хоча б одному іноземному інвестору, становить не менше 10%. Поряд з поняттям банку з іноземним капіталом виділяють поняття «іноземний банк».

Перспективи та наслідки присутності іноземного капіталу у вітчизняному банківському секторі неоднозначні, оскільки головною метою іноземних інвесторів є не

підвищення добробуту населення, а максимізація прибутку для своїх акціонерів, тому економісти ще не сформулювали єдиного висновку щодо ефективності функціонування іноземного капіталу в банківській системі України.

OTP Bank – один з найбільших українських банків зі 100%-им іноземним капіталом, визнаний лідер фінансового сектору країни, член європейської фінансової групи, що працює в 12 країнах.

На вітчизняному ринку успішно працює понад 20 років, має стійку репутацію соціально відповідальної, надійної та стабільної фінансової установи, що пропонує корпоративним і приватним клієнтам фінансові послуги європейської якості. За визнанням низки провідних видань, регулярно входить до трійки найстійкіших банківських установ України, має найвищий довгостроковий кредитний рейтинг за Національною рейтинговою шкалою від агентства Кредит-рейтинг навіть у період воєнного стану.

Акціонерами OTP Group виступають угорські інвестори (48.83%), іноземні компанії та приватні особи, міжнародні організації (50.57%), співробітники OTP Group (0,55%) та урядові організації (0,05%).

Не зважаючи на ескалацію військових дій у 2022 році активи ОТП Банку продовжили суттєво зростати і досягли рівня 91,0 млрд грн, що на 30,3% більше, ніж на початку року. Рентабельність активів знизилася до рівня 0,74% у річному вираженні. Суттєво на зниження рівня прибутковості вплинули витрати на формування резервів у сумі 5,7 млрд грн. Якість кредитного портфелю знизилися через широкомасштабну ескалацію воєнного конфлікту. Банк суттєво знизив апетит до ризику, але відновив надання нових кредитів як юридичним так і фізичним особам.

За підсумками 2022 року ОТП Банк увійшов у ТОП-10 (8-ме місце) найбільших банків України за рівнем чистих активів та посів 8-ме місце за рівнем чистого прибутку. Ринкова частка чистих активів на кінець 2022-го року досягла 3,87% (проти 3,40% роком раніше). При цьому і активи, і фінансовий результат перевищили відповідно планові показники.

Світовий досвід засвічує, що для дієвого регулювання процесу зростання присутності іноземного капіталу в банківському секторі необхідно чітко усвідомлювати мотиви їх входження, серед яких виділимо:

– прагнення до захоплення нових ринків і отримання високого прибутку;

– можливість використання потенціалу розвитку ринку роздрібних банківських послуг;

– використання сприятливішого регуляторного середовища в умовах неповного впровадження міжнародних стандартів банківського регулювання, порівняно слабкого нагляду і ліберального ліцензування;

– прагнення до розширення бізнесу, яке складно реалізувати в материнській країні через велику конкуренцію та обмеженість вільних ресурсів.

На нашу думку, вирішення виявлених стратегічних проблем регулювання іноземного капіталу в БСУ повинне розпочинатися із централізованого й громадського контролю за дотриманням регуляторами таких принципів:

1) принцип найвищої пріоритетності національних інтересів;

2) принцип системності, що передбачає узгодженість стратегічних цілей між собою та їх відповідність загальноекономічному курсу держави;

3) принцип обачності, що реалізується шляхом постійного моніторингу та прогнозування іноземного впливу;

4) принцип реальності виконання стратегічних програм.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

4. Мороз А. М. Банківські операції : підручник. / за ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Мороза. К. : КНЕУ, 2000. 384 с.

Станіслав Бойко,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК РИНКУ ТРАНСПОРТНОГО СТРАХУВАННЯ

Стратегія розвитку економічної науки на фоні динамічних реалій сучасного економічного життя визначає необхідність дослідження теоретико-методологічної основи розвитку ринку автотранспортного страхування. Страховий ринок України переживає нині період дестабілізації, пов'язаний із поглибленням фінансово-економічної рецесії. Показники діяльності великої кількості страхових компаній є мінливими, а ринок у цілому мінливий. Унаслідок зростання нестабільності страхового ринку розробка ефективного механізму регулювання його розвитку, а також оцінка рівня фінансової безпеки, зокрема досліджуваного виду діяльності, досить ускладнені. При цьому завдання досягнення фінансової безпеки в умовах швидкої змінності економічного середовища, його неоднорідності й невизначеності є нагальним та актуальним. Зазначене безпосередньо стосується окремих сегментів страхового ринку, зокрема автотранспортного страхування, оскільки зазнають найбільшого впливу від негативних зовнішніх та внутрішніх небезпек й загроз.

Попри зменшення кількості компаній, обсяг активів страховиків в 2022 р. порівняно з 2021 р. вдалося не лише не зменшити, а й наростити на 9,5%. Найбільший приріст спостерігається в третьому кварталі, найменший в другому.

Позитивна тенденція також, простежується за розміром страхових резервів, які було збільшено на 12,6%, найбільше значення за рік в порівнянні з аналогічним періодом минулого року, було в третьому кварталі, найменше в другому.

Попри зростання активів страхових компаній та розміру страхових резервів, варто зазначити негативні тенденції щодо скорочення страхових премій, отриманих страховиками. Зменшилися й страхові виплати, що обумовлено «заморожуванням» частини страхових договорів внаслідок введення воєнного стану, отже відбулося й зменшення показника рівня виплат. За даними НБУ найбільш істотне падіння показників спостерігалося саме в першому кварталі 2022 р., з початком повномасштабного вторгнення, а вже в третьому кварталі 2022 р. відзначилися нарощуванням страхових премій. За рік повномасштабної війни виплати за договорами з ризикового страхування зменшилися на 29,26%, зі страхування життя лише на 6,76%.

В страховому портфелі за 2020–2022 рр. найбільша кількість залучених премій традиційно припадає на автострахування. Отримані премії «Зеленої картки», виступили драйвером підтримки ринку і в порівнянні з 2021 р. збільшилися на 2,2 млрд. грн., тобто вдвічі, відповідно зі збільшенням премій відбулося й збільшення виплат на 0,2 млрд. грн. Попит на цей вид страхування актуалізувався, оскільки багато українців виїхали на своїх автомобілях за кордон.

Також, збільшення надходжень спостерігається за страховим пакетом «Від нещасних випадків», інші види страхових продуктів продемонстрували спад: найбільше скорочення спостерігається в медичному страхуванні (-2,8 млрд. грн.), страхуванні майна та вогняних ризиків (-2,5 млрд. грн.). КАСКО хоч і продемонструвало зниження на 2,2 млрд. грн., але його варто віднести до позитивних змін, оскільки за даним видом страхування у 2022 р. було залучено найбільше страхових премій в сумі 8,4 млрд. грн.

В аналізованому періоді обсяги бізнесу ТДВ «СК «ГАРДІАН» продовжили зростати. Зокрема, обсяги валових премій, отриманих Страховиком за 2022 рік, виросли порівняно з 2021 роком на 37,43% до 922,8 млн. грн., а його чисті премії збільшились на 40,23% до 855,98 млн. грн. При цьому, до ТОП-3 видів страхування за обсягами премій за підсумками 2022 року в ТДВ «СК «ГАРДІАН» можна віднести: страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів (за міжнародними договорами), на яке припадало 46,5% від загальної суми страхових премій, ОСЦПВВНТЗ (Обов'язкове страхування цивільно–правової відповідальності власників наземних транспортних засобів) (32,1% премій) та страхування медичних витрат (10,2% премій). Рівень виплат ТДВ «СК «ГАРДІАН» за підсумками 2022 року в порівнянні з 2021 роком знизився на 3,37 п.п. і склав 18,33%.

Аналізуючи перспективи розвитку страхової діяльності під час війни, дослідники погоджуються з правомірністю віднесення воєнних дій до категорії «форс-мажорних» обставин, проте наявність таких обставин не може звільнити страхові компанії від виплати відшкодування. Звільненню підлягає лише відповідальність за порушення зобов'язань, якщо воно мало місце внаслідок дії обставин непереборної сили.

Страхові випадки, які сталася в наслідок дії воєнних ризиків, страховою компанією не покривається, проте всі інші за договорами відшкодовуються. Тому, аналогічно до ситуації коронокризи, в умовах воєнного стану страхові компанії почали пропонувати захист від воєнних ризиків. Пропонований захист від воєнних ризиків не є окремим продуктом, він представлений додатковою функцією до вже існуючого, або вдосконаленим продуктом, який покриває часткові ризики воєнних дій. В кожній запропонованій програмі існують особливі умови, які пов'язані зі ступенем завданого ризику; географічним обмеженням; лімітом страхового покриття.

Поки повноцінне страхування воєнних ризиків відсутнє, страхуванню підлягають невеликі об'єкти та фізичних осіб. Це пов'язано саме з величиною можливого збитку, який страхові компанії не в змозі будуть покрити. Саме обмеження в сумі є найбільшим стримуючим фактором, оскільки пропоноване покриття є дуже малим, тому премії за даними продуктами становлять невелику частину. Не зважаючи на наявні обмеження, отримання незначних компенсацій є кращим варіантом у порівнянні з нічим. Саме тому потреба в страхових продуктах, що надаватимуть покриття воєнним ризикам зростатиме. Одночасно існує необхідність створення дієвої системи перестрахування цих ризиків, оскільки воєнні ризики є дорогими й вимагають обов'язкового перестрахування.

Першим кроком у вирішенні проблеми страхування військових ризиків, на думку НБУ, є розподіл страхування воєнно-політичних ризиків на два етапи, оскільки створення комплексної системи страхування є досить тривалим процесом. На першому етапі НБУ пропонує запустити перехідну модель для швидкого старту страхування воєнно-політичних ризиків, в основу якої можуть бути закладені ключові пропозиції Агентства США з міжнародного розвитку (United States Agency for International Development, USAID) щодо створення трастового фонду за участю міжнародних партнерів та донорів. Другий етап передбачатиме створення довгострокової та повноцінної вітчизняної системи страхування воєнно-політичних ризиків або Воєнного страхового пулу України, призначенням якого буде накопичення коштів для майбутніх виплат та централізоване перестрахування ризиків на міжнародному ринку.

Список використаних джерел:
1. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Артем Боровик,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПОЛІТИКА НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Російське вторгнення призвело до жахливих людських втрат і страждань, катастрофічних наслідків для економіки України. Значна частина території країни була окупована, багато ключових підприємств і бізнесів зруйновані або повністю знищені. Ближче до зими країна постала перед серією безперервних ракетних атак, які знищували критичну інфраструктуру та вбивали мирне населення. Мільйони українців вимушені були переїхати у більш безпечні регіони України, або виїхали за кордон. У цих умовах було важливо забезпечити фінансову стабільність, безперебійне функціонування банківської та платіжної систем та безперебійної роботи державних фінансів і фінансової системи загалом.

В умовах війни першочерговими завданнями Національного банку України й усієї фінансової системи є максимальне забезпечення потреб оборони України та надійного функціонування фінансових ринків, безперебійної роботи банківської та платіжної систем. Відтак особливо важливо висвітлити та проаналізувати найбільш важливі взаємопов'язані аспекти функціонування Національного банку України, яким він приділив особливу увагу у першій фазі війни та приділяє її зараз, а також окреслити особливості функціонування банківської системи України і фінансових ринків в умовах війни та воєнного стану, проаналізувати надходження, розміри та напрями використання фінансової підтримки, наданої країнами-партнерами та Міжнародним валютним фондом.

Національний банк України терміново перерахував частину прибутку до розподілу в сумі майже 19 млрд. грн. до Державного бюджету України для фінансового забезпечення функціонування держави в умовах воєнного стану. У перші дні війни Національний банк України відкрив спеціальний рахунок для збору коштів на потреби армії та станом на 4 квітня перерахував на потреби військових 14,4 млрд. грн. Цей рахунок діє й зараз і кошти на потреби армії продовжують перераховуватися. Крім того, Національний банк України підтримує ліквідність банківської системи через механізм рефінансування, що дозволяє утримувати фінансову стабільність. Обсяги такої підтримки знаходилися в межах 55-60 млрд. грн. на місяць у перші вісім-дев'ять місяців з початку війни.

Станом на грудень 2022 року міжнародні резерви України становили 28,5 млрд. дол. США. Такий рівень міжнародних резервів був забезпечений, у першу чергу, завдяки міжнародним надходженням від міжнародних партнерів. Це 88% від композитного показника МВФ для необхідного рівня міжнародних резервів країн-членів МВФ. Цього практично достатньо для виконання зобов'язань України та поточних операцій уряду й Національного банку.

У 2022 році Україна отримала безпрецедентну світову фінансову підтримку біля 32 млрд. дол. США. Найбільше допомоги надали Сполучені Штати Америки - 12 млрд. дол. США, Європейський Союз -9,6 млрд. дол. США, Канади – 1,9 млрд. дол. США, МВФ 2,7 млрд. дол. США, та інших країн-партнерів. Крім того Україна отримала 3,1 млрд. дол. США завдяки розміщенню валютних ОВДП.

З початку воєнної агресії Національний банк України зафіксував обмінний курс гривні і в червні підвищив облікову ставку з 10% до 25%. Був упроваджений також комплекс заходів по обмеженню відпливу капіталу. Пізніше, у липні, обмінний курс був відкоригований та зафіксований на новому рівні 36,6 грн. за 1 долар США. Такі заходи дозволили стабілізувати ринковий курс, призупинили відплив депозитів із банківської системи, зменшили за інших рівних умов попит на іноземну валюту.

Але з іншого боку, високі ставки зробили кредити для суб'єктів господарювання більш дорогими. На жаль, уряд не став одразу підвищувати ставки по ОВДП до рівня ставок, які визначив для ринку Національний банк України. Така неузгодженість в процентній політиці Національного банку України та уряду призвела до того, що практично єдиним внутрішнім кредитором був Національний банк України, який вимушений був емітувати суттєві кошти на фінансування дефіциту державного бюджету. А аргументи уряду щодо зростання вартості обслуговування державного боргу при високих ставках виглядають менш вагомими щодо майбутніх ризиків, ніж пряма емісія Національного банку України на фінансування бюджетного дефіциту.

У воєнний період пріоритетами грошово-кредитної політики НБУ залишаються:

1. Забезпечення фінансової стабільності в рамках виконання видаткової частини державного бюджету. Однак тут необхідне посилення координації процентної політики НБУ з борговою політикою уряду задля підвищення привабливості ОВДП серед банків. Оскільки підняття ставки по ОВДП обтяжить обслуговування державного боргу, НБУ міг би адміністративно обмежити обсяг високоприбуткових депозитних сертифікатів пропорційно до менш дохідних ОВДП.

2. Розширення державних програм кредитування. У воєнний період немає інших доступних кредитних інструментів, крім компенсації процентних ставок державою.

3. Підвищення строковості депозитів. Цьому сприятимуть зменшення дохідності депозитних сертифікатів та підвищення нормативів обов'язкового резервування.

4. Запобігання відпливу капіталу. Повернення до валютної лібералізації поки не є актуальним в умовах воєнного стану. Запровадження плаваючого валютного курсу означало б зняття адміністративних обмежень на рух приватного капіталу, що спричинить його відплив з України, оскільки в умовах війни приплив капіталу забезпечується виключно за рахунок міжнародної фінансової допомоги.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Олександр Брагар,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

В умовах політичної та, в наслідок цього, економічної кризи важливо зазначити зростання ролі установ, які накопичують фінансові ресурси держави та контролюють

їхнє цільове використання. Однією з таких установ є Державна казначейська служба, її створення обумовлене необхідністю у ефективному управлінні значними фінансовими коштами. Метою було створення системи, яка була б об'єктивною і не зацікавленою ні в спотворенні даних обліку та звітності, ні в затримці платежів, ні в управлінні фінансовими ресурсами на власний розсуд. Введення системи казначейства стало об'єктивним процесом, а передача органам казначейства функцій з касового виконання бюджету за доходами та видатками є логічним розвитком.

Система казначейства займає ключове місце в управлінні фінансовими ресурсами держави та є основним фінансовим інститутом. Ця система внесла суттєві зміни в управління видатками державного бюджету. Робота системи казначейства викликала перетворення в організаційних структурах та правових відносинах між усіма учасниками бюджетного процесу, що приймають участь на кожному етапі [1].

Практика свідчить, що в сучасних умовах органи Державної казначейської служби є одними з найактивніших учасників у процесі управління державними та регіональними фінансовими ресурсами. Однак аналіз сучасного стану системи казначейства, включаючи її механізми, вказує на те, що існують методологічні та методичні аспекти, які залишаються невирішеними і потребують системного підходу. Зокрема, є нерозв'язаними проблеми обмеженості фінансових ресурсів і відсутності ефективних механізмів їх управління під час касового виконання державного бюджету, що призводить до необхідності нерозумних запозичень для покриття касових розривів, що виникають у процесі виконання бюджету, а також до втрат від невикористання тимчасово вільних державних фінансових ресурсів.

Аналіз наукових праць у сфері управління державними фінансовими ресурсами показав, що дослідженням теоретичних й практичних питань побудови та функціонування системи казначейства займалися такі вчені як Булгакова С.О., Василик О.Д., Огданський М.І., Павлюк К.В., Сушко Н.І., Стоян В.І, Тентюк В.П та інші. Доцільності участі в бюджетному процесі комерційних банків присвячено праці таких вчених як: Мороз А. М., Пуховкіна М. Ф., Савлук М. І., Токмакова В., Шамова В., та інших. Ефективність функціонування єдиного казначейського рахунку розглядається в працях українських вчених: Макуцького Р. Т., Пасічника Ю. В, Петрашка П. Г, Ракитського В. І., Сізової М. В., Стояна В. І, Чечуліної О. О, Юрія С. І., а також зарубіжних вчених: Альера М., Амантурова Е., Демидова О., Жибера Т., Сехінашвілі К. тощо.

Казначейство традиційно взаємодіяло з формуванням системи управління державними фінансами та виконувало ключову роль у вирішенні завдань, пов'язаних з витратами бюджетних коштів, наповненням бюджету та контролем за їх касовим виконанням. Походження казначейства випливало з розвитку економічних відносин у суспільстві та потреби в ефективному управлінні фінансовими ресурсами держави для виконання відповідних функцій.

Основним завданням казначейства, яке покладалося на нього як на організаційну структуру, було просте перерозподіл (управління) державних коштів. З розвитком економічних відносин функції казначейства почали ускладнюватися, поглиблюватися та розширюватися [2].

Ключовим елементом у системі казначейства є її механізм, який визначає координоване функціонування всієї системи. Основним завданням механізму системи казначейства є ефективне управління наявними фінансовими ресурсами, зокрема, казначейським обслуговуванням бюджету, для подальшої синхронізації фінансових потоків. У контексті існуючих визначень економічного та фінансового механізмів можна розглядати механізм системи казначейства.

Основні методи, які використовуються в механізмі системи казначейства, включають: метод екстраполяції; нормативний метод; балансовий метод; програмування або математичне моделювання, запозичені з бюджетного планування; метод експертної

оцінки; економетричне моделювання; побудова імітаційних моделей та складання сценаріїв з бюджетного прогнозування; економіко-математичні методи; програмно-цільовий метод; касовий метод; метод консолідації коштів на єдиному казначейському рахунку.

Через казначейське обслуговування здійснюється розрахунково-касове обслуговування розпорядників шляхом проведення платежів з реєстраційних, спеціальних реєстраційних рахунків розпорядників та рахунків одержувачів бюджетних коштів, відкритих в органах Державного казначейства, відповідно до кошторисів, планів асигнувань загального фонду державного бюджету,планів спеціального фонду державного бюджету або планів використання бюджетних коштів [3].

З перетворенням вартості валового внутрішнього продукту у відповідні фонди фінансових ресурсів фінанси стають важливою складовою економічного механізму та впливають на процес розширеного відтворення. Вся ця динаміка відображає суть і структуру фінансових ресурсів та їхню унікальність у відтворювальному процесі. Фінансові ресурси є матеріальними носіями фінансових відносин, визначаючи фінанси як окрему економічну категорію. Ця особливість є характерною для фінансів у будь-якій економічній системі, хоча в кожній з них застосовуються різні форми та методи створення та використання фінансових ресурсів.

Незважаючи на тривалі дослідження щодо суті категорії "фінансові ресурси", дотепер не існує загальної згоди щодо визначення, їхнього змісту та впливу на ефективність господарювання. Визначальною рисою фінансових ресурсів є те, що, відмінно від грошових коштів, вони виражають фінансовий результат процесу відтворення, а не просто зміну форм вартості. Для науково обґрунтованого визначення терміну "фінансові ресурси", зокрема "фінансові ресурси системи казначейства", важливим є визначення критеріїв, таких як джерела створення, форми виявлення та цільове призначення. З погляду загальнонаукових позицій фінансові ресурси є грошовими накопиченнями та доходами, створеними в процесі розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту, які концентруються у відповідних фондах для забезпечення безперервності розширеного відтворення та задоволення інших суспільних потреб. Таке визначення фінансових ресурсів створює зв'язок між їхнім обсягом і складом з вартісною структурою валового внутрішнього продукту, полагоджуючи основи для узгодженого прогнозування динаміки валового внутрішнього продукту та фінансових ресурсів.

Характеристикою фінансових ресурсів у системі казначейства є наступне: ці ресурси формуються в результаті вторинного (третинного та так далі) перерозподілу валового внутрішнього продукту. У сучасних умовах господарювання, під час забезпечення соціально-економічного розвитку, велика увага приділяється своєчасності та повноті мобілізації фінансових ресурсів і їхньому спрямуванню у різні сфери фінансового сектору. Система казначейства в основному оперує грошовими коштами, а фінансування з Єдиного казначейського рахунку (ЄКР) здійснюється відповідно до бюджетного розпису і не передбачає жодних відхилень.

Отже, реалізація ефективного процесу управління в основному залежить від фінансового забезпечення. В Україні органи місцевих бюджетів на сьогодні не повністю забезпечені фінансовими ресурсами для виконання своїх повноважень. Частка доходів і видатків місцевих бюджетів у відсотках від валового внутрішнього продукту зменшилася, але збільшилося коло питань, що підпадають під компетенцію органів місцевого самоврядування.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України: станом на 10 січня 2017 р. : відповідає офіц. тексту. Х. : Право, 2017. 217 с.

2. Конституція України: станом на 1 лютого 2017 р. : відповідає офіц. тексту. Х. : Право, 2017. 76 с.

3. Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України: Закон України від 23.03.2000 р. № 1602-III. URL : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1602-14.

4. Про Державну фіскальну службу України: Постанова Кабінету Міністрів України від 21.05.2014 р. № 236. URL : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/236-2014-п.

Вадим Ващук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Ілля Грицюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВПЛИВ КАПІТАЛІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ НА МАКРОЕКОНОМІЧНУ СТАБІЛЬНІСТЬ

Банківська система є однією з ключових і невід'ємних складових ринкової економіки. Історичний розвиток банків, товаровиробництва і обігу тісно пов'язаний, при чому банки, через проведення грошових розрахунків, кредитування господарства та роль посередників у розподілі капіталів, суттєво підвищують ефективність виробництва та сприяють зростанню продуктивності суспільної праці. Вони становлять ключове зв'язку між промисловістю, торгівлею, сільським господарством і населенням. Таким чином, банківські структури є невід'ємним елементом як для бізнесу, так і для економіки країни в цілому [3].

У розвитку економіки України роль банківської системи значно залежить від її фінансової стійкості. Ключовим показником цієї стійкості є банківський капітал, який виступає основою діяльності будь-якого банку. Він грає важливу роль як на початку функціонування, так і протягом всього процесу діяльності. Таким чином, важливо забезпечити надійний спосіб формування, управління і використання капіталу банку, а також забезпечити його необхідний розмір для ефективного розвитку банківської системи загалом.

Фінансовий механізм капіталізації банків передбачає розробку комплексної та гармонізованої системи взаємодії основних елементів для забезпечення ефективного функціонування, відповідності міжнародним та національним вимогам до параметрів капіталу, а також формування достатнього обсягу капіталу незважаючи на зміни в середовищі.

Між основні внутрішні умови слід віднести: гармонізацію національного банківського законодавства з європейським, відповідність розміру банківського капіталу ризикам, що властиві банківській діяльності, застосування превентивних та штрафних заходів за порушення вимог, нагляд за діяльністю банків на індивідуальній та консолідованій основі, контроль достовірності інформації, обмеження іноземної експансії в банківській системі, та удосконалення законодавчої бази для ефективної діяльності банків.

Зниження рівня капіталізації банківської системи України за аналізованим показником із 12,69% у 2010 р. до 4,16% у 2022 р. зумовлено кількома чинниками: 1) перевищенням темпів зростання ВВП над темпами зростання капіталу банків; 2) значним зменшенням кількості банків у банківській системі України у період 2015-2022 рр., і як наслідок – зменшення банківського капіталу, обсяг якого не перевищує значень 2014 р., хоча й зростає впродовж 2019-2021 рр. Враховуючи зміни у банківський системі внаслідок фінансової кризи 2014-2015 рр., різких змін валютного курсу, що вплинули на значення ВВП, цей показник є малоінформативним при аналізуванні у динаміці –

доцільно здійснювати порівняння його значень у певні періоди із значеннями капіталізації банківської системи інших (еталонних або подібних) країн [4].

Україні властивий недостатній рівень капіталізації банківської системи та недостатня здатність системи задовольняти потреби національної економіки. Основні причини цього - невеликий обсяг власного капіталу, зменшений через неоплачені збитки фінансової діяльності та низькі темпи зростання власного капіталу банків порівняно з темпами зростання ВВП.

Подальший розвиток будь-якого банку в значній мірі залежить від його рівня капіталізації. Адекватний обсяг та належно збалансований банківський капітал є ключовим для забезпечення очікуваної прибутковості, підтримки необхідного рівня ліквідності та отримання довіри учасників ринку. У цьому контексті стрімке збільшення обсягу, оптимізація структури та ефективне управління капіталом стають особливо актуальними.

Оцінка ефективності фінансового механізму капіталізації банків розкриває деякі ключові висновки. Аналіз сучасного стану капіталізації вітчизняних банків, незважаючи на позитивні тенденції у збільшенні регулятивного та власного капіталу, свідчить про низький рівень порівняно з країнами Центральної Європи. Також виявлені недоліки, такі як невідповідність темпам приросту капіталу темпам приросту активів, низький рівень рентабельності капіталу і активів, а також зростання проблемної заборгованості.

Система індикаторів рівня капіталізації банків підкреслює неоднозначну оцінку достатнього рівня капіталізації. Хоча значення коефіцієнтів співвідношення регулятивного капіталу до зважених за ризиком активів можуть відповідати нормативам, є певні сумніви стосовно можливості вітчизняного банківського сектору вчасно та повністю виконати свої фінансові зобов'язання.

Проблемна заборгованість банків негативно впливає на якість їхніх кредитних портфелів, тиск на показник достатності регулятивного капіталу, знижує ефективність банківської діяльності та ускладнює управління фінансовими потоками. Це також погіршує довіру вкладників та інвесторів до банківської системи і обмежує можливості фінансування реального сектору економіки країни.

Список використаних джерел:

1. Грошово-кредитна та фінансова статистика. Січень 2022 року. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MFS_ 2022-01.pdf?v=4

2. Дзюблюк О.В. Розвиток банківської системи України як основа реалізації стратегії економічного зростання : монографія / За ред. д. е. н., проф. О.В. Дзюблюка. Тернопіль : ТНЕУ, 2010. 384 с.

3. Мамонов Г.В. Шляхи оптимізації кредитно-інвестиційної діяльності банків України. URL: https://docviewer.yandex.ua/ ?url=http%3A%2F%2 Firbisnbuv.

4. Огляд банківського сектору: лютий 2023 року. Національний банк України. 2023. URL: https://bank.gov.ua/

Юрій Волощук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

АКТИВНІ ОПЕРАЦІЇ БАНКІВ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ

Активні операції комерційних банків – це розміщення ними власного капіталу та залучених ресурсів з метою одержання прибутку, забезпечення їхньої діяльності при

раціональному розподілі ризиків за окремими видами операцій та підтримання необхідного рівня ліквідності. Нестабільність банківської системи України напряму пов'язана з теперішніми реаліями і змінами, які відбуваються у національній економіці країни і в світі загалом. Насамперед, це зумовлено високими процентними ставками на кредити, девальвацією національної грошової одиниці, зниженням купівельної спроможності населення; зменшенням довіри до банків; зростанням вартості придбання товарів в кредит. Тому, на нашу думку, для забезпечення ефективності здійснення активних операцій комерційними банками в умовах нестабільності банківської системи України необхідно: моніторити рівень та покращувати капіталізацію банків, шляхом залучення довгострокових депозитів від населення і суб'єктів господарювання; зміцнювати довіру до банківської системи з боку вкладників та інвесторів; забезпечувати збереження якості кредитного портфеля банків.

Ефективність кредитної діяльності тісно пов'язана із структурою та якістю кредитного портфеля банку. Активні операції банків, саме кредити та аванси клієнтів представлені наступними показниками:

Кредити, забезпечені гарантіями та депозитами у 2020 році становили 15538,9 млн. грн., у 2021 році – 20838,2 млн. грн., у 2022 році – 12523,3 млн. грн. Абсолютне відхилення у 2022/2021 році склало -8314,9 млн. грн., відносне – -39,9%; у 2021/2020 абсолютне відхилення – 5299,3 млн. грн., відносне – 34,1%; протягом всього досліджуваного періоду, а саме 2022/2020 рр. в абсолютному вираженні відхилення склало 10503,3 млн. грн., відносне – 67,6%;

Кредити, забезпечені споживчими товарами у 2020 році становили 3602,4 млн. грн., у 2021 році – 5731,8 млн. грн., у 2022 році – 1457,4 млн. грн. Абсолютне відхилення у 2022/2021 році склало -4274,4 млн. грн., відносне – -20,51%; у 2021/2020 абсолютне відхилення – 2129,4 млн. грн., відносне – 13,7%; протягом всього досліджуваного періоду, а саме 2022/2020 рр. в абсолютному вираженні відхилення склало -14082 млн. грн., відносне – -90,62%;

Кредити, забезпечені нерухомістю у 2020 році становили 1679,9 млн. грн., у 2021 році – 1528,3 млн. грн., у 2022 році – 694,4 млн. грн. Абсолютне відхилення у 2022/2021 році склало -833,9 млн. грн., відносне – -4%; у 2021/2020 абсолютне відхилення – -151,6 млн. грн., відносне – -0,9%; протягом всього досліджуваного періоду, а саме 2022/2020 рр. в абсолютному вираженні відхилення склало -2908 млн. грн., відносне – -18,71%;

Незабезпечені овердрафти у 2020 році становили 245,8 млн. грн., у 2021 році – 361,5 млн. грн., у 2022 році – 71,9 млн. грн. Абсолютне відхилення у 2022/2021 році склало -289,6 млн. грн., відносне – -1,39%; у 2021/2020 абсолютне відхилення –115,7 млн. грн., відносне – 0,74%; протягом всього досліджуваного періоду, а саме 2022/2020 рр. в абсолютному вираженні відхилення склало -1608 млн. грн., відносне – -10,35%.

Всього кредитів та заборгованості клієнтів за мінусом резервів у 2020 році становили 21067 млн. грн., у 2021 році – 28460 млн. грн., у 2022 році – 14747 млн. грн. Абсолютне відхилення у 2022/2021 році склало -13712,9 млн. грн., відносне – -65,8%; у 2021/2020 абсолютне відхилення – 7392,8 млн. грн., відносне – 47,6%; протягом всього досліджуваного періоду, а саме 2022/2020 рр. в абсолютному вираженні відхилення склало 14501,1 млн. грн., відносне –93,3%.

В умовах нестабільності, кризова ситуація, яка склалась у фінансовому секторі, викликана швидкими темпами зростання недовіри до банківських установ України, спонукала до виникнення проблем, що досить значно вплинули на здійснення ними активних операцій. Активні операції складають істотну частину банківських операцій і в діяльності банків мають одне з первинних значень, оскільки є операціями, що формують доходи банків, а отже їхні активи. Здійснюючи активні операції, банки розширюють ресурсну базу своїх клієнтів, дають змогу модернізувати їх виробництво та максимізувати прибуток, що в цілому позитивно впливає на економічний та соціальний розвиток держави.

Для забезпечення якості активів банку і зниження ризиковості в діяльності банківських установ необхідно дотримуватись основних принципів:

– не направляти всі ресурси в однотипні операції або обмеженій кількості клієнтів;

– забезпечувати збалансованість між обсягами і строками залучених коштів та обсягами і строками розміщених коштів;

– використовувати значну частку короткострокових вкладень в активні операції, тому що у банка завжди залишається певний «залишок» грошових коштів для щоденних виплат.

Перспективними напрямами забезпечення ефективності здійснення активних операцій комерційними банками в Україні, на нашу думку, є:

– удосконалення технологій здійснення активних операцій торгово-посередницьких підприємств та суб'єктів підприємницької діяльності;

– розширення спектра суб'єктів використання активних операцій;

– визначення пріоритетних напрямків здійснення активних операцій підприємствам;

– створення умов для розширення спектра електронних банківських технологій і електронних послуг;

– підвищення рівня надійності банківських автоматизованих систем, їх резервування;

– розвиток нових видів банківських послуг і сегментів фінансового ринку, орієнтованих на широке коло юридичних і фізичних осіб – клієнтів банків.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Юлія Галічевська,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Тетяна Томнюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Банківське кредитування відіграє важливу роль у стимулюванні відтворювальних процесів в економіці як основне джерело фінансової підтримки поточної та інвестиційної діяльності суб'єктів. Розвиток кредитної діяльності банків має стати головним елементом сильного економічного середовища, яке вплине на незалежність держави та реалізацію її національних інтересів у контексті глобалізаційних процесів.

Незважаючи на непередбачувані обставини, такі як пандемія коронавірусу чи повномасштабне вторгнення, кредитні залишки компаній на банківських рахунках залишаються на рівні 800-900 мільярдів. Проте, спостерігається загальний тенденційний спад цієї суми з початку 2023 року. Це статистичне спостереження охоплює всі юридичні особи, за винятком банків, бюджетних установ та кредитів під інвестиційні проекти, і вказує на загальний обсяг кредитів, наданих банками на певну дату.

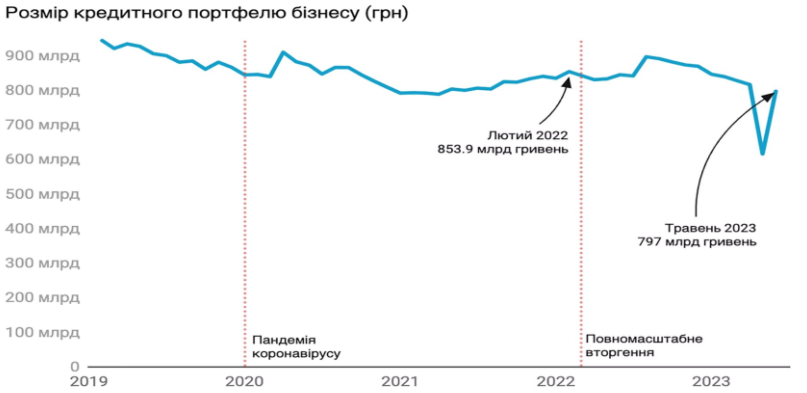

Рис. 2.1. Динаміка кредитного портфелю бізнесу [1]

Збільшення обсягів кредитних портфелів бізнесу у весняні 2020 року та влітку 2022 року пояснюється значущою переоцінкою валютних кредитів, викликаною девальвацією гривні протягом цих періодів. Головними кредиторами бізнесу в Україні є державні банки, такі як Приватбанк, Ощадбанк і Укрексімбанк.

Протягом 2019-2021 років ці установи активно розпочали очищення своїх кредитних портфелів шляхом списання токсичних активів (NPLs), які накопичилися у попередні роки. Це спричинило обмежене зростання нових кредитів, особливо в приватних банках, що було повністю компенсовано більш швидкими темпами видалення токсичних активів в державних банках, що відобразилося в тенденції до зниження загальних обсягів корпоративних кредитів в системі до повномасштабного вторгнення [2].

Ринок відреагував на повномасштабне вторгнення так само, як і на пандемію коронавірусу, зниженням частки валютних кредитів. Незважаючи на коливання через переоцінку валютних балансів, загалом можна відзначити тенденцію до скорочення кредитів у валюті. Замість цього, спостерігається зростання кредитів в гривні, що є типовою реакцією ринку на кризові ситуації.

Проте поступове зменшення обсягів кредитів з осені 2022 року може вказувати на тривалий процес зниження економічної активності та реакцію бізнесу в довгостроковій перспективі. Це проявляється в економії коштів, зменшенні інвестицій, захисті власного бізнесу та стратегії "очікування".

Національний банк України також оприлюднює статистику, яка не лише включає загальні обсяги кредитів, наданих підприємствам на рахунках банків, але й надає інформацію щодо конкретних цілей надання кредитів. Особливий акцент робиться на аналізі кредитів, призначених для придбання та реконструкції нерухомості, лізингу та іпотеки. Особливий інтерес викликає вивчення іпотечного кредитування підприємств, оскільки воно прямо пов'язане з інвестиціями в "землю".

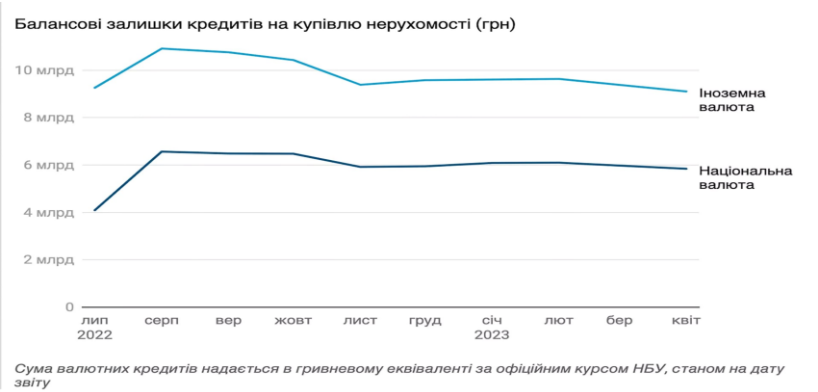

Рис. 2.4. Динаміка балансових залишків кредитів на купівлю нерухомості бізнесом [1]

Спостерігається зростання надання кредитів на будівництво чи реконструкцію нерухомості протягом червня-вересня 2022 року, що збігається з активним процесом відновлення звільнених територій у Київській, Чернігівській та Сумській областях. Частково це пов'язано з переоцінкою валютних кредитів, але збільшення обсягів кредитів у національній валюті може свідчити про намір бізнесу відновлювати свої потужності, незважаючи на продовження активних військових дій та обстріли російською стороною цивільної інфраструктури. Однак уже восени 2022 року ракетний терор та постійні перебої через руйнування енергетичної інфраструктури призвели до зменшення обсягів надання кредитів.

Починаючи з 1 червня 2022 року, Національний банк України розпочав публікацію інформації про обсяги кредитів, що надані фізичним особам-підприємцям.За результатами травня 2023 року балансові залишки за кредитами мікропідприємств становлять 3,3 млрд гривень.

Аналіз фінансових показників країн з ринками у 2021 році вказує на те, що Україна мала найменший обсяг банківських кредитів серед представників цієї групи. Згідно з інформацією МВФ, станом на кінець 2021 року, відношення робочих банківських кредитів до ВВП в Україні становило лише 14%. У порівнянні, у Вірменії цей показник склав 64%, в Чорногорії – 67%, в Грузії – 80%, в Бразилії – 85%, в Чилі – 97%, в Таїланді та Малайзії – по 145% [3].

Рис. 2.5. Динаміка кредитів, наданих фізичним особам – підприємцям

Середнє відношення робочих банківських кредитів до ВВП в країнах з ринками, що формуються, становило 63,2%.

Початок військових дій в Україні значно обмежив можливість банків надавати нові кредити за звичайних умов. Більшість нових кредитів для підприємств було виділено в рамках кредитних програм, підтриманих Урядом.

За даними МВФ, відношення обсягу наданих банками кредитів до ВВП зменшилося з 18,7% у 2021 році до 16,2% у 2022 році і планується невелике збільшення у 2023 році [3].

Отже, аналізуючи основні тенденції розвитку банківського кредитування України, можна зазначити, що сектор банківських послуг набуває стійкого розвитку, проте його динаміка суттєво залежить від макроекономічних та регуляторних чинників. Зростання кредитування населення та підтримка малого та середнього бізнесу залишаються пріоритетними напрямками для банків, а використання технологій і фінтех інновації стають все важливішими для покращення обслуговування клієнтів. 2022 рік був для банків роком подолання операційних викликів.

Сектор успішно пройшов цей період та пристосувався до нових умов роботи. Надалі банкам потрібно зосередитися на відновленні кредитування та підтримці своїх бізнес-моделей в умовах тривалої війни.

Список використаних джерел:

1. Дослідження обсягів залучених кредитів та депозитів юридичними особами та ФОП. Дія Бізнес. 17.07.2023. URL: https://business.diia.gov.ua/cases/novini/doslidzenna-obsagiv-zalucenih-kreditiv-ta-depozitiv-uridicnimi-osobami-ta-fop (дата звернення: 01.11.2023).

2. Офіційний сайт Національного банку України. URL:https://bank.gov.ua (дата звернення: 01.11.2023).

3. Богдан Т. Як доступ до кредитів визначає рівень економічного зростання. Економічна правда. 27.04.2023. URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2023/04/27/699542/ (дата звернення: 01.11.2023).

Руслан Гардашов,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Тетяна Томнюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВЕКТОРИ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМУ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ЗАГАЛЬНОЮ СИСТЕМОЮ

У останнє десятиріччя в Україні, при врахуванні серйозних кризових явищ, стратегічна мета країни полягає в досягненні економічного зростання. Здобутки економічно розвинених країн свідчать про те, що успішне проведення економічних реформ значною мірою залежить від реформи податкової системи, зокрема від її лібералізації.

В фіскальній теорії наголошується на важливості лібералізації оподаткування для економічного розвитку країни, особливий вплив якої виявляється за теорією економіки пропозиції. Ця теорія, сформульована вченими, такими як М. Уейденбаум, М. Бернс, Г. Стайн, А.Лаффер і інші, на початку 80-х років XX століття, підкреслює високу ефективність податкового регулювання економіки. Згідно з нею, високі податки негативно впливають на підприємницьку та інвестиційну активність, гальмуючи процеси оновлення та розширення виробництва. Зниження податкових ставок, за аргументами теорії, призводить до зростання доходів, збільшення заощаджень у населення та нагромадження капіталу у підприємців. У кінцевому підсумку це сприяє підвищенню національного виробництва і доходу, а також збільшенню податкових надходжень в бюджет [1].

З початком війни Верховна Рада схвалила ряд законів [2], які ослаблюють вимоги до бізнесу щодо перевірок та ліцензій, а також визначають особливості подання звітності у період дії воєнного стану:

— звільнено від відповідальності платників у разі неможливості виконання своїх обов'язків, податкові перевірки не розпочинаються, а розпочаті перевірки зупиняються. На початку воєнного стану бізнесу була надана можливість подати звіти та інші документи через 90 днів після припинення чи скасування воєнного стану; згодом цю норму змінили в контексті неможливості подання звітності в результаті ведення бойових дій;

— не вважаються операціями з реалізації для цілей оподаткування операції з добровільної передачі коштів, товарів, у тому числі підакцизних, надання послуг на користь ЗСУ та підрозділів територіальної оборони, без попереднього або наступного відшкодування їх вартості;у складі витрат враховуються у повному обсязі кошти та майно, що передається ЗСУ та іншим підрозділам;

— сума відшкодування вартості пального, витраченого при наданні послуг з перевезення для забезпечення потреб ЗСУ та підрозділів територіальної оборони, не включається до складу оподатковуваного доходу фізичних осіб, які надають такі послуги;

— продовжено дію ліцензій на виробництво підакцизної продукції;

— надано можливість усім підприємствам з оборотом до 10 млрд грн перейти на спрощену систему оподаткування зі сплатою 2% від обороту замість податку на прибуток (18%) та ПДВ (20%). ФОПи третьої групи на спрощеній системі отримали можливість сплачувати 2% від доходів замість 5%. З квітня переходити на цю систему дозволили й компаніям з понад 10 млрд грн річного доходу, за винятком тих, хто працював у галузях азартних ігор, обміну валюти, виробництва й торгівлі підакцизними товарами, видобутку, виробництва й реалізації дорогоцінних металів і каміння, діяльності з управління підприємствами, надання послуг пошти та зв'язку. У середині квітня парламент дозволив перехід на 2-відсоткову систему особам, які організовують азартні ігри, виробляють та продають ювелірну продукцію, займаються фінансовою діяльністю;

— скасування плати за землю, розташовану на територіях, де проходять активні воєнні дії чи які заміновані, до 31 грудня 2023 року. Перелік таких територій встановить Кабмін;

— мораторій на податкові перевірки, крім камеральних щодо поданих декларацій на відшкодування податків;

— звільнено від ввізного мита імпорт складових (матеріали, вузли, агрегати, устаткування та комплектувальні вироби), які використовують для виробництва товарів оборонного призначення, якщо їх завозять відповідні державні органи;

— з метою підтримки компаній, які видобувають природний газ, із травня парламент дозволив їм платити ренту під час продажу газу, а не при закачуванні його в сховища. Аналогічно виробникам електричної енергії дозволили сплачувати акциз лише після отримання ними коштів за поставлену енергію. Наступним кроком з врегулювання ситуації з видобуванням газу в Україні стало ухвалення у вересні закону, який надає можливість прив'язати ренту до внутрішніх цін на газ;

— відбулась певна лібералізація митного законодавства, зокрема частково скасовано обов'язкові платежі при імпорті товарів та автомобілів.

Проте вже з адаптацією бізнесу до діяльності в умовах війни уряд поступово відновлює правила довоєнного оподаткування.

Окреслені заходи з лібералізації економіки свідчать, що в уряді чітко усвідомлюють прямий взаємозв'язок, який існує між ступенем економічної свободи і темпами економічного розвитку. Варто відзначити і навіть наголосити на тому, що започатковані зміни повинні не лише продовжуватися, але і посилюватися на повоєнному етапі. В іншому разі на нас неминуче чекатиме повернення назад, у лоно кланово-олігархічної економіки, з усіма її проблемами: монополізацією ринків, корупцією, високою енергомісткістю виробництва, переважанням сировинних галузей, низькою якістю соціального капіталу, незадовільним інвестиційним кліматом тощо. Це означає, що вже сьогодні має формуватися стратегія повоєнного економічного розвитку України, орієнтована на її максимальну дерегуляцію та демонополізацію.

Список використаних джерел:

1. Святаш С. В. Податкове планування та оптимізація оподаткування в контексті максимізації вигод платників податків та держави. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. 2021. Вип. 2.С. 280-285. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2021_2_42 (дата звернення: 31.10.2023).

2. Реун А. Податково-митна реформа 2.0. Дзеркало тижня. URL: https://zn.ua/ukr/business/podatkovo-mitna-reforma-20.html (дата звернення: 01.10.2022).

Галина Глібчук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РОЗРОБКА ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах в державі спостерігається тенденція до значного зниження рівня рентабельності виробництва, що означає збитковість багатьох підприємств. Серед причин, які мали суттєвий негативний вплив на розвиток вітчизняної економіки, слід назвати глобальні економічні кризи, політичну кризу, пандемію та війну з рф. Незадовільні державні антикризові заходи призвели до соціального напруження в суспільстві, загострення політичного протистояння [1].

Важлива роль в забезпеченні всебічної інтенсифікації виробництва і підвищення його ефективності належить прибутку. Прибуток є головною рушійною силою ринкової економіки, він забезпечує інтереси держави, власників і персоналу підприємства. Тому одним з актуальних завдань сучасного етапу є оволодіння сучасними методами

ефективного управління формування прибутку в процесі звичайної діяльності підприємства.

Прибуток – це форма грошових накопичень, економічна категорія, яка характеризує фінансовий результат виробничої та господарської діяльності підприємства. Прибуток синтезує в собі всі найбільш важливі сторони діяльності підприємства. Він є єдиним джерелом грошових накопичень господарюючого суб'єкта.

Для збільшення прибутку підприємство повинно постійно:

- збільшувати обсяги реалізації продукції (робіт, послуг);
- розширяти, орієнтуючись на ринок, асортимент і якість продукції;
- вживати заходи до зниження витрат;
- з максимальною віддачею використовувати виробничий потенціал;
- кваліфіковано проводити цінову політику та будувати договірні стосунки;
- інтенсивно впроваджувати новітні технології для конкурентоспроможної продукції;
- ефективно використовувати грошові ресурси, забезпечувати їх максимально можливу віддачу [2].

Перейшовши на національні стандарти бухгалтерського обліку і фінансової звітності балансовий прибуток набув нового змісту і трактується зараз як прибуток від звичайної діяльності. Він включає доходи від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства.

Головним джерелом формування власних фінансових ресурсів підприємства є операційний прибуток, який утворюється в результаті виробництва і реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг, а також від виконання інших видів діяльності, які не відносяться до фінансової та інвестиційної діяльності.

У складі операційного прибутку найбільшу питому вагу складають доходи, пов'язані з випуском продукції, що характеризує профіль і призначення підприємства.Тому підприємство повинне постійно прагнути до максимізації прибутку від основного виробництва.

Розрізняють такі види операційного прибутку: маржинальний операційний прибуток, валовий операційний прибуток, чистий операційний. Прибуток (збиток) від операційної діяльності підприємства утворюється як алгебраїчна сума валового прибутку (збитка), інших операційних доходів, адміністративних витрат, витрат по збуту і інших операційних витрат [3].

Отриманий результат включає можливі інші операційні доходи, наприклад, надходження від оренди активів підприємства, доходи від операційних курсових різниць, відшкодування раніше списаних активів, виручка від реалізації оборотного капіталу (крім фінансових інвестицій) та ін.

З прибутку (збитку) від операційної діяльності підприємства віднімаються інші витрати. В цій рядку відображені собівартість проданих виробничих запасів, сумнівні борги і втрати від знецінення товарів, збитки від операційних курсових різниць, визнані економічні санкції, а також інші витрати, крім тих, що включаються у собівартість продукції.

Таким чином, механізм формування операційного прибутку (збитку) охоплює цілий комплекс находжень і відрахувань грошових коштів, пов'язаних з виробництвом і реалізацією продукції (робіт, послуг).

Для більш детального розкриття механізму формування чистого прибутку детальніше розглянемо характер доходів і витрат підприємства, які визначають остаточний фінансовий результат.

Прибуток підприємства є головною метою та критерієм ефективності підприємницької діяльності, основним внутрішнім елементом формування фінансових ресурсів підприємства та головним джерелом підвищення його ринкової вартості. Управління прибутком – це процес побудови та реалізації найбільш економічно

ефективних рішень щодо питань формування, розподілу та використання фінансового результату господарської діяльності підприємства з метою забезпечення стійкого фінансового стану й ефективної діяльності підприємства у майбутньому.

Система управління прибутком повинна бути логічно пов'язана із загальною системою управління підприємством, тому що прийняття управлінських рішень у всіх сферах діяльності підприємства прямо або опосередковано буде впливати на рівень прибутку, який надає нові можливості і джерела фінансування для розвитку підприємства, що дасть змогу збільшити не тільки доходи підприємства, а й доходи його власників і працівників.

Для того щоб ефективно та раціонально розподілити прибуток необхідно мати його у великому розмірі. Тому, для забезпечення прибутковості виробничої діяльності підприємства та збільшення розміру прибутку пропонується: нарощувати обсяги реалізації продукції, здійснювати заходи щодо підвищення продуктивності праці працюючи, зменшувати витрати на виробництво та реалізацію продукції, тобто оптимізовувати й далі обсяг собівартості та інших витрат, кваліфіковано здійснювати цінову політику, оскільки на ринку діють переважно вільні (договірні) ціни, найдоцільніше розміщувати (вкладати) одержаний дохід з точки зору досягнення оптимального ефекту, зменшувати запаси продукції, шляхом пошуку ширшого кола споживачів, займатись рефінансуванням дебіторської заборгованості, тим самим збільшуючи оборотність обігових коштів, розширювати ринки збуту, шляхом пошуку закордонних споживачів продукції підприємства, постійно проводити аналітичну роботу.

Список використаних джерел:

1. Воронкова Т. Є., Безпалько Н. Ю. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища. Інвестиції: практика та досвід. Київ, 2016. (№ 19). С. 42–44.

2. Гуменюк В. С., Єпіфанова І. Ю. Фактори зростання прибутку підприємства. Молодий вчений. 2016. № 7(34). С. 46–49.

3. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2017. 554 с.

4. Фінанси підприємств: підручник / Кер. Кол. Авт. Поддєрьогін А. М. 5-е вид., перероб. та допов. Київ : КНЕУ, 2018. 546 с.

Наталія Гнатишин,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ДОХОДИ ТА ВИДАТКИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В сучасних умовах фінансові відносини, управління фінансами місцевих бюджетів, реформування бюджетної системи України виходять на перший план трансформації сучасних економічних відносин. Однією з фундаментальних досягнення економічного та соціального розвитку є децентралізація владних та фінансових повноважень держави, що реалізується через ефективне управління системою місцевих фінансів. Пріоритетною у фінансуванні соціального розвитку та дохідним джерелом є фіскальна складова бюджету.

Стан соціально-економічного розвитку території відображає структура та динаміка доходів та видатків. Щоб сучасна територіальна громада мала можливість надавати

якісні послуги, розвивати підприємництво, залучати інвестиційний капітал, розробляти програми місцевого розвитку має бути достатній рівень ресурсів у місцевих бюджетах. Саме тому, актуальним є дослідження дохідної та видаткової частини місцевих бюджетів.

Проблемами планування і виконання доходної та видаткової частини місцевих бюджетів займалися такі вітчизняні вчені: В.Базилевич, С. Булгакова, О. Василик, Т. Вахненко, В. Геєць, А. Даниленко, І.Д'яконова, А. Єпіфанов, І. Запатріна, М. Карлін, В. Кравченко, Г. Кучер, Л. Лисяк, І. Луніна, І. Лютий, С. Огородник, Ц. Огонь, В. Опарін, К. Павлюк, Ю. Пасічник, О. Романенко, І. Сало, В. Тропіна, В. Федосов, І. Чугунов, С. Юрій та ін. Разом із тим у зв'язку з реформою децентралізації слід посилити дослідженнях формування доходної та використання видаткової частини місцевих бюджетів.

Важливим елементом соціально-економічного розвитку регіону, який показує рівень економіки та рівень життя територіальних одиниць є доходи місцевих бюджетів, що сприяє розвитку територіальних громад.

Подібна система дістала назву громадського, комунального, місцевого або муніципального самоврядування [1]. Статтею 7 Конституції України закріплено, визнається та гарантується місцеве самоврядування.

Основний Закон відносить місцеве самоврядування до рівня природного права територіальної громади вирішувати питання місцевого значення. Існування цього не залежить від визнання чи не визнання його державою [2]. Тим самим, територіальна громада розглядається як рівна державі, що має природне та невідчужуване право самостійно вирішувати питання місцевого значення, регулюючи власні справи без втручання з боку держави.

Доходи місцевих бюджетів розділяють на доходи загального та спеціального фондів. Основними елементами поняття самоврядування: управлінням власними справами громад, за своїм змістом відмінними від справ державного управління; громади виступають суб'єктами належних їм прав, відособленими від держави юридичними особами, через що будь-яке незаконне втручання держави до справ громади є порушенням її прав [3].

Доходи місцевих бюджетів умовно можна поділити на власні та передані. Несе відповідальність за свою діяльність перед населенням і державою у разі невиконання чи порушення повноважень. Окрім того, у сучасних дослідженнях відзначається, що хоча муніципальна служба за багатьма своїми параметрами подібна до державної, але в той же час особливості місцевого самоврядування, як-то представництво місцевих інтересів, власна компетенція, фінансова автономія, не дозволяють ні у теоретичному, ні у практичному плані ототожнювати муніципальну службу із державною [4].

Одним із важливих напрямів бюджетного планування є планування видатків на місцях в контексті запровадження принципів бюджетної децентралізації. Органи місцевої влади в процесі планування використовують конкретні ознаки класифікації видатків бюджету.

Видатки місцевих бюджетів – це система економічних відносин, які виникають у процесі використання централізованих фондів грошових коштів місцевих органів влади з метою задоволення потреб територіальних громад і розвитку підвідомчих територій.

Основними ознаками класифікації видатків бюджету є: економічна – за економічною характеристикою операцій, що здійснюються при їх проведенні; відомча – за ознакою головного розпорядника бюджетних коштів; функціональна – за функціями, з виконанням яких пов'язані видатки бюджету; програмна – у разі застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі.

Важливе значення для прийняття різних управлінських рішень є класифікація видатків місцевих бюджетів, яка дозволяє визначити склад та структуру поточних та капітальних видатків у видатках місцевих бюджетів, захищені статті бюджету.

За Бюджетним кодексом України (статті 88–91), видатки місцевих бюджетів діляться на ті, що можуть здійснюватись з усіх місцевих бюджетів [2].

Основними етапами процесу виконання місцевих бюджетів за видатками є: повноваження в галузі забезпечення законності, охорона прав та свобод людини і громадянина на території міської територіальної громади; сільський, селищний, міський голова забезпечує в межах делегованих йому законом повноважень діяльність органів виконавчої влади на відповідній території; взяття бюджетних зобов'язань; отримання товарів, робіт, послуг; здійснення платежів відповідно до взятих бюджетних зобов'язань; використання товарів, робіт, послуг для виконання заходів бюджетних програм; повернення кредитів до бюджету (щодо кредитування бюджету)[2].

Отже, від правильного визначення планових показників бюджету залежить якість його виконання, що є важливою складовою системи управління видатками бюджету. Результативне планування видатків залежить від якісного вирішення завдань, а саме: визначення видатків бюджету за всіма підрозділами бюджетної класифікації; розрахунок загального обсягу видатків з урахуванням економного, ефективного і раціонального використання бюджетних коштів; раціональний розподіл видатків бюджету між окремими ланками бюджетної системи та збалансування всіх бюджетів нижчого рівня.

Отже, для підвищення ефективності формування доходів та здійснення видатків місцевих бюджетів в сучасних умовах доцільно взяти до уваги наступні рекомендації: поглиблення реформи фінансової децентралізації щодо пошуку нових джерел формування власних фінансових ресурсів місцевими бюджетами; створення багатоканальної системи формування бюджету в основу якої закладено, що кожен рівень бюджетної системи повинен мати власні закріплені доходи; збільшення доходної бази місцевих бюджетів шляхом часткового перерозподілу доходів державного бюджету.

Список використаних джерел:

1. Конституція України [Електронний ресурс] : Затверджена ВРУ 28.06.96 р. № 254/96-ВР. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=254%EA%2F96-%E2%F0

2. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] : Кодекс від 08.07.2010 р. зі змінами і доповненням № 2456 - VI / Верховна Рада України. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/cgpi-bin/laws/ main.cgi? Nre = 2456-18.

3. Коляда Т. А. Формування бюджетної стратегії України: теорія, методологія, практика : монографія / Т. А. Коляда. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2016. – 396 с.

4. Паршин Ю. І. Стратегія забезпечення сталого економічного розвитку національного господарства: теорія, методологія і практика : монографія / Ю. І. Паршин. – Д. : Ун-т ім. А. Нобеля, 2016. – 407 с.

Іван Горащук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Любов Гут
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОЦІНКА НАПРЯМКІВ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАХОДИСПРИЯННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Досліджені проблеми розвитку малого (середнього) бізнесу в Україні потребують суттєвих змін в напрямку державної регуляторної політики.

Одним із інструментів підвищення прибутковості малого (середнього) бізнесу є повне впровадження системи тісних взаємовідносин малого (середнього) бізнесу з

великим з використанням таких механізмів та факторів, як: аутсорсинг, інсорсинг, лізинг, венчурне фінансування, субпідряд.

Основною причиною слабкого розвитку малого (середнього) бізнесу є не спланована, неефективна система функціонування механізму держаної підтримки бізнесу.

Функціональний механізм впровадження регуляторної державної політики з питань поліпшення ефективного розвитку малого (середнього)бізнесу представлений на рис. 1.

Рис. 1. Основні напрямки покращення розвитку малого (середнього)бізнесу в Україні

Враховуючи незадовільний рівень стану малого та середнього бізнесу в Україні, доцільно виділити основні причини (критерії) закриття більшості малих підприємств в короткий період від початку роботи. В комплексному досліджені діяльності економічних систем виокремлюють основні причини негативного впливу на бізнес. Зокрема, значна кількість власників підприємств, які працюють у стабільному середовищі зовсім відсутня мотивація щодо розширення бізнесу, їм необхідно адаптуватися у часі, вирішувати, обирати – чи нову стратегію розширення, орієнтуючись на конкурентів враховуючи загрози та ризики втратити частки ринку.

В Україні створена фундаментальна система фінансової підтримки малого (середнього) бізнесу, але, аналізуючи діяльність банківської системи

– існує обмеженість спектру послуг банків (кризовий період), мали негативні наслідки в їх функціонуванні. Користуватися важелями підтримки зі сторони держави

необхідно у ринкових взаємовідносинах, в ринковій економіці, ресурсних особливостях регіонів.

Зокрема, малий (середній) бізнес в основному оптимізують використання наявних їм ресурсів, визначаючи критерії свого функціонування. Тому, саме розвиток малого (середнього) бізнесу це складний економічний механізм сукупності елементів ринку (фінансових, споживчих, організаційних, інформаційних тощо), потребує визначення потенціалу в економічному та соціальному розвитку.

Ефективними напрямами вдосконалення організаційного та правового регулювання малого (середнього) бізнесу в Україні є:

— необгрунтовані підстави щодо державного нагляду (контролю), місцевого самоврядування;

— мінімізація видів господарської діяльності (ліцензування);

— застосування досвіду поєднання малого (середнього) бізнесу в Україні в ділові мережеві ланцюги (регіональні кластери);

— припинення політизації роботи регуляторних органів;

— припинення будь-яких втручань у діяльність малого (середнього) бізнесу в Україні.

Тому доцільно у напрямку організаційного та правового забезпечення малого (середнього) бізнесу в Україні застосувати наступні кроки:

— впровадження сертифікації та стандартизації в умовах господарської діяльності;

— удосконалення механізму державної реєстрації малого (середнього) бізнесу в Україні, ліцензування, квотування, виробництва, експорт, імпорт товарів;

— внесення змін до законодавства з регулювання малого (середнього) бізнесу в Україні тощо.

Отож, ефективним напрямком для України є венчурне фінансування – бізнес-інкубатор – надання малому (середньому) бізнесу комплексних послуг: юридичних, консалтингових, інформаційних, підготовки кадрів, інвестори, оренда приміщень з обладнаною оргтехнікою тощо.

Тому, збільшення обсягів реалізованої продукції не може забезпечити позитивне сальдо фінансового результату до оподаткування підприємств малого (середнього) бізнесу – вимагаючи значних фінансових витрат (оренда приміщень, високі тарифи на комунальні послуги тощо). Але, в цьому напрямку мають бути застосовані ефективні державні механізми щодо підтримки бізнесу, враховуючи основні національні і корпоративні інтереси з боку правового забезпечення, фінансово-кредитної підтримки, організаційного забезпечення, механізмів стимулювання зовнішньоекономічної діяльності бізнесу тощо.

Список використаних джерел:

1. Анацька І. Сучасний стан та проблеми розвитку малого бізнесу в Україні. URL: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_44_60 (дата звернення: 06.03.2021).

2. Погріщук Г.Б., Волощук Р.Є. Особливості управління фінансами малих підприємств. Держава та регіони. 2019. №3 (108). С. 239–246.

3. Melnyk L., Sommer H., Kubatko O., Rabe M., Fedyna S. (2020). The economic and social drivers of renewable energy development in OECD countries. Problems and Perspectives in Management,18(4), 37-48.

4. Мельник Л. Г., Карінцева О. І. (2021) Економіка і бізнес: підручник/ за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721

Віта Горюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
Андрій Каланча,
І курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ЕФЕКТИВНА РОБОТА ДЕРЖАВНИХ БАНКІВ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Банківська система підтримує безперебійне функціонування економіки країни, обслуговуючи готівкові та безготівкові грошові розрахунки, здійснюючи зберігання коштів юридичних і фізичних осіб, їхнє забезпечення кредитними ресурсами та багато інших видів операцій.

Існуючі проблеми у банківській системі в сучасних умовах загострюються внаслідок швидкого розвитку інформаційної економіки, що докорінно змінює платіжний ландшафт цілих країн та ставить під загрозу існування банківської системи як такої у звичному нам розумінні. Об'єктивно складна для банків ситуація підсилюється тією обставиною, що перехід економіки на цифрові рейки у світі здійснюється надзвичайно швидкими темпами, практично не залишаючи банкам вибору. Ті установи, що бажають залишитись на ринку, мають оперативно адаптуватись до принципово нової реальності.

Таким чином, банки змушені інтегруватись у цифрову екосистему, що включає в себе поступову відмову від готівкових транзакцій, розвиток нових видів платежів та переказів, впровадження мобільних додатків, безконтактних платежів, онлайн-кредитування, електронних грошей тощо. Під впливом цих процесів у світі відбувається поступове об'єднання «класичних» банків та fintech-компаній, адже лише таке об'єднання у перспективі може задовольнити зростаючі вимоги та потреби клієнтів, що швидко змінюються та трансформуються. Загалом ці обставини актуалізували практичну проблему необхідності реформування банківської системи України з метою забезпечення її фінансової стійкості з урахуванням вимог банківської безпеки держави.

У сучасних умовах для стабілізації фінансово-економічної ситуації в країні необхідна ефективно функціонуюча, надійна та розвинена банківська система.

Банківська система України стикалась з різними кризами починаючи із часів свого формування. Проте, у 2022 році на території України почались воєнні дії, які вплинули на всі процеси нашого життя і на банківську систему, зокрема. Попри ризики і проблеми, які виникли, банківські установи України поступово адаптувались до нових умов функціонування під час воєнного стану.

Ринкова поведінка державних банків не лише віддзеркалює домінуючі тренди у діяльності банківської системи, а значною мірою їх формує, тому є дуже важливим чинником впливу на ситуацію у грошово-кредитній системі країни загалом.

На початок 2023 року структура власності активів банківської системи України виглядала наступним чином:

– Банки з державною часткою, де держава володіє часткою понад 75% – 4 установи або ж 5,97%;

– Банки іноземних банківських груп – 16 або ж 23,88%;

– Банки з приватним капіталом, який становить не менше ніж 50% статутного капіталу – 47 або ж 70,15%.

Одним із важливих показників, який демонструє рівень розвитку банківської системи є банківські активи, адже вони формують доходи банків. Хоча кількість банків в

Україні поступово скорочується, активи банків збільшуються з кожним роком у період 2018–2022 років. Активи банків з державною часткою упродовж 2018–2022 років коливаються, з незначним зменшенням у 2021 році, проте за пів року 2022 року відбулось збільшення майже до показників 2018 року, а саме 615 млн. грн. зокрема.

Загалом державні банки заробили 20,7 млрд. грн. – це 61% від загального прибутку усіх банків в Україні. Першість стабільно утримує Приватбанк. За перші 3 місяці поточного року банк заробив майже у 7 разів більше, аніж за відповідний період 2021 року: 16 млрд. грн. проти 2,4 млрд. грн. Наразі його частка у загальному прибутку всіх банків складає 47%.

В контексті теми дослідження варто наголосити на тому, війна загалом не справила негативного впливу на стан банківської системи. Навіть навпаки, банківська ліквідність активно поповнювалась завдяки емісійному фінансуванню дефіциту державного бюджету та надходженню міжнародної допомоги.

Наприкінці 2022 року ліквідність банківської системи вже в 6 разів перевисила нормативні значення, а основний та регулятивний капітал банків – в 2 рази.

Поряд з позитивними нюанасами варто наголосити і на негативних моментах. Так, до прикладу, інвестиційна активність бізнесу та держави залишається низькою. За час війни не вдалося спрямувати адекватні обсяги коштів на реанімацію інвестиційної діяльності та створення робочих місць. Причини зниження інвестиційної активності:

– ведення бойових дій на території країни;

– низький рівень національних заощаджень. Українська економіка і до війни відзначалася хронічно низьким рівнем національних заощаджень (особливо в частині заощаджень домашніх господарств). Тому фундаментальний зв'язок «заощадження-інвестиції» не спрацьовує вже на етапі формування заощаджень;

– жорсткість монетарної політики. Нині політика центрального банку спрямовується виключно на досягненні інфляційних цілей, що негативно позначається на можливостях кредитування бізнесу. Підвищення ключової процентної ставки з 10 до 25% річних трансформувалося у підвищення ставок кредитування бізнесу з 12 до 20% річних, що обмежило доступність коштів для бізнесу;

– проблеми фінансового посередництва банків. Банківський сектор України віддає перевагу вкладанню коштів в державні облігації та депозитні сертифікати НБУ, які забезпечують йому високу прибутковість і безризиковість.

Фінансовий сектор надзвичайно важливий для успішного відновлення економіки України. Зрозуміло, що коли закінчиться війна, доведеться мобілізувати доволі значні кошти із внутрішніх і зовнішніх джерел та спрямовувати їх на відповідні проєкти.

Це потрібно робити швидко, але без шкоди для фінансової стабільності. Важливе значення матиме забезпечення правильного балансу: попередні епізоди «зростання-кризи» підірвали суспільну підтримку ринкової економічної моделі українцями.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Микола Грибун,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Тетяна Томнюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

УПРАВЛІННЯ ДЖЕРЕЛАМИ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Оптимальний склад сукупного капіталу є основою ефективності його використання. При використанні позикових коштів власний капітал стає більш рентабельним. Але при цьому має негативний вплив на фінансову стійкість підприємства. Таким чином, значущим питанням для всіх підприємств є використання позикових коштів, та це вимагає обдуманого підходу до прийняття рішення про їх потребу, селекцію їх джерел та обсягів залучення [1, с. 381].

Правильне формування власних фінансових ресурсів має прямий вплив на власний капітал. Головною ціллю такого управління зазвичай є забезпечення потрібного ступеню самофінансування розвитку діяльності підприємства у майбутніх періодах. Умовно можемо розділити менеджмент фінансових ресурсів підприємства на певні етапи: дослідження формування ресурсів підприємства даного виду за минулий період; встановлення потреби у цих ресурсах; оцінювання вартості залучення власного капіталу в різноманітних джерелах; забезпечення за допомогою внутрішніх і зовнішніх джерел найбільш можливого об'єму залучення цих ресурсів; встановлення ефективного відношення зовнішніх джерел до внутрішніх [2, с. 615].

Власні кошти підприємства формуються з початкових внесків засновників, накопиченого зносу основних виробничих фондів і прибутку. До залучених коштів можуть належати внески членів трудового колективу, інших організацій і фізичних осіб (табл. 1).

Існують підприємства, які просто не можуть залучати кошти з зовнішніх джерел фінансових ресурсів, отже внутрішнє забезпечення такими ресурсами для них стає єдиним можливим способом фінансування. Але в такому випадку виникає інша проблема, а саме, як власникам контролювати ефективне використання цих фінансових ресурсів. Самофінансування є базовим внутрішнім джерелом фінансування, пов'язаним з тезаврацією прибутку в обох відкритій та прихованій формах. Сам ефект самофінансування починає виявлятися з моменту отримання прибутку і триває до моменту виплати та розподілу дивідендів [3, с. 535].

Фінансування власним капіталом має такі плюси: залучення власного капіталу є простішим у порівнянні із залученням позичкового, бо в такому випадку, всі важливі моменти, щодо зміни розміру капіталу менеджери і власники підприємства приймають власноруч, не потребуючи дозволу інших суб'єктів; крім того вірогідність отримати прибуток, користуючись власним капіталом, є значно більшою.

Таблиця 1

Джерела створення власного фінансового капіталу

Зовнішні джерела створення власного фінансового капіталі	
Кошти, що формуються як за рахунок особистих внесків, так і за рахунок можливостей фінансового ринку	Кошти, що формуються у порядку розподілу фінансових ресурсів у масштабах економічної системи
- кошти засновників, що вкладені у статутний капітал	- фінансові ресурси державного та місцевого бюджетів, що використовуються на безповоротній основі
- кошти, що надходять за рахунок випуску акцій	- фінансові ресурси цільових позабюджетних фондів, що використовуються на безповоротній основі
- пайові внески учасників і членів трудового колективу	- кошти асоціацій, концернів, холдингів, що використовуються на безповоротній основі
	- кошти галузевих цільових фондів, що використовуються на безповоротній основі
	- страхові відшкодування за ризиками, що виникли
	- інша безоплатна фінансова допомога

Внутрішні джерела створення власного фінансового капіталу	
Доходи від виробничо-фінансової діяльності	*Надходження від господарської діяльності*
- прибуток від основної операційної діяльності	- амортизаційні відрахування за основними фондами і нематеріальними активами
- прибуток від іншої операційної діяльності	- індексація основних і оборотних активів
- прибуток від фінансово-інвестиційної діяльності	- індексація незавершеного капітального будівництва
- прибуток від позареалізаційної діяльності	- цільові надходження

Джерело [2]

Позичковий капітал підприємства може формуватися за рахунок внутрішніх та зовнішніх джерел фінансування. До внутрішніх джерел формування відносять забезпечення наступних виплат і платежів та доходи майбутніх періодів. До зовнішніх джерел формування позичкового капіталу відносять довгострокові зобов'язання і поточні зобов'язання (табл. 2.).

Фінансування позиковим капіталом має такі плюси: обширні можливості залучення, насамперед у випадку якщо у підприємства достатньо високий кредитний рейтинг; позиковий капітал сприяє збільшенню фінансового потенціалу за потреби вагомого зростання обсягів господарської діяльності підприємства; «податковий захист» забезпечує нижчу вартість порівняно з власним капіталом; більше можливостей для зростання фінансової рентабельності підприємства.

Таблиця 2

Джерела створення позикового фінансового капіталу підприємства

Зовнішні джерела створення позикового фінансового капіталу	
Зовнішні довгострокові позикові кошти	*Зовнішні короткострокові позикові кошти*
- довгострокові кредити банків	- короткострокові кредити банків
- довгострокові облігаційні позики	- короткострокові кредити і займи небанківських фінансових установ
- довгострокові кредити і позики небанківських фінансових установ	- короткостроковий (товарний) кредит
- довгострокові державні цільові кредити	- короткостроковий податковий кредит
- фінансовий лізинг	
- довгостроковий податковий кредит і пільги	
Внутрішні джерела створення позикового фінансового капіталу	
Внутрішні довгострокові позикові кошти	*Внутрішні короткострокові позикові кошти*
- відстрочена та прострочена заборгованість за майно в оренді	- короткострокові кредити і позики не сплачені у строк
- реструктуризований борг за кредитами та позиками	- короткостроковий (товарний) кредит не сплачений у строк
- відстрочена та прострочена заборгованість за облігаційними позиками	- внутрішня і зовнішня кредиторська заборгованість, строк сплати якої не настав
- відстрочена податкова заборгованість	- прострочена внутрішня і зовнішня кредиторська заборгованість
- інші внутрішні довгострокові позикові кошти	- інші внутрішні короткострокові позикові кошти
- довгостроковий податковий кредит і пільги	

Джерело [2]

Тож, робимо висновок, що в сучасному світі існують дві базові схеми фінансування:

- змішане - яке передбачає утворення капіталу за допомогою власних та позикових коштів, але залучених в неоднакових пропорціях;
- повне - має на меті утворення капіталу тільки за допомогою власних коштів.

Але завжди потрібно враховувати плюси та мінуси конкретної схеми під час вибору джерел фінансування підприємства.

Список використаних джерел:

1. Чемчикаленко Р.А., Майборода О.В., Линьова А.С. Особливості оцінки та аналізу фінансової стійкості підприємства. Інфраструктура ринку. Випуск 32. 2022. С. 379-385.

2. Ксьодз С. М. Проблеми формування фінансових ресурсів підприємств. Економіка і суспільство. 2020. No 10. С. 612–614.

3. Фінанси підприємств корпоративного сектора економіки України : колективна монографія / Зимовець В.В., Даниленко А.І., Терещенко О.О. та ін. ; за ред. В.В. Зимовця

; НАН України, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України». К., 2022. 306 с. URL: http://ief.org.ua/docs/mg/311.pdf (дата звернення: 30.10.2023).

Назар Григорчук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СИСТЕМА МОНІТОРИНГУ КРИЗОВИХ ЯВИЩ У ФУНКЦІОНУВАННІ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні криза є неминучою реальністю протікання економічних процесів на різних рівнях функціонування економіки. Суперечності, породжені кризою, призводять до порушення рівноваги підприємства та погіршення його загального стану. Основними причинами такої ситуації є: недосконалість систем антикризового управління підприємства; відсутність механізмів спостереження за кризовими процесами на підприємстві та успішності антикризових дій. Тому актуальним є впровадження системи моніторингу кризового стану підприємства.

За період незалежності управління підприємством поступово від централізованого управління переходило до управління, яке повинно враховувати вплив зовнішнього середовища на підприємства, змушуючи їх динамічно функціонувати і пристосовуватися до "капризів" зовнішнього впливу та високого ступеня невизначеності розвитку.

В даний час поступово сформувалася система поглядів на те, як необхідно діяти в передкризових ситуаціях. Зараз у діях ведучих фірм усе більш виразно вимальовується стратегія попередження прояву кризових процесів [1].

Дійсно, набагато розумніше передбачити кризу і ввести в поведінку системи такі нововведення чи альтернативи, що згладять негативні моменти для того, щоб стабільний розвиток не перетерпів значних порушень.

Керівнику підприємства, фінансовому менеджеру необхідно вміти передбачати причини і джерела виникнення проблемних ситуацій і мати про запас заздалегідь спроектований механізм їхнього розв'язання для того, щоб наявними ресурсами і можливостями можна було, якщо і не досягати поставленої мети, то хоча б не мати збитків.

Базові теоретичні основи антикризового управління підприємством висвітлено в наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме: Бланка І.О., Василенко В.О., Гайворонської Ю.Є., Гриньової В.М., ігоненко Л.О., Терещенко О.О., Чернявського А.Д. Штангрет А.М., та інших.

Найважливішим інструментом забезпечення нормальної роботи економічної системи підприємства в умовах підвищеного ризику в сучасних умовах є своєчасне діагностування кризових явищ, які виникають на всіх рівнях управління підприємством. Під моніторингом кризових явищ на підприємстві пропонуємо розуміти організацію постійної системи спостережень, оцінки й прогнозу економічної ситуації на підприємстві, яка дозволить вивчити сучасний стан розвитку підприємства та якісно оцінити невідповідності в його діяльності, сформувати пропозиції по їхньому усуненню, здійснювати регулювання подальшої діяльності підприємства.

Іванова Н. Ю., Соколова Н. М. виділяють такі завдання проведення моніторингу кризового стану розвитку підприємства: організація спостереження, одержання достовірної й об'єктивної інформації про стан і зміну кон'юнктури ринку промисловості, рівень задоволеності попиту споживачів щодо кількості та якості продукцією підприємства; оцінка й системний аналіз інформації, отриманої в результаті

моніторингу, виявлення причин, які підлягають спостереженню; забезпечення отриманої при здійсненні моніторингу інформацією відділів управління підприємством; розробка прогнозів розвитку окремих напрямків діяльності підприємств; підготовка рекомендацій, спрямованих на подолання негативних процесів і підтримку позитивних тенденцій, доведення цієї інформації до керівництва та працівників підприємства [2].

Система моніторингу кризового розвитку підприємства спрямована на вирішення таких завдань: своєчасне розпізнавання симптомів, чинників і причин кризи, що наближається, її класифікація і розроблення заходів, яких необхідно вжити.

Отже, в основі моніторингу кризового стану розвитку підприємства оціночними показниками-індикаторами виступають показники оцінки фінансового стану підприємства: оцінка майнового стану підприємства; оцінка платоспроможності, ліквідності та фінансової стійкості підприємства; оцінка ділової активності підприємства; оцінка прибутковості та рентабельності діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства. Наказ МЕУ № 14 від 19.01.2006р. URL: http://zakon.rada.gov.ua.

2. Іванова Н. Ю., Соколова Н. М. Концептуальний підхід до проведення антикризового моніторингу підприємства Наукові записки НУКМА. Економічні науки. Київ: Видавничій дім "КМ Академія", 2017. Т 44. С.85-88.

3. Мельник О. Г. Уніфікована матрична модель діагностики діяльності підприємства. Фінанси України. №3. 2019. С. 109-117.

4. Мельник О. Г. Системно-орієнтована діагностика діяльності підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2018. № 1. С.143-150.

Петро Григуцяк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. –Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Результатом правильно організованої господарської діяльності підприємств є прибуток, який є своєрідною реакцією споживачів на пропонований асортимент товарів та послуг. Забезпечення прибутковості підприємства на сучасному етапі розвитку економіки, який характеризується високим ступенем невизначеності та ризику, є важливою та складною метою в системі стратегічного управління підприємством. Саме тому планування комплексу заходів щодо управління прибутком повинен бути узгодженим із основними завданнями підприємства в сфері стратегічного управління та сприяти раціональному використанню потенціалу підприємства. Актуальність дослідження проблеми управління прибутком підприємства обумовлюється необхідністю формування довгострокових конкурентних переваг підприємства на ринку, що потребує комплексного та системного розвитку виробничої сфери, активізації інноваційної діяльності, підвищення ефективності маркетингової діяльності, розвитку корпоративної культури тощо. Основним джерелом фінансування такого розвитку є прибуток підприємства, тому питання управління прибутком набувають першочергового значення. Для ефективного управління прибутком підприємства необхідно приділяти достатньо уваги усім етапам класичного процесу управління: плануванню, організації,

мотивації та контролю. Слід зазначити, що незважаючи на достатню кількість наукових публікацій з тематики управління прибутком, недостатньо дослідженими залишаються питання управління прибутком з позиції концепції стратегічного управління, адаптації процедури стрес-тестування до процесів управління прибутком в умовах ризику та невизначеності.

Дослідженню теоретико-методологічних аспектів управління прибутком підприємства присвячені роботи таких науковців, як Одіжний В. О., Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С., Власенко Т. Ю., Стародубцева О. С., Коваленко Д. І., Бейгул В. І., Жигалкевич Ж. М., Фісенко Е. С., Николишин С. Є. та інших.

Безперечною перевагою цих робіт є визначення основних напрямів оцінювання ефективності управління прибутком, але слід відзначити, що питання впливу ризиків на процеси управління прибутком підприємства залишаються недостатньо розкритими. Проблематика удосконалення управління прибутком підприємства розглянута у роботах Бондаренко Н. С., Тюленевої Ю. В., Тульчинської С. О., Бершадської І. І., Данчук В. Д., Козак Л. С., Данчук М. В., Мельник Т. Ю. та інших. У цих роботах досліджено основні напрями удосконалення управління прибутком підприємства, достатньо уваги приділено процедурі контролю в системі управління прибутком підприємства, але подальшого розвитку потребують питання урахування впливу ризиків при плануванні комплексу заходів з управління прибутком підприємства.

Виявлення чинників, що впливають на прибуток, передбачає вивчення економічних умов його формування, адже безпосередньо під впливом зовнішніх і внутрішніх умов господарської діяльності підприємства істотно змінюються абсолютна величина і відносний рівень прибутку [1].

Одним із напрямків максимізації прибутку є підвищення якості цього показника, що, як зазначалось вище, формується під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. Під якістю прибутку прийнято розуміти його зміст, характер його формування під впливом різних факторів [2].

З метою всебічної оцінки управління формуванням прибутковості необхідно здійснювати аналіз сукупності факторів, під впливом яких формуються рівень і сума прибутку. При цьому, варто пам'ятати, вплив факторів може бути як негативним, так і позитивним [3]. Фактори, що впливають на прибуток, численні і різноманітні. Обмежити їх вплив доволі таки складно. Всі фактори, що впливають на управління формуванням прибутковості підприємства.

Будь-яка зміна прибутку - це сигнал для прийняття управлінських рішень, які спрямовані на виявлення фактора впливу. Якщо фактор негативний, то необхідно приймати управлінське рішення, яке направлене на його усунення. У разі, коли фактор позитивний, то управлінське рішення пов'язане з реінвестуванням, інвестиційними вкладеннями [4].

Основною метою стратегії ціноутворення є прогнозування вартості, створеної для клієнтів, а потім встановлення конкретних цін для отримання цієї вартості. , особливо на рівні сегмента Як тільки стратегія ціноутворення диктує, що компанія хоче робити, тактика ціноутворення визначає, як компанія насправді отримує вартість.

Тактика включає створення інструментів ціноутворення, які значно змінюються, щоб реагувати на зміни і постійно фіксувати вартість і отримувати дохід Оптимізація цін, наприклад, передбачає постійну оптимізацію безлічі змінних, таких як чутливість до цін, співвідношення цін і запасів для доходів.

Закупівлі матеріалів здійснюються в такий спосіб: вибирається метод, що використовується при закупівлі товарів, розробляються умови їх поставки та оплати, складаються графіки поставок, організується транспортування та експедирування. За потреби проводиться здійснення митних процедур.

Завершенням даного етапу є організація контролю на приемке. Також крім зазначених завдань можна наголосити на необхідності підготовки бюджету для

закупівель, що передбачає облік не тільки самої вартості товарів, а й облік витрат на страхування, доставку, транспортування та експедирування одержуваних матеріалів. У деяких випадках потрібне проведення складних розрахунків, що враховують виконання умов доставки у договорах, у тому числі при міжнародних імпортних поставках, що враховують умови Інкотермс.

Важливим завданням відділу постачання є постійна робота над можливостями зниження рівня накладних витрат при поставках. У цілому нині досягнення оптимальної системи постачання для підприємства дозволяє підвищити його конкурентоспроможність над ринком, т.к. воно відрізнятиметься стабільністю продажів, наявністю необхідної кількості та якості товарів для споживачів і буде здатним виконувати всі умови договорів з клієнтами. Оцінка діяльності підприємств у сфері ресторанного бізнесу свідчить, що однією з умов ефективного управління прибутковістю бізнесу є наявність точних даних про сформований розклад роботи обслуговуючого персоналу, перерви в роботі, кількість повних відпрацьованих змін тощо. Проблема підвищення прибутковості підприємства у ресторанному бізнесі безпосередньо пов'язана з ефективним складанням розкладів співробітників, оскільки саме менеджери є одними з найбільш високооплачуваних осіб, і завдання оптимального планування їхнього робочого часу займає значну частку трудових/тимчасових витрат.

Список використаних джерел:

1. Регіональна економіка: словник термінів / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, А.В. Бохан, Ю.І. Головня та ін. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 370 с.

2. Савченко В.Ф. Національна економіка: навчальний посібник. Київ: Знання, 2011. 309 с.

3. Чернявська О. В. Національна економіка: навч. посіб. К.: Алерта, 2018. 502 с.

4. Prytula Kh., Demedyuk O., Kalat Ya. Influence of European integrationprocesses on social and economic convergence of regions in Ukraine-EUcross-borderspace.WybraneaspektyzarzЊdzaniaorganizacjami.2018.Zeszyt nr13.S.147-160. URL: ../irds/wazo201813147.pdf

5. Ukrainianeconomygrowthimperatives:monograph/A.Mazaraki,S.Melnichenko, G. Duginets et al.; edited by Anatolii A. Mazaraki. - Prague:Coretex CZSE, 2018. 310p.

Ганна Гуцол,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СИСТЕМНО ВАЖЛИВІ БАНКИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТАБІЛЬНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

Сучасні динамічні процеси глобалізації фінансових ринків через прискорення вільного руху капіталів окрім позитивного впливу на розвиток національних фінансових систем формують умови для розповсюдження кризових тенденцій, в тому числі сприяють прояву ланцюгового «ефекту зараження» банківських систем у міжнародному фінансовому просторі. Враховуючи високу чутливість вітчизняної банківської системи до зовнішніх потрясінь та дисбалансів, а також провідну роль у відтворювальній структурі економіки та фінансуванні потреб суб’єктів господарювання, вчасне діагностування порушення її фінансової стабільності є вкрай важливим завданням, що стоїть перед НБУ у поточній і довгостроковій перспективі.

До того ж в контексті реалізації державних програм розвитку фінансового сектору України забезпечення фінансової стабільності банківської системи визначено як один із

головних напрямів орієнтованого на стандарти ЄС реформування фінансового сектору України. Пріоритетність вирішення відповідних завдань, що є можливим лише за умови використання ефективних моніторингових процедур, підтверджується й існуючими негативними тенденціями, які сьогодні є характерними для банківської системи України.

Поняття «системно важливий банк» широко використовується наднаціональними та національними регуляторними органами та зустрічається в різних нормативних документах. Сьогодні зустрічається багато визначень сутності поняття системно важливих банків, що приводить до гострої наукової дискусії. Це зумовлює необхідність та актуальність цього наукового дослідження.

Потенційно кожен банк є важливим для фінансової системи, оскільки банкрутство навіть невеликого за розмірами банку негативно впливає на фінансовий сектор та економіку. Мова йде про зростання панічних настроїв серед клієнтів, втрату ними коштів, перекладання боргів банку на плечі держави тощо. З огляду на це, банківська сфера є однією з найбільш жорстко регульованих та висуває низку вимог до діяльності банків. Однак виникнення такого феномену, як СВБ, свідчить про вагомий вплив їх діяльності на стабільність інших банків, фінансової системи та економіки, насамперед зумовлено економічними та соціальними передумовами, які масштабно проявились під час останньої світової фінансової кризи.

До липня 2014 р. у вітчизняному законодавстві існувало два поняття, що характеризували сутність великих банків: «системоутворювальний банк» і «системний банк». Так, відповідно до Закону України «Про банки й банківську діяльність» системоутворювальний банк трактувався як банк, зобов'язання якого становлять не менше 10% загальних зобов'язань банківської системи. Водночас з набуттям чинності у липні 2014 р. Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запобігання негативному впливу на стабільність банківської системи» від 4 липня 2014 р. № 1586-VII термін «системоутворювальний банк» було замінено на «системно важливий банк», під яким нині розуміється банк, що відповідає критеріям, встановленим НБУ, діяльність якого впливає на стабільність банківської системи України.

Проте разом із поняттям «СВБ» у законодавстві продовжує існувати такий термін, як «системний банк», що є аналогом першого. Системний банк – це банк (або інша установа), неможливість функціонування якого (якої) суттєво впливає на функціонування банківської системи України в цілому внаслідок великого обсягу його (її) операцій, розгалуженої мережі філій тощо.

На законодавчому рівні необхідно розмежувати ці два поняття та конкретизувати визначення системно важливого банку. Поняття «системний банк» необхідно замінити поняттям «системно важлива фінансова установа», оскільки у визначенні наголошується про банк та інші установи. Системно важлива фінансова установа – це фінансова установа, неможливість функціонування якої суттєво впливає на функціонування фінансової системи та економіки України в цілому внаслідок великого обсягу її операцій, розгалуженої мережі філій та інших факторів. А визначення системного важливого банку подати так: системно важливий банк – це банк, діяльність якого впливає на стабільність банківської системи та економіки України в цілому і відповідає встановленим НБУ критеріям розміру та фінансових взаємозв'язків.

Таким чином, показники, що визначені Національним банком України, як основні для визначення системно-важливих банків при аналізі їх впливу на рівень розвитку банківської системи України, виявилися значимими лише для показників співвідношення коштів клієнтів до ВВП та рентабельності капіталу, а саме для показників, що характеризують формування ресурсної бази банку.

Отже, в сучасних умовах для регулятора актуальним завданням є забезпечення регулювання діяльності системно важливих банків. Першочерговим є визначення економічно обґрунтованих додаткових вимог до капіталу системно важливих банків з метою забезпечення підвищення їх здатності до додаткового покриття збитків. Також

можливе створення додаткового уповноваженого органу на базі ФГВФО з метою контролю впливу системно важливих банків на стабільність банківського сектору. Процедура регулювання діяльності системно важливих банків повинна враховувати не тільки загальну специфіку банківського сектору (наприклад концентрацію), а і важливість діяльності кожного банку (його роль для певного сегмента ринку чи економіки).

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Роман Дімітрюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

БАНКІВСЬКИЙ НАГЛЯД З БОКУ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ: ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЗДІЙСНЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Функціонування економіки України відбувається під дією банків, які своїм функціонуванням активно впливають на процеси життя в країні й відповідно, набувають надзвичайної ваги в суспільному житті. Забезпечення стабільності банківської системи в умовах різкого підвищення рівня ризику комерційних банків великою мірою залежить від банківського нагляду, оскільки належним чином організований банківський нагляд дозволить вирішити складні завдання захисту інтересів усіх банківських клієнтів. Як показує вітчизняний і зарубіжний досвід, банківський нагляд має забезпечити дотримання банками як кількісних, так і якісних вимог для того, щоб банки змогли в майбутньому уникнути значних ризиків і при їх виникненні відшкодувати збитки. Зважаючи на те, що в останні роки посилилася фінансова глобалізація, проблеми визначення нових підходів до формування банківського нагляду в Україні, який має сприяти захисту інтересів усіх банківських клієнтів і забезпечити стабілізацію банківської системи, є недостатньо досліджені й вимагають подальшого вирішення.

ОТР Bank – один з найбільших українських банків зі 100%-им іноземним капіталом, визнаний лідер фінансового сектору країни, член європейської фінансової групи, що працює в 12 країнах. На вітчизняному ринку успішно працює понад 20 років, має стійку репутацію соціально відповідальної, надійної та стабільної фінансової установи, що пропонує корпоративним і приватним клієнтам фінансові послуги європейської якості.

Незважаючи на ескалацію військових дій, у 2022 році активи ОТП Банку продовжили суттєво зростати і досягли рівня 91,0 млрд. грн., що на 30,3% більше, ніж на початку року. Рентабельність активів знизилася до рівня 0,74% у річному вираженні. Суттєво на зниження рівня прибутковості вплинули витрати на формування резервів у сумі 5,7 млрд. грн.

Протягом 2022-го року працюючий кредитний портфель зменшився на 21,7%, до 32,2 млрд. грн. Таке значне зниження зумовлене як погашенням кредитів, зменшенням обсягів надання нових кредитів, так і в результаті погіршення якості портфеля.

Завдяки збільшенню довіри до ОТП Банку, привабливості депозитних продуктів і програм лояльності у 2022 році кошти юридичних та фізичних осіб зросли на 36,2% й досягли рекордного рівня – 77,7 млрд. грн.

Напрями удосконалення за темою дослідження

З метою недопущення поглиблення ризиків функціонування банківської системи в умовах воєнного стану Правління Національного банку встановило окремі заборони/обмеження/вимоги щодо діяльності банків, зокрема:

- передбачено окремі заборони на операції банку з пов'язаними з ним особами щодо укладання нових кредитних договорів та договорів про надання банком фінансових зобов'язань, унесення змін до кредитних договорів щодо збільшення сум кредитів та фінансових зобов'язань/строків користування кредитами (крім кредитів наданих на стандартних умовах), а також дострокового повернення вкладів (депозитів) пов'язаним із банком особам (крім спрямування достроково повернених коштів на збільшення капіталу банку);

- для банків, до яких не застосовувалися заходи впливу за порушення економічних нормативів через військову агресію, установлено обмеження щодо проведення окремих операцій;

- встановлено вимоги до банків із метою забезпечення безперервної діяльності банківської системи України, які, зокрема, стосуються:

- З метою вдосконалення підходів до регулювання діяльності банків внесено зміни до Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями стосовно:

- зміни вимог, починаючи з 31 травня 2022 року до визначення банками розміру кредитного ризику за активними операціями боржників, які мають вид економічної діяльності «Фінансовий лізинг», зокрема щодо вдосконалення визначення ознак високого кредитного ризику таких боржників;

- запровадження вимог щодо визнання дефолтними знецінених активів на третій стадії зменшення корисності, що визнані такими згідно з МСФЗ та нормативно-правовими актами Національного банку з бухгалтерського обліку;

- удосконалення порядку розрахунку розміру кредитного ризику за іпотечними кредитами боржників, які проживають на тимчасово окупованих територіях України, зокрема на територіях, окупованих після 24 лютого 2022 року.

Світова практика доводить, існує кілька шляхів зниження банківських ризиків. Серед основних можна виділити наступні:

- оцінка кредитоспроможності позичальника;
- залучення достатнього забезпечення;
- видача дискотних позичок;
- лімітування кредитів;
- страхування кредитних операцій.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Володимир Іванов,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ДЕПОЗИТНІ ВКЛАДЕННЯ ЯК ОСНОВНИЙ ВИД РЕСУРСІВ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ФОРМУВАННЯ

Депозитна діяльність відіграє значну роль не тільки в банківській діяльності, а й стимулює збільшення інвестиційних ресурсів у всі сектори економіки країни. Депозитні ресурси, що формуються в результаті депозитної діяльності банку, виступають джерелом акумульованих ресурсів у банківській системі, а залучення тимчасово вільних коштів юридичних і фізичних осіб та їх розміщення в банківських установах у вигляді депозитних вкладень дозволяє перетворювати їх у реальний капітал за допомогою здійснення кредитних, інвестиційних та інших активних операцій. Отже, забезпечується потреба економіки у додаткових ресурсах. Унаслідок негативного впливу світової фінансової кризи, пандемії, війни, девальвації національної валюти, нестабільності політичного середовища та ряду інших факторів за аналізований період відбувся значний відтік депозитних ресурсів як фізичних, так і юридичних осіб. Це завдало значного впливу на стабільність банківської системи та розвиток економіки країни. За цих умов організація депозитної діяльності банківських установ стає надзвичайно актуальною.

Завдяки стабільній роботі Ощадбанк користується великою довірою українців. Протягом перших шести місяців 2023 року обсяг строкових гривневих депозитів Ощадбанку зріс більш ніж на 10 млрд. грн. і становить майже 54 млрд. грн. Серед депозитних продуктів Ощаду найбільшим попитом користуються вклади «Мій захисник» та «Моя перемога». Пільговий депозит «Мій захисник» призначено для військовослужбовців та членів їхніх родин. Станом на кінець червня на ньому було розміщено 13,4 млрд. грн. Що стосується популярного депозиту «Моя перемога» з підвищеною відсотковою ставкою, то на ньому можуть розмістити кошти всі бажаючі. Починаючи з 10 травня 2023 року, відколи було запроваджено цей депозит, українці розмістили на ньому понад 4,5 млрд. грн.

Станом на кінець 2022 року розподіл активів Ощадбанку наступний: 53% – інвестиційний портфель; 31% – чистий кредитний портфель; 16% – інші активи. Кредитний портфель представлено насамперед заборгованістю корпоративних клієнтів (67%), а також фізичних осіб (14%) та клієнтів ММСБ (мікро, малі і середні підприємства) (19%). Портфель строкових депозитів на 90% складається з коштів фізичних осіб, на 8% – з коштів клієнтів ММСБ та на 2% – з коштів клієнтів корпоративного бізнесу. Більша частина процентних доходів Ощадбанку формується за рахунок кредитів, наданих юридичним особам, та інвестицій у цінні папери.

Незважаючи на повномасштабну агресію з боку рф та інші виклики 2022 року Ощадбанку вдалося протягом 2022 року наростити активи на 14,6% або на 34,3 млрд. грн. Найвпливовіші позитивні зміни у структурі активів та зобов'язань відбулися: - в активах – приріст інвестиційного портфеля на 14,7 млрд. грн. або на 11,4% та нарощення портфеля наданих кредитів на 8,5 млрд. грн. або на 11,3%; - в зобов'язаннях – зростання залучених коштів на рахунках клієнтів на 42,5 млрд. грн. або на 22,2%.

Ефективність депозитної діяльності банківських установ значною мірою залежить від загальних обсягів кредитних та депозитних ресурсів на ринку України. На зміну цих показників значний вплив має економічна ситуація в країні, інвестиційний клімат та сприятливість макроекономічної стабільності держави.

Для удосконалення депозитної політики вважаємо за необхідне виконання головних завдань депозитної діяльності:

- створення певних умов для ефективної депозитної діяльності;
- забезпечення оптимального для банківської установи рівня ліквідності;
- раціональна стратегія і тактика банківської установи щодо організації депозитного процесу.

Крім того, для успішної реалізації побудованої нами концепції необхідним є дотримання та виконання певних принципів депозитної діяльності банківської установи, а саме, загальних принципів депозитної діяльності:

- соціально-економічної захищеності вкладників. Його сутність полягає в забезпеченні соціально-економічної захищеності вкладників в умовах інфляційних процесів;
- диверсифікації − забезпечення наявності різних форм і видів банківських депозитів, гарантія їх сумісності й побудова системи диверсифікації депозитних операцій;
- законності − депозитна діяльність здійснюється на основі банківської ліцензії та дотриманням нормативної бази країни.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Віктор Кіріяк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РИНОК БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Банківська система України протягом останніх декількох років знаходиться у стані системної кризи, яка зумовлена сировинною моделлю розвитку національної економіки, постійним дефіцитом довгострокових банківських ресурсів, диспропорціями банківських балансів та неефективними діями монетарного регулятора, що в кінцевому результаті призвело до трикратної девальвації гривні, вразливості банків та їхніх клієнтів до валютних шоків. Активний розвиток і розширення сфер діяльності банків вимагає окреслення пріоритетних напрямів упровадження нових послуг, на яких повинні бути сконцентровані зусилля.

Під впливом посилення міжбанківської конкуренції на банківському ринку України проявляється тенденція до розширення ряду наданих послуг. Серед них можна відзначити: трастові операції; послуги зі збереження цінностей; консультаційно-інформаційні послуги; гарантійні та посередницькі послуги; факторингові та лізингові операції. Це насамперед пояснюється тим, що кожен банк прагне збільшити власні прибутки, мобілізувати додаткові ресурси і розширити базу клієнтів банку, підвищити власний рейтинг на ринку.

Сектор банківських послуг в Україні несе на собі відбитки ліберального банківського законодавства, що надає суб'єктам другого рівня можливість проведення операцій в різних секторах ринку позичкового капіталу та дає клієнтам широкий вибір фінансових послуг. Таким чином, комерційні банки стають ключовою і базовою ланкою кредитних систем. За існуючої універсальної структури Закон «Про банки і банківську систему» не містить обмежень відносно окремих видів операцій і сфер фінансового обслуговування, крім положень статті 48, згідно якої банкам забороняється діяльність у сфері матеріального виробництва, торгівлі (за винятком реалізації пам'ятних, ювілейних та інвестиційних монет) та страхування, крім виконання функцій страхового посередника. Всі комерційні банки можуть надавати клієнтам повний набір послуг за умови отримання ліцензії на здійснення відповідних операцій.

Інтернет-банкінг України сьогодні має дуальну форму вираження : інноваційну, адже кожен «масштабний» банк із потужною клієнтською базою має власний застосунок – наприклад, Приватбанк, Ощадбанк, Юніверсал Банк (Монобанк), що дозволяє їм конкурувати на ринку надання банківських послуг в рамках банківської системи України; дерегулятивну (питання Інтернет-банкінгу та здійснення банківської діяльності онлайн не є регульованим профільними нормативно-правовими актами, як-от Законом України «Про банки і банківську діяльність», внаслідок чого до таких відносин за аналогією закону/права застосовується цивільне законодавство, при чому нерідко втрачається ключове призначення фінансово-грошових правовідносин «клієнт-банкінг-клієнт», котрим є схоронність та примноження грошових ресурсів.

Говорячи про тенденції функціонування ринку банківських послуг в Україні у період 2014 р. – дотепер, відмічаємо тенденцію до зменшення кількості банківських установ. Так, на 01.01.2014 р. к-сть банків складала 180. У період 2018-2019 рр. в Україні налічувалось 77 банківських установ. На той час, до причин такої тенденції фінансово-економічна доктрина відносить, по-перше, початок збройної агресії РФ проти України та дестабілізацію національного виробничого комплексу, та, по-друге, націоналізацію «Приватбанку», що призвела до тотальної перетрансформації національного банківсько-послугового ринку. Водночас, відповідно до даних станом на 01.01.2023 р., наразі в Україні функціонує 67 банківських установ, що на 4 менше, аніж у 2022 р., що можна пов’язати із повномасштабним вторгненням РФ в Україну від 24.02.2022 р. та подальшою девальвацією (дестабілізацією) національної валюти, спричиненою, зокрема, порушенням бізнесових та торговельно-економічних процесів на міжнародній арені.

Окремого значення в умовах актуальних подій – повномасштабного вторгнення РФ на територію України від 24.02.2022 р. – набуває питання координаційного спрямування національної банківської системи та ринку банківських послуг від національного регулятора – Національного банку України (НБУ). Нормативно-правова регуляція даного питання відбувається крізь призму Постанови Правління НБУ № 18 від 24.02.2022 р. «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану». Документом встановлюються обмеження діяльності національної банківсько-послугової системи, зокрема : зупинення роботи валютного ринку України (виключення -продаж іноземної валюти клієнтській базі); зняття готівки з клієнтського рахунку у щоденному розмірі 100 000 грн. максимально; заборона видачі готівкових коштів в іноземній валюті; заборона транскордонної валютно-платіжної активності; припинення видатково-операційної діяльності за рахунками осіб-резидентів РФ як агресора; уведення мораторію на випуск електронних грошей та електронно-грошових розрахунків, електронно-грошового розповсюдження тощо.

Поміж тим, деякі особливості функціонування національної банківсько-послугової системи України, навіть в умовах воєнного стану, залишаються незмінними. Відповідно положень Постанови Правління НБУ № 18 від 24.02.2022 р., діяльність ринку банкінгу забезпечується на безперебійних умовах, а готівкове підкріплення від НБУ здійснюється без обмежень (в тому числі, точок-банкоматів). Додатковими кластерами національної

банківсько-системної політики є здійснення урядових платежів відповідно до законодавства України, забезпечення надійної роботи національних об'єктів критичної інфраструктури шляхом виваженої державно-фінансової політики та підтримка (матеріально-фінансове та матеріально-технічне) забезпечення Збройних сил України із урядових бюджетних асигнувань та ін. Таким чином, в умовах новостворених викликів банківсько-послуговий сектор України потребує розвиткових перепрофілювань. Проте специфіка втілення останніх в умовах повномасштабної агресії РФ проти України є утрудненою (акцент - на підтримці фінансово-грошової безперебійності, а не імплементації інноваційно-банківських складових), внаслідок чого процес трансформації вітчизняного банківського сектору потрібно пов'язувати із вжиттям заходів щодо повоєнного відновлення України. Один із кластерів даного процесу - залучення іноземних інвестицій та підтримання закордонної інвестиційної діяльності в Україні відповідно до Закону України «Про режим іноземного інвестування» № 93/96-ВР (а також – інвестування вітчизняного згідно положень Закону України «Про інвестиційну діяльність» № 1560-XII). Залучення вільних коштів від інвесторів можуть використовуватись національним банківським сектором України для забезпечення повноти валютно-грошових показників банківської системи, та, окрім того, в аспектах повоєнної відбудови України після перемоги над РФ.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14
2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14
3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Валентин Корець,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Тетяна Томнюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПЕРЕДУМОВИ НЕОБХІДНОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Підвищення конкурентоспроможності податкової системи України на глобальному рівні стоїть перед нами як важливе завдання. У світлі глобалізації економічних відносин та зростання мобільності факторів виробництва, концепція "міжнародної податкової конкуренції" стає все більш актуальною. Визнаючи важливість внутрішнього оподаткування, структури податкової системи та податкової політики, необхідно враховувати їх вплив на міжнародну економічну конкурентоспроможність. В рамках цієї концепції, головними інструментами стають відносне зниження податкового навантаження в порівнянні з іншими країнами та простота, справедливість адміністративних процедур, пов'язаних із справлянням податків. Зниження рівня податкових ставок - лише один з аспектів цієї концепції. Крім того, важливо розглядати різні податкові пільги, а також забезпечувати стабільність та простоту податкового законодавства [1]. Зазначимо, що конкурентоспроможність в цьому контексті означає здатність привертати інвестиції та стимулювати економічний розвиток, забезпечуючи при цьому баланс між привабливістю для бізнесу та здатністю фінансувати бюджет та соціальні програми.

У світовій практиці використовуються рейтинги, які дозволяють оцінювати конкурентні умови для бізнесу в різних країнах. Глобальний індекс стійкої конкурентоспроможності, відомий як ГІСК (The Global Sustainable Competitiveness Index), представляє собою перший у своєму роді індекс, який визначає ефективність екологічного, соціального та корпоративного управління країн у всьому світі. Цей індекс розпочався як некомерційний проєкт, і його автори внесли значні поліпшення до методології, розширивши аналізовані показники з 135 до 188. Під час повторного розрахунку ГІСК було враховано понад 1,5 мільйона окремих даних.

Звіт ГІСК 2022 містить вичерпний аналіз поточного стану світу на глобальному, регіональному та національному рівнях, враховуючи шість основних показників конкурентоспроможності:

1. Природний капітал (Natural Capital);
2. Ресурсоємність та ефективність (Resource Intensity-Efficiency);
3. Інтелектуальний капітал (Intellectual Capital);
4. Економічна стійкість (Economic Sustainability);
5. Соціальний капітал (Social Capital);
6. Управління (Governance Performance).

У рейтингу Глобального індексу стійкості конкурентоспроможності (ГІСК) на 2022 рік Україна розташувалася на 49-му місці серед 180 країн світу, здобувши 46,9 балів. Загальне середнє значення рейтингу складає 43,1, а максимальне можливе - 100,0. Країна виявилася вище середнього за показниками "Інтелектуальний капітал" (41-ше місце з рейтингом 47,3) та "Економічна стійкість" (43-те місце з рейтингом 47,5).

Однак варто відзначити, що Україна опинилася на 84-му місці за показником "Природний капітал" з рейтингом 41,3, що єдиний показник, який значно нижчий за середнє значення. Також варто відзначити, що за показником "Ресурсоємність та ефективність" Україна посідає 116-е місце через низьку ефективність використання ресурсів [2].

Це може створити проблеми для України в майбутньому, особливо якщо світові ціни на сировину та енергію значно зростуть, що призведе до значних витрат і труднощів у підтримці зростання країни в порівнянні з тими, що мають вищі показники ресурсоємності та ефективності.

Ефективне оподаткування може допомогти створити сприятливі умови для розвитку підприємництва та зменшення тіньової економіки. Податки не лише є джерелом фінансування для держави, але й можуть бути важливим інструментом регулювання економічних процесів.

Податкове регулювання може виявляти вплив на конкурентоспроможність через низку заходів, таких як податкові стимули, зниження податкового тягаря для підприємств, а також інші заходи, спрямовані на поліпшення умов для бізнесу. Також важливо враховувати, що ефективне оподаткування може створити стабільну фінансову базу для реалізації соціальних та економічних програм держави. Відповідне регулювання податків дозволяє більш точно адаптувати фіскальну політику до потреб ринкової економіки, що сприяє загальному розвитку країни. У цьому контексті податки не лише здатні забезпечити бюджетні надходження, але й стати інструментом для досягнення стратегічних соціально-економічних цілей. Отже, податкова політика повинна бути комплексною, зорієнтованою на створення сприятливого середовища для підприємництва, забезпечення конкурентоспроможності та врахування соціальних потреб нації.

Список використаних джерел:

4. Колісніченко П.Т. Податкові важелі державного регулювання підприємницької діяльності. Ефективна економіка. № 12. 2016. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3376 (дата звернення: 31.10.2023).

5. Наукова та науково-технічна діяльність в Україні у 2022 році: науковоаналітична доповідь / Т.В. Писаренко, Т.К. Куранда та ін. К.: УкрІНТЕІ, 2023. 94 с. URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/nauka/2023/07/25/Nauk-analit.dopov.Naukova.ta.nauk-tekhn.diyaln.v.Ukr.2022-25.07.2023.pdf (дата звернення: 31.10.2023).

Богдан Кочерган,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Любов Гут,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ ТА ЯПОНІЇ

Сучасна глобалізована економіка визначає важливість дослідження та порівняння тенденцій розвитку різних країн. У цьому рефераті розглядається порівняльний аналіз економічного стану України та Японії, двох країн зі значущою різницею в їхньому історичному, культурному та економічному контексті.

Україна та Японія пройшли складний шлях економічного розвитку. Україна, викликана трансформацією після розпаду Радянського Союзу, зазнала випробувань та змін в галузях виробництва та управління. З іншого боку, Японія, яка пережила знищення окремих підприємств та забруднення територій, придатних для промислової та життєдіяльності громадян під час Другої світової війни, швидко відновилася та стала однією з передових індустріальних країн.

На сьогоднішній день економіка України відіграє значну роль в глобальному господарстві, так як забезпечує продовольчими товарами та сільськогосподарською продукції різні країни. Однак, не дивлячись на потенціал, країна стикається з численними викликами, такими як війна, політична нестабільність та потреба в системних реформах. Важливими галузями є сільське господарство, металообробка та ІТ послуги.

Японія, незважаючи на свою обмежену територію, є економічним гігантом. Японія залишається світовим лідером в автомобільній та електронній промисловості Країна славиться своєю технологічною продуктивністю та інноваційними підходами, що сприяє високому рівню експорту..

Порівнюючи економіки двох країн, можна визначити суттєві відмінності. Україна, маючи значний потенціал, вона потребує впровадження структурних реформ та подолання внутрішніх труднощів. З іншого боку, Японія вже досягла величезних висот у своєму розвитку та продовжує інвестувати в технології та наукові дослідження.

Проведемо порівняльну характеристику економічного розвитку України та Японії за такими показниками :

1. Валовий внутрішній продукт (ВВП):

- За даними 2022 року ВВП України складає приблизно $450 мільярдів. Україна має середньорічне зростання ВВП, але її економіка залишається меншою порівняно з розвинутими країнами. [1],
- За даними 2022 року ВВП Японії становить близько $5 трильйонів. Японія визначається як розвинута індустріальна країна і займає одне з провідних місць у світовій економіці. [9]

2. Безробіття:

- Україна стикається з певним рівнем безробіття, за даними (близько 21.1%) , яке сформоване під впливом таких факторів, як політична та економічна нестабільність. [1]

- Японія має дуже низький рівень безробіття (близько 2.7%.) , але стикається з проблемою старіння населення та зменшення чисельності працездатного населення. [9]

3. Інфляція:

- Рівень інфляції в Україні є високим (близько 22.6%.), що суттєво впливає на купівельну спроможність населення. [1],
- Японія довгий час стикалася з проблемою дефляції та уряд Японії прикладає зусилля для збереження стійкості цін. Рівень інфляції в Японії на рівні 3%.[9]

4. Зовнішньоекономічна діяльність:

- Україна знаходиться в процесі розвитку своїх експортноорієнтованих галузей, включаючи сільське господарство та інформаційні технології.
- Японія посідає 2 місце у світі за економічним потенціалом серед розвинутих країн, 1 місце у світі по виробництву суден, автомобілей, тракторів, верстатів з ЧПУ, комп'ютерів, промислових роботів. При цьому економіка Японії дуже сильно залежить від зовнішньої торгівлі. Країна імпортує майже 100% необхідної їй бавовни, вовни, бокситів, мідної руди, нафти та залізної руди; на 70% забезпечує себе продовольством [7, с. 139]

5. Інновації та наука:

- Україна в останні роки у світовому господарстві нарощує обсяги надання послуг у сфері інформаційних технологій, але інноваційна активність може бути обмеженою. Чому???? Вказати
- Японія є однією з країн - лідерів у сфері наукових досліджень та технологій, постійно вкладає значні капіталовкладення в інновації.

До сучасних тенденцій розвитку України слід віднести:

1. Розширення експортних можливостей та привертанням іноземних інвестицій у національну економіку, зокрема у сферу аграрного сектора та ІТ.
2. Розвиток інформаційних технологій, де українські ІТ-компанії здобувають популярність на світовому ринку.
3. Реформування в сільському господарстві та енергетичному секторі, спрямовуючи їх на сталість та конкурентоспроможність. Україна активно розширює свою інфраструктуру через реалізацію ключових проектів.
4. Розвиток транспортної мережі та модернізація енергетичної інфраструктури.

Як відомо, Японія залишається світовим лідером у впровадженні інновацій та технологічних вдосконалень, спрямовує свої зусилля на створення сталого суспільства.

До основних тенденцій сталого розвитку Японії слід віднести наступні:

- розвиток робототехніки та штучного інтелекту, зокрема в автомобільній та виробничих галузях;
- проведення наукових досліджень щодо можливостей застосування відновлювальної енергетики та зменшення вуглецевого викиду.

Не дивлячись на певні особливості економічного розвитку, Україна і Японія стикаються з глобальними викликами, такими як зміна клімату, кіберзлочинність та геополітична нестабільність. Україна активно приєднується до глобальних ініціатив у сфері сталого розвитку та відновлювальної енергетики. Японія, в свою чергу, виступає ініціатором міжнародних домовленостей щодо зменшення викидів газів, а також розвитку технологій, спрямованих на поліпшення якості життя та збереження навколишнього середовища.

Японія продовжує відігравати ключову роль у глобальному економічному просторі через активну міжнародну торгівлю та економічне співробітництво. Україна, з свого боку, активно розширює міжнародні партнерства, поглиблює співпрацю з європейськими та азійськими країнами, сприяючи своєму економічному зростанню.

В умовах воєнного стану багато країн фінансово допомагають Україні. Від початку повномасштабної війни Японія надала Україні 581 млн доларів пільгового фінансування. У 2023 році Японія надасть Україні 3,5 млрд доларів прямої бюджетної підтримки. [10]

Отже, розвиток економік України та Японії – це складний та багатогранний процес, який враховує різноманіття глобальних факторів. Обидві країни визначають ключові тенденції економічного розвитку, враховуючи сучасні виклики та можливості глобального світу. Розширення міжнародного співробітництва, інвестицій та інновацій – це важливі складові для досягнення сталого розвитку обох країн у майбутньому.

Список використаних джерел

1. ВВП України за підсумками 2022 року впав на 29,1% – Держстат URL: https://forbes.ua/news/vvp-ukraini-za-pidsumkami-2022-roku-vpav-na-291-derzhstat-13042023-13041

2. Економічний звіт за рік. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України.2022.URL:https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA

3. Іто, Я ."Інновації та технологічний розвиток в Японії: досвід і перспективи." Технологічні дослідження, 2020. №33(4), 245-260.

4. Коваленко, О. "Трансформація економіки України: вплив політичних та економічних чинників." Київ: Видавництво Київського університету. 2020. № 3. 84-98.

5. Лі, М. Економіка Японії: історія та сучасні виклики." Токіо: Видавництво Токійського університету. 2019. №17(1), 220-310.

6. Податкові надходження Японії URL: https://www.ceicdata.com/en/indicator/japan/tax-revenue

7. Реверчук С.К. Грошово-банківські системи зарубіжних країн. Навчальний посібник. Львів.«Магнолія 2006», 2011. 258 с.

8. Сміт, Дж. "Сучасні тенденції економічного розвитку в Україні після розпаду Радянського Союзу." Економічний журнал, 2021. 45(2), 112-128.

9. Стратегія інноваційного розвитку Японії до 2030 року. Японське агентство економічного розвитку. 2021. URL:https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/29893/1/11.pdf

10. Японія надасть Україні $3,5 мільярда фіндопомоги протягом 2023 року URl:https://www.epravda.com.ua/news/2023/04/13/699101/

Віталій Кузьмінов,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

БАНКІВСЬКЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

В сучасних умовах економічного розвитку України, питання підтримки та розвитку малого та середнього бізнесу набуває особливої актуальності. Сектор малого та середнього бізнесу відіграє важливу роль у забезпеченні стабільності та росту національної економіки, сприяючи зростанню зайнятості та створенню нових робочих місць.

Гнучкість та самостійність у прийнятті рішень щодо вибору стратегії подальшого розвитку є його ключовими особливостями, що дозволяє легко адаптувати виробничу діяльність до змін у попиті, технологіях та ринкових умовах, активно враховуючи споживчі уподобання.

Однак, незважаючи на позитивний внесок малого та середнього бізнесу у господарський розвиток країни, існують численні проблеми та виклики, які заважають

його повноцінному функціонуванню та росту, особливо в сучасних умовах. АТ «Ощадбанк» є однією з ключових фінансових установ, яка надає фінансову підтримку малому та середньому бізнесу в Україні.

Кредитування – традиційно актуальна тема для малого бізнесу. У 2022 багато підприємців стикнулися із труднощами з отримання кредитів і вважають банківське кредитування недоступним або важкодоступним. Оцінюючи сьогодення, слід зауважити, що порівняно з 2021 роком у 2023 році втричі впала частка кредитних коштів у користуванні МСП – тоді на них покладались 32% компаній.

Опитування ініціаторів бізнесу показало, що незважаючи на триваючі воєнні дії в країні, на початку року 76% підприємців планували розширення бізнесу у 2023 році. З них 28% планували розширювати географію присутності на ринку, 26% – відкриття нових напрямків діяльності, 25% – вихід на зовнішні ринки, 21% – зміну кількості співробітників. Джерела фінансування були розподілені наступним чином: здебільшого покладалися на власні фінанси (30%) та меншою мірою на гранти (21%) і кредити (10%). Попри можна помітити, що українські підприємці зміцнюють свою резильєнтність (здатність людини впоратися зі складними життєвими подіями та відновлюватися після труднощів чи стресу) і здатність адаптуватися до умов великої невизначеності, а отже розвиватимуться і укріплюватимуть з часом свої взаємовідносини із кредитними установами.

АТ «Ощадбанк» є державним, універсальним банком, що активно розвиває сферу обслуговування малих, середніх і мікропідприємств і також має сильну позицію в обслуговуванні корпоративних клієнтів тому розглянемо детальніше особливості його взаємодії із МСП в умовах дії воєнного стану.

АТ «Ощадбанк» має більше шести кредитних продуктів. Аналізуючи наведені умови кредитування, можна зробити декілька висновків. По-перше, ці продукти дійсно спрощують доступ малих і середніх підприємств до кредитних ресурсів, що, в свою чергу, може підвищити інтерес населення до створення нових підприємств і втілення нових ідей у життя. По-друге, це створює чудову можливість для вже існуючих підприємств продовжувати діяльність навіть у кризовий період. Незважаючи на воєнні дії банк дійсно продовжує ефективно працювати та кредитувати своїх клієнтів. З початку воєнних дій, АТ «Ощадбанк» не припиняв кредитування бізнесу, ліміти для підприємств та фізосіб не скасовувались, банк продовжував надавати можливість користуватися кредитами. Підприємства, які перебували в зоні бойових дій, так само отримувало кредитні кошти в рамках діючих кредитних лімітів.

Активна співпраця підтверджується підписанням кредитних угод з кінця березня по червень 2022 р. на суму близько 5 млрд грн, що в 10 разів більше порівняно з 2021 роком. АТ «Ощадбанк» також продовжує реалізацію програми «Доступні кредити 5-7-9%» і цим самим підтримує бізнес, особливо аграрний. Партнерські зв'язки АТ «Ощадбанк» з JohnDeere, AGCO, Claas, KUHN, OSTCHEM RETAIL, Syngenta та Maschio-Gaspardo також сприяють наданню фінансової підтримки сільськогосподарському сектору за вигідних умов (наприклад, кредитування на суму до 5 мільйонів гривень без необхідності надавати заставу при придбанні засобів захисту рослин та насіння). Це було питання продовольчої безпеки, а далі він підключився до різних важливих для країни проектів, видаються кредити на закупівлю пального, енергетичного обладнання, на фінансування роботи підприємств критичної інфраструктури.

Отже, дослідивши особливості кредитування малого та середнього бізнесу установою АТ «Ощадбанк» в умовах дії воєнного стану, можна зазначити, що деякі питання все ж таки потребують додаткової уваги при розробці нових стратегій кредитування. Рекомендації АТ «Ощадбанк», які можуть допомогти покращити кредитну діяльність і репутацію банку та посилять співпрацю із бізнесом:

– по-перше, посилення клієнтоорієнтованості, а саме акцентування на задоволенні потреб клієнтів різних бізнес-сегментів та надання їм якісних фінансових послуг;

– по-друге, інвестування в технології;

– по-третє, посилення кредитування МСП, оскільки послідовний розвиток цього напрямку кредитування з урахуванням потреб і можливостей бізнесу може вимагати спеціальних умов, таких як низькі відсоткові ставки, гнучкість у погашенні кредитів;

– в четвертих, забезпечення високого стандарту обслуговування, а саме навчання та розвиток персоналу з метою надання високоякісного обслуговування клієнтів визначеного сектору.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Максим Куцик,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
Антон Волошинський,
І курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СТРАТЕГІЇ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ ПІДПРИЄМСТВ

Економічна система України, після отримання незалежності, переживала постійні кризові процеси. Ці явища були викликані як деструктивним впливом зовнішніх і внутрішніх факторів на її функціонування, так і циклічністю розвитку ринкової економіки, яка характеризується періодичним виникненням економічних криз. Незважаючи на те, що ці кризи мають різну природу виникнення, форми прояву та наслідки, їх об'єднує зростання кількості неплатоспроможних підприємств і, відповідно, збанкрутілих. Банкрутство підприємств призводить до зменшення виробництва товарів і послуг, спаду ВВП та збільшення імпорту; скорочення робочих місць та зростання безробіття; зменшення податкових надходжень до бюджету. Таким чином, створення ефективного механізму запобігання банкрутству підприємств у системі державного антикризового регулювання сприятиме підвищенню ефективності національної економіки в умовах постіндустріального економічного розвитку [1].

Проблематика державного антикризового регулювання вивчалася в роботах вітчизняних учених, таких як Я. Белінська, В. Гейця, Я. Жаліла, О. Задої, О. Маковоз, А. Мельник, А. Олешко, М. Савченко, В. Хаустова, а також зарубіжних – К. Балдіна, Е. Бейлі, С. Дьянкова, Д. Дж. Елліотта, К. МакЛиш, Н. Мицкіх, О. Харта, Е. Чжан, А. Шлейфера. Певні аспекти банкрутства підприємств розглядали вітчизняні науковці, такі як Н. Возіянова, О. Гук, Д. Долбнєва, І. Епіфанова, Ю. Ількова, Н. Носань та Є. Руденко. Зокрема, серед зарубіжних дослідників можна відзначити праці Б. Беккера, С. Гілсона, Л. Клаппера та С. Классенс.

Банкрутство представляє собою один з ключових механізмів розвинутої ринкової економіки, й його ефективність є важливою для підтримки функціонування такої

економічної системи. В Україні цей механізм був впроваджений після тривалого періоду адміністративно-командного управління, коли банкрутство підприємств не існувало, оскільки в умовах командно-адміністративної системи господарювання вважалося неможливим. Тому виникло винятково негативне ставлення до цього явища в початковий період незалежності України [2].

У перші роки незалежності економічна ситуація в Україні лише погіршувалася, спричиняючи кризу неплатежів, що негативно впливало на фінансову стійкість підприємств, приводячи їх до утворення збитків і, в кінцевому підсумку, до банкрутства. У період перехідної економіки виявилося неможливим фінансове оздоровлення великої кількості збиткових підприємств, як виявила практика. Навіть приватизація, яка мала забезпечити реструктуризацію таких підприємств і вийти з кризового стану, не виявилася ефективною. Ця ситуація також була ускладнена негативними особливостями, обумовленими функціонуванням українських підприємств упродовж попередніх десятиліть, включаючи тривалий період централізованого планування та розподілу ресурсів, порушення системи господарських зв'язків і значний вплив великих підприємств в економіці тощо.

Дослідження сутності банкрутства як об'єкту антикризового державного регулювання передбачає визначення видів банкрутства. Важливою є систематизація видів банкрутства підприємств з погляду державного антикризового регулювання для більш ефективного вирішення цієї проблеми. Серед видів банкрутства, які найбільше значущі з економічної точки зору, можна виділити банкрутство бізнесу, банкрутство власника та банкрутство виробництва.

З точки зору вирішення проблеми неплатоспроможності боржника в судовому розгляді важливою вважається класифікація видів банкрутства, така як реальне банкрутство, технічне банкрутство та кримінальне банкрутство [3].

Деякі вчені включають до складу суб'єктів державного антикризового регулювання також великі корпорації, які мають вплив на економічну ситуацію країни, а також міжнародні фінансові організації. Хоча ми згодні з необхідністю врахування участі міжнародних фінансових організацій, вважаємо, що великі корпорації, взаємодіючи з національними господарствами, впливають на їх розвиток, але не можуть бути визнані суб'єктами державного антикризового регулювання, оскільки їхні цілі не передбачають здійснення подібного впливу.

Співпраця з Міжнародним валютним фондом має велике значення для стабілізації фінансової системи та запобігання кризам. Це відкриває можливість отримання фінансування від інших міжнародних фінансових організацій, таких як Світовий банк, Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Європейський банк реконструкції та розвитку.

Впровадження Кодексу України з процедур банкрутства призвело до стандартизації нормативно-правової бази, приводячи її у відповідність до світових стандартів. Зокрема, це означило: упрощення порядку відкриття провадження у справі про банкрутство, зняття обмеження щодо суми боргу; скасування граничного терміну подання заяви кредитором після публікації про відкриття провадження; скорочення термінів розгляду справи про банкрутство до 170 календарних днів; розширення повноважень суду, що розглядає справу про банкрутство; надання права комітету кредиторів чи іншим кредиторам самостійно скликати збори, погоджувати продаж майна боржника в процедурах ліквідації та санації, а забезпеченому кредитору - продаж майна, яке є предметом застави; суттєве обмеження прав керівництва боржника при введенні процедури розпорядження майном; удосконалення механізму продажу активів; додання солідарної (сумісної) відповідальності керівництва боржника до субсидіарної (додаткової) відповідальності бенефіціарних власників боржника; збільшення термінів щодо невизнання угод, які є невигідними для боржника або кредиторів; скасування

мирової угоди як одного з видів процедур банкрутства; скасування можливості проведення спрощеної процедури банкрутства самим боржником [4].

Незважаючи на можливості санації у справі про банкрутство, важливим недоліком є втрата можливості управління керівництвом боржника, оскільки функції управління передаються керуючому санацією. Іншими судовими процедурами, які можуть бути використані відносно неплатоспроможного боржника, є розпорядження майном та ліквідація. Процедура розпорядження майном включає нагляд та контроль за управлінням майном підприємства-боржника, а також проведення аналізу його фінансового стану з метою збереження та ефективного використання майнових активів боржника. Результатом цієї процедури є визначення наступної, яка може бути використана відносно неплатоспроможного боржника – санації або ліквідації.

Процедура ліквідації застосовується у випадку визнання боржника неплатоспроможним і передбачає припинення його повноважень, проведення ліквідації протягом 12 місяців.

Таким чином, існують дві основні процедури, спрямовані на відновлення платоспроможності боржника: санація до початку судового розгляду справи про банкрутство і санація під час такого розгляду.

Оцінюючи інституційне регулювання банкрутства підприємств в Україні, з точки зору його спрямованості на формування механізму запобігання банкрутству, важливо відзначити, що реалізація антикризових програм протягом різних років не мала позитивного впливу на розвиток кризових явищ в економіці, що не створювало сприятливих умов для функціонування підприємств в Україні. Аналіз нормативно-правового забезпечення запобігання банкрутству підприємств підтверджує, що протягом усього періоду функціонування інституту банкрутства в Україні держава переважно переслідувала мікроекономічні цілі, і регулювання в даній сфері не сприяло відновленню платоспроможності боржника в рамках процедур банкрутства.

Список використаних джерел:

1. Гуманітарна політика в Україні: виклики та перспективи (Біла книга) : аналіт. Доп. / Ю.А. Тищенко, Ю.Б. Каплан, О.Ю. Михайлова, О. Л. Валевський; за заг. ред.. Ю. Б. Каплан, Ю.А.Тищенко. Київ: НІСД, 2020. 126 с.

2. Економічний простір регіону в інтеграційній стратегії розвитку: монографія / за заг. ред.. М.П. Бутка. К.: Кондор-Видавництво, 2016. 432 с.

3. Капленко,Г.В.Механізм регулювання ринку споживчих товарів в Україні: теорія, методологія, практика : монографія. Чернігів:ЧНТУ, 2019. 344 с.

4. Конкурентні переваги промислового сектора економіки України: регіональний вимір : монографія / за заг. ред.. С.О. Іщук. Львів, 2018. 246 с.

5. Мазаракі А. А., Лагутін В.Д. Внутрішній ринок України в умовах дисбалансів між виробництвом і споживанням // Економіка України. 2016. №4. С.4-18.

Андрій Лаптєв,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМ КОНТРОЛЕМ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Суттєвою рисою господарських операцій є утворення системи колективного управління, заснованої на взаємовідносинах між учасниками корпоративного бізнесу. Цей механізм стає ключовим в контексті організаційно-правової структури, сприяючи

узгодженню та гармонізації інтересів великої кількості осіб. Для протистояння тиску конкурентної боротьби суб'єкти господарювання активно визначають динамічний характер інтеграційних процесів, спрямованих на посилення ринкової позиції та розширення економічного потенціалу.

Гармонізація економічних процесів сприяє розвитку ефективності управління товариством. Один з найбільш складних процесів у суспільному житті - економічна влада товариства - визначається в першу чергу гармонійністю та збалансованістю дій працівників. Узгодження виявів суб'єктів господарювання та структурна організація механізму управління підприємством є основними елементами цього процесу. Тому впровадження корпоративного контролю в товаристві є однією з найбільш складних форм організації підприємництва [1].

Отримання корпоративного контролю – це фінансовий процес, результатом якого є можливість визначити наявність контрольних відносин над підприємством. Різні методи здійснення корпоративного контролю включають володіння акціями, володіння активами, угоди про підпорядкування, угоди про управління, договори про спільні дії та зайняття ключових посад управління. Контроль, в тому числі можливість активного управління грошовими потоками та активами певної компанії, представляє собою унікальний об'єкт на ринку злиття та поглиблення. Основні інструменти для встановлення корпоративного контролю – це процеси злиття та поглиблення, які використовуються для забезпечення контрольних прав, зазвичай реалізованих через контрольні пакети акцій [2].

Розподіл та формування корпоративного контролю в товариствах з обмеженою відповідальністю розглядалися в працях вітчизняних та зарубіжних науковців О. Ареф'єва, Д. Баюра, Н. Ваккур, Н. Васюткіна, А. Воронкова, О. Габов, Я. Грітанс, О. Гуцалюк, В. Євтушевський, Т. Зайцева, Т. Кашаніна, О. Кібенко, Г. Козаченко, А. Котов, Т. Момот, О. Осіпенко, А. Педько, О. Попов, К. Сердюков, З. Херрера, Н. Шматько та ін.

Розподіл впливу на ухвалення управлінських рішень тісно пов'язаний із здійсненням корпоративного контролю. На жаль, реалізація відповідних повноважень у розвитку корпоративних відносин часто не залучає увагу дослідників. Тому виникає необхідність глибшого вивчення цих аспектів у формуванні та розподілі корпоративного контролю в компаніях.

Термін "корпоративний контроль" визначає один з ключових аспектів у галузі корпоративного права. Здійснення корпоративного контролю, в кінцевому підсумку, надає можливість ефективного управління корпоративним підприємством та використання результатів його господарської діяльності. Однак відсутнє чітке юридичне визначення цього терміну, і серед вчених триває дискусія як щодо конкретного змісту цього поняття, так і щодо суті корпоративного контролю як явища в правовій дійсності.

Розподіл та реалізація корпоративного контролю на підприємстві, перш за все, залежить від структури товариства. Стратегічні цілі та політика підприємства формуються власниками, враховуючи цілі корпоративного управління.

Включення підприємств у процес економічної інтеграції відіграє ключову роль у корпоративному контролі. Об'єднання господарської структури та процесів, власності та активів дозволяє здійснити інтеграційні операції. Розвиток механізму функціонування інтегрованої структури, орієнтованого на результат, є основою економічного змісту інтеграційних процесів.

Один із важливих аспектів корпоративних відносин, що впливає на подальший розвиток конфліктної ситуації в цілому на підприємстві, - це корпоративні конфлікти. Основними причинами виникнення таких конфліктів, які породжують протиріччя та суперечності на підприємстві, є: розбіжність у поглядах учасників щодо оперативних та управлінських рішень; відхилення від очікуваних результатів учасників; перешкоди та

утиск прав, створені інсайдерами, щодо прав та інтересів учасників; жорсткий корпоративний контроль учасників корпоративних відносин.

З метою уникнення виникнення конфліктних ситуацій на підприємстві, важливим є дотримання принципу прозорості, зокрема, забезпечення інформування учасників про корпоративні відносини. У цьому контексті слід підкреслити значущу роль наглядової ради в ефективному розвитку корпоративних відносин [3].

До її повноважень входить: спроможність впливати на визначення умов економічної інтеграції підприємства; можливість перерозподілу ресурсів підприємства відповідно до чинного законодавства; встановлення окремих зобов'язань підприємства перед стейкхолдерами; використання додаткових обмежень щодо інтеграційних рішень; розподіл корпоративного контролю.

Комплекс відносин між економічними агентами безпосередньо пов'язаний із виникненням, розподілом та реалізацією економічної влади. Слід відзначити, що налаштування економічної влади на підприємстві становить ієрархічно структурований простір упорядкування широкого кола суспільних зв'язків і залежностей.

Отже, економічна влада стає інструментом впливу учасників на ринкові відносини, використовуваний для збагачення цих учасників. Таким чином, економічна влада має зміцнити конкурентні позиції та ринковий потенціал для збільшення влади на підприємствах. Економічна влада представляє собою штучне відображення нерівномірності розподілу благ та ресурсів. Таким чином, розподіл і реалізація економічної влади відображають диспропорціональність ринкового механізму господарських відносин.

Список використаних джерел:

1. Гуцалюк О.М. Управління інтеграційним розвитком корпоративних підприємств: теорія, методологія, практика : монографія. Запоріжжя, Видавничій дім «Гельветика», 2018. 424 с.

2. Державна служба статистики України. Економічна статистика. URL:http://www.ukrstat.gov.ua

3. Дєєва Н. Е., Михайлова Н. С. Сутність корпоративного контролю та передумови його виникнення. Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені М. Туган-Барановського. Економічні науки. 2010. № 4. С. 338–343.

4. Іоргачова М. І. Кодекси корпоративного управління напрямок розвитку корпоративних відносин у країні. Вісник соціально-економічних досліджень. 2011. № 41(2). С. 193–201.

5. Кужелєв М.О. Концептуальні основи розвитку корпоративних відносин: монографія. Донецьк: ТОВ «Східний видавничий дім». 2012. 260 с.

6. Македон В.В. Організаційний взаємозв'язок принципів корпоративного менеджменту і трансформаційних процесів у середовищі ТНК. Європейський вектор економічного розвитку. 2013. № 1(14). С. 128–135.

7. Поважний О. С., Орлова Н. С. Корпоративні відносини в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку: монографія. Донецьк. 2012. 200 с.

Максим Максимюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
Петро Коняк,
І курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Тетяна Томнюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

НАПРЯМКИ ДЕТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ ТРАНСФОРМАЦІЮ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ

Об'єднання організованої злочинності та корупції призводить до серйозної загрози економічній та національній безпеці держави через тіньову економіку. Негативні наслідки цього явища охоплюють деформацію податкової і бюджетної сфер, спотворення макроекономічних показників, негативний вплив на грошово-кредитну сферу, інвестиційний процес та ефективність виробництва, відтік капіталу за кордон, порушення стабільності відносин власності та посилення криміналізації економічної сфери.

Наразі рівень тіньової економіки оцінюється Міністерством економічного розвитку на рівні приблизно 30%. Проблема розриву між платниками податків і тими, хто їх ухиляється, наочно відображена у сфері грального бізнесу. Легальні гральні заклади сплачують великі суми податків, наприклад, за дев'ять місяців - 6,65 млрд грн, що в 9,5 рази перевищує показники за попередній рік. У той час як нелегальні гральні заклади не сплачують податків, крім корупційних "внесків". Комісія з регулювання азартних ігор та лотерей підраховує мінімум 2 млрд грн несплачених податків на місяць у цьому сегменті.

Тіньова економіка охоплює всі сфери, включаючи аграрний сектор, де частка тіньового ринку зерна становить близько 40% від загального обсягу. При цьому більше 70% дрібних фермерів працюють "в тіні", уникаючи оплати податків і видачі зарплат в "конвертах". Це призводить до відсутності доступу до субсидій і державної підтримки для них. За даними Асоціації фермерів і приватних землевласників України, 58% з 40 тис. фермерів навіть не подавали документи на участь у програмах державної підтримки АПК. Продовжує існувати сірий та чорний експорт зерна в обхід податків, що шкодить як державі, так і чесним аграріям та агротрейдерам. Останнім часом у портах на Дунаї проводяться облави на чорних трейдерів [1].

Одним із ключових в тінізації української економіки є податок на додану вартість (ПДВ). ПДВ є опосередкованим податком, включеним у ціну товарів (робіт, послуг), який сплачується покупцем, але його облік та перерахування до державного бюджету здійснює продавець. Основою для розрахунку ПДВ є додана вартість, що формується підприємством завдяки його внутрішнім ресурсам (землі, капіталу, робочої сили, підприємницької діяльності).

Наші дослідження вказують на значний обсяг податкового тягаря на споживання в Україні, основна частина якого походить від ПДВ. Цей податок виявляється значущим джерелом доходу для Державного бюджету. Водночас він також є основною причиною корупції в країні. Спроби боротьби з схемами, пов'язаними із ПДВ, не призвели до очевидно позитивних результатів, а навпаки, призвели до утворення складної та закритої системи адміністрування, в якій легше приховати так званий "схемний кредит". За аналізами фахівців, лише через ПДВ-схеми Державний бюджет України щорічно втрачає приблизно 24-30 мільярдів гривень [2].

Важливо відзначити, що фіскальна ефективність ПДВ прямо пов'язана із продуктивністю економіки, оскільки його оподаткування базується на різниці між вартістю робіт чи послуг після урахування всіх податків та зборів та фактичними витратами підприємства. Інакше кажучи, ПДВ взаємодіє безпосередньо з загальновідомим коефіцієнтом "витрати-випуск".

Щоб уникнути зловживань незаконним відшкодуванням ПДВ, пропонується припинити відшкодування ПДВ у випадку, якщо не відбувається повернення валютної виручки з-за кордону. Значні податки на працю та складнощі адміністрування стають основними мотиваторами для переходу бізнесу в тінь, що, в свою чергу, сприяє детінізації. Тіньова та офіційна економіка не є паралельними реальностями; ланцюжок

виробництва, отримання доходу і споживання/заощадження може містити як легальні, так і тіньові операції.

Наприклад, отримуючи зарплату в конверті (тіньова операція), особа може легально розраховуватися цими грошима в супермаркеті (біла операція). Кошти, виділені з бюджету для державних закупівель (біла операція), можуть частково використовуватися для відрахування хабара (тіньова операція), а потім чиновник-корупціонер може розрахуватися цими коштами в ресторані або магазині (біла операція). Подібні сценарії спостерігаються в різних галузях, таких як ринок нафтопродуктів, тютюнові вироби та алкогольна продукція.

Перемога над тіньовою економікою повністю та остаточно є майже недосяжною метою. Але реально значно зменшити її вплив. Особливо корисною для цього є відмова від готівки, що сприятиме детінізації. Це, безумовно, тривалий і складний процес для країни, але він може допомогти мінімізувати рівень "тіньових" фінансів. Більшість транзакцій в тіньовому секторі здійснюється на готівку, яка не підлягає оподаткуванню. Перехід до безготівкових розрахунків виведе гроші з "тіні", оскільки всі фінансові операції будуть під контролем держави.

Необхідно вивести бізнес із тіні, боротися із нелегальними схемами, що різко збільшить доходи бюджету. Для вдосконалення податкової системи в Україні та зменшення тіньової економіки пропонуються наступні заходи:

1. Забезпечити стабільність у нормативно-правовому регулюванні податкового законодавства. Податкові норми для підприємств мають бути простими та стійкими, без постійних кардинальних змін.

2. Оптимізувати податкове навантаження для стимулювання нових робочих місць і розвитку ринку праці. Це також допоможе вивести частину економіки з тіні та зменшити відтік капіталу за кордон. Зниження податкового навантаження повинно бути поступовим та спланованим процесом.

3. Посилити відповідальність за використання тіньових податкових схем у бізнесі та умисну мінімізацію податкових зобов'язань.

Ключовою умовою для ефективної роботи фіскальної системи та запобігання (принаймні, мінімізації) ухиляння від сплати податків є максимальне розширення податкової бази при встановленні оптимально низьких ставок оподаткування. Ми вважаємо, що в Україні слід уникати винятків з загальних та обов'язкових правил оподаткування, оскільки ці винятки часто спонукають платників шукати шляхи ухилення від оподаткування та сприяють розвитку корупції через взаємодію з посередниками, які пропонують послуги з оптимізації.

Стратегія економічного розвитку України після війни повинна бути спрямована на максимальну дерегуляцію та демонополізацію. Одночасно, утворення бюджетних доходів в умовах післякризового періоду вимагає ефективної мобілізації податкових надходжень. За висновками експертів Світового банку та МВФ, успіх у цьому питанні залежить від характеристик податкової системи та умов податкового адміністрування, зокрема використання податків, які мінімально впливають на економічні рішення, широкої бази оподаткування та відсутності необґрунтованих звільнень, а також ефективних заходів податкового аудиту, заснованих на чітких принципах та прозорих критеріях [3; 4].

Податкова політика повинна сприяти якнайшвидшому відновленню та успішному довгостроковому розвитку економіки. Тому в процесі реформування податкової системи слід надавати належну увагу не лише накопиченню податкових надходжень, але й дотриманню принципів справедливості оподаткування, зокрема розподілу податкового навантаження між різними верствами населення відповідно до їх платоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Докори за корупцію: чому саме зараз? Главком. 1.11.2023. URL: https://glavcom.ua/publications/dokori-za-koruptsiju-chomu-same-zaraz-965763.html (дата звернення: 10.11.2023).

2. Дубровський В. Порівняльний аналіз фіскального ефекту від застосування інструментів ухилення/уникнення оподаткування в Україні: 2021. Київ: Центр соціально-економічних досліджень CASE Україна, Інститут соціально-економічної трансформації. URL: http://iset-ua.org/images/Doslidzennya-shem-2021-final.pdf (дата звернення: 10.11.2023).

3. Як Україна реформуватиме податкову систему після війни. Укрінформ. 27.03.2023. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3688038-ak-ukraina-reformuvatime-podatkovu-sistemu-pisla-vijni.html (дата звернення: 10.11.2023).

4. Томнюк Т.Л. Фіскальний інструментарій детінізації економіки України. Вісник ЧТЕІ КНТЕУ. 2020. №1. С.69-83.

Наталія Мартикян,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІАГНОСТИКИ КРИЗОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

За період незалежності управління підприємством поступово від централізованого управління переходило до управління, яке повинно враховувати вплив зовнішнього середовища на підприємства, змушуючи їх динамічно функціонувати і пристосовуватися до "капризів" зовнішнього впливу та високого ступеня невизначеності розвитку.

В даний час поступово сформувалася система поглядів на те, як необхідно діяти в передкризових ситуаціях. Зараз у діях ведучих фірм усе більш виразно вимальовується стратегія попередження прояву кризових процесів.

Дійсно, набагато розумніше передбачити кризу і ввести в поведінку системи такі нововведення чи альтернативи, що згладять негативні моменти для того, щоб стабільний розвиток не перетерпів значних порушень.

Керівнику підприємства, фінансовому менеджеру необхідно вміти передбачати причини і джерела виникнення проблемних ситуацій і мати про запас заздалегідь спроектований механізм їхнього розв'язання для того, щоб наявними ресурсами і можливостями можна було, якщо і не досягати поставленої мети, то хоча б не мати збитків [1].

Більшість організацій про стійкість розвитку можуть поки лише мріяти. Фінансовий менеджер повинен вирішувати питання не тільки ті, котрі дозволяють вижити фірмі в існуючих екстремальних умовах, але й ті проблеми й умови, що дають можливість дивитися на майбутнє більш оптимістичніше і планувати свою роботу, спрямовану на стійкий розвиток підприємства в перспективі.

Питаннями циклічності розвитку економіки та підприємств тривалий час займалися: Туган-Барановський М., Муглер Е., Кондратьєв Н., Кейнс Дж., Шумпетер І., питаннями діагностики кризових явищ та загрози банкрутства Василенко В., Бланк І., Картюхова Н., Ковальов В., Лігоненко Л., Поддєрьогін А., Сайфулін Р., Савчук В., Шеремет А..

Практика показує, що кризи неоднакові не тільки із своїх причин і наслідків, але і за самою своєю суттю. Необхідність у розгалуженій класифікації криз пов'язана з диференціацією засобів і способів управління ними. Якщо є типологія і розуміння

характеру кризи, з'являються можливості зниження її гостроти, скорочення часу і забезпечення безболісності протікання.

Криза у діяльності мікроекономічної системи, як і на макрорівні, не виникає спонтанно, вона має свої причини та зовнішні прояви. Причина появи кризових явищ у діяльності суб'єктів господарювання, як і на макрорівні, прихована в самому ринковому господарстві, викликана постійною зміною ринкових орієнтацій споживачів, невизначеністю економічної поведінки контрагентів підприємства, необхідністю постійного коригування основних елементів та функціональних підсистем самого підприємства з метою забезпечення адекватності вхідним та вихідним параметрам розвитку системи в цілому. Суттєвим фактором є несприятливий вплив зовнішнього оточення [2].

Можливість системної та локальних криз пояснюється зміною обсягів діяльності підприємства в умовах ринкової невизначеності, асинхронністю появи та визрівання окремих внутрішніх суперечностей системи. У будь-який період свого існування стан економічної системи може розглядатися як суперкомпозиція циклів розвитку її окремих внутрішніх компонентів, оскільки окремі функціональні інваріанти системи знаходяться на різних етапах циклу та розвиваються в різних напрямах.

Причини криз, що виникають на підприємствах, можуть бути різними. Вони поділяються на об'єктивні, пов'язані з циклічними потребами модернізації і реструктуризації підприємств, а також з несприятливими впливами зовнішнього середовища організацій і суб'єктивні, що відбивають помилки і волюнтаризм в управлінні. Причини криз можуть носити також природний характер що відбивають явища клімату, землетрусу, повені й інші катаклізми природної властивості. А можуть носити і техногенний відбиток, пов'язаний з діяльністю людини [3].

Також необхідно відзначити, що у більшості випадків виникнення кризової ситуації на підприємстві викликане дефіцитом власних коштів. Надмірне залучення позик, недотримання графіка погашення зобов'язань призводить до відволікання власного капіталу на невиробничі витрати по їх обслуговуванню, до зниження платоспроможності і фінансової стійкості, що збільшує імовірність ліквідації підприємства у процесі банкрутства.

У розумінні кризи велике значення мають не тільки її причини, але й різноманітні наслідки: можливе відновлення організації чи її руйнування, оздоровлення чи виникнення нової кризи [4].

Отже, значущість впливу окремих внутрішніх та зовнішніх факторів у часі на фінансовий стан підприємства не є константою, вона суттєво змінюється залежно від стадії життєвого циклу конкурентної переваги, на якій знаходиться підприємство. На кожному етапі життєвого циклу: на стадії зародження, прискорення зростання, уповільнення зростання, зрілості та спаду (втрати) конкурентного статусу діє індивідуальна система внутрішніх та зовнішніх факторів.

Список використаних джерел:

1. Національна економіка: навчальний посібник / за заг. ред. О.В. Новосої. Київ: ЦУЛ, 2013. 521 с.

2. Регіональна економіка: словник термінів / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, А.В. Бохан, Ю.І. Головня та ін. К.: КНТЕУ, 2012. 370 с.

3. Савченко В.Ф. Національна економіка: навчальний посібник. Київ: Знання, 2011. 309 с.

4. Chornovol A. Economic and legal aspects of EU insurance market development / Olena Murashko, Ruslana Havrylyuk, Vitalii Operuk, Iryna Zhuvahina, Alla Chornovol, Mykola Andriyenko // Journal of Management Information and Decision Sciences. 24(6). 2021. pp. 1-9.

5. Chornovol A. Innovative financial management strategy in the context of amalgamation of territorial communities of Ukraine / Alla Chornovol, Yuliya Voytsekhovska, Volodymyr

Sarychev, Tetiana Chysnevych, Maryna Goncharenko // Journal of Eastern European and Central Asian Research. 9(6). 2022. pp. 914-926.

Андрій Мартинов,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Тетяна Томнюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У ВОЄННИЙ ТА ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД

Війна в Україні призвела до руйнування інфраструктури, бізнесу і соціально-економічних моделей, порушивши світогляд населення. Однак цей період деструкції може стати відмінною можливістю для країни розпочати новий етап, користуючись отриманим досвідом. Україна має потенціал стати експериментальним полем, де світ може випробовувати нові реалії, етичні норми та раціональні підходи. Таким чином, Україна може стати платформою для формування нових тенденцій у майбутній цивілізації.

В країні виділяють 10 ключових галузей із значним інвестиційним потенціалом [1]:

1. Військово-промисловий комплекс, який має інвестиційний потенціал у розмірі 43 мільярдів доларів і служить для забезпечення національної безпеки та оборони держави.
2. Сфера металургії та металообробки, із інвестиційним потенціалом у розмірі 26 мільярдів доларів, включаючи розвинену чорну металургію з виробництва сталі, чавуну та прокату.
3. Енергетика, із інвестиційним потенціалом у розмірі 177 мільярдів доларів, з можливістю виробництва "зеленої" електроенергії та "зеленого" водню.
4. Природні ресурси, із інвестиційним потенціалом у розмірі 5,6 мільярдів доларів, з огляду на значні мінеральні ресурси України.
5. Агропромисловий комплекс, обладнаний інвестиційним потенціалом у розмірі 34 мільярдів доларів, включаючи розвинуте сільське господарство.
6. Галузь логістики та інфраструктури, із загальним інвестиційним потенціалом на рівні 123 мільярдів доларів, завдяки вигідному транзитному географічному положенню України.
7. Промислове виробництво, з інвестиційним потенціалом в розмірі 16 мільярдів доларів, включаючи підприємства, що спеціалізуються на електроенергетиці, чорній металургії, машинобудуванні, хімічній та харчовій промисловості.
8. Сектор деревообробки та виробництва меблів, із інвестиційним потенціалом у розмірі 5 мільярдів доларів, який має потенціал стати виробничим центром меблів на континенті.
9. Фармацевтика, з інвестиційним потенціалом у розмірі 19 мільярдів доларів, із дотриманням міжнародних стандартів українськими фармацевтичними компаніями.
10. Інноваційні технології, з інвестиційним потенціалом у розмірі 11 мільярдів доларів, із значущими досягненнями в цифровій трансформації та наявністю значної кількості ІТ-спеціалістів, які зазнали мінімальних втрат внаслідок війни і зберегли 95% контрактів.

Щодо позитивних змін, які покращили бізнес-клімат в Україні, важливими є присвоєння Україні статусу кандидата на вступ до ЄС, скасування мит та квот на український експорт, а також введення "транспортного безвізу". Однак серед негативних факторів слід відзначити повномасштабну військову агресію Росії проти України та

атаки на українську енергосистему. З метою ефективного проведення політики державного стимулювання інвестиційної діяльності важливо використовувати передовий досвід інших країн, що схожі з Україною за станом економіки, можливостями та історичною специфікою формування економічної системи.

Сусідні країни зараз удосконалюють свій інвестиційний клімат та створюють значні переваги для іноземних інвесторів, особливо в галузі інформаційних технологій. У Польщі, не дивлячись на загальну систему оподаткування для ІТ-бізнесу, витрати на креативну діяльність відшкодовуються на рівні 30% (раніше було 50% до 1 січня 2016 року). В Румунії великі ІТ-компанії, які відкривають центр розробок, отримують відшкодування 150% витрат протягом перших трьох років, що включає не лише компенсацію всіх витрат, але й додаткові кошти +50% завдяки спеціальному гранту Євросоюзу для розвитку інформаційних та високих технологій. Крім того, в Румунії діє 3-відсоткова пільга для податку на прибуток підприємств за спрощеною системою оподаткування та 0% – на доходи фізичних осіб у випадку підтвердження креативного характеру діяльності [2].

Україна веде дискусії про заміну податку на прибуток підприємств податком на виведений капітал, основна ставка якого становить 18%. Це пов'язано із внесенням до парламенту проекту Закону № 8557, який передбачає зниження базової ставки на рівні 15% для операцій з виплати дивідендів. Така зміна сприятиме збільшенню інвестицій у виробництво через реінвестування прибутку в оновлення виробничих потужностей, забезпечуючи при цьому зростання ВВП у середньостроковій перспективі. На макрорівні є проблема значного зменшення надходжень до державного бюджету, але досвід інших країн свідчить про ефективність такої моделі оподаткування розподіленого прибутку.

Наприклад, Естонія у 2000 році впровадила податок на виведений капітал, що призвело до досягнення значних результатів. Однак у контексті вищезазначеного важливо врахувати, що покращення роботи митниці, боротьба з корупцією у митних органах та якісна цифровізація можуть компенсувати втрати бюджету від відсутності податку на прибуток. Країна визначається як лідер у загальному рейтингу конкурентоспроможності податкових систем за Індексом конкурентоспроможності. Міжнародна спільнота вважає ключовими факторами не лише успіх податку на розподілений прибуток, а й ефективність майнового податку, що оподатковує лише вартість землі, а не вартість будівництва, а також повне звільнення від оподаткування іноземного прибутку.

У період від 2000 до 2004 року відбулося збільшення обсягів інвестицій на 39%, що перевищує показники Латвії та Литви. Податкове навантаження залишалося стабільним до 2000 року на рівні 34%. У перші роки дії податку на розподілений прибуток воно знизилося лише на 3 відсоткові пункти. Під час світової фінансової кризи зросло до 35,9%, але останнім часом знову знизилося до звичайних показників: 32–33%. Доходи від оподаткування корпорацій скоротилися протягом трьох років після введення податку. Це призвело до скорочення бюджетних видатків, і для компенсації втрат бюджету було встановлено підвищені акцизи на пальне, алкоголь та тютюн. Сьогодні ці акцизи є одними з найбільших джерел надходжень акцизного податку відносно ВВП серед країн-членів ЄС. Згідно з дослідженнями Інституту економічних досліджень та політичних консультацій в Україні, впровадження податку на виведений капітал може сприяти збільшенню інвестицій, оскільки нерозподілений прибуток компаній, що фінансують інвестиції, більше не підлягає оподаткуванню податком на прибуток.

Отже, збільшення грошових резервів компаній відкриває можливості для фінансування значних інвестицій, особливо за рахунок покращення доступності позикових коштів. Зараз компаніям необов'язково створювати штучні збитки у фінансовій звітності для зменшення податкового тягаря, що також сприяє поліпшенню

їхнього доступу до кредитів. Це важливо, оскільки така практика раніше зменшувала платоспроможність компаній в очах фінансових інститутів.

Податкові вигоди, пов'язані з оподаткуванням лише виведеного капіталу, можуть бути особливо корисними для нових компаній, які зазнають фінансових труднощів перед досягненням позитивного балансу грошових потоків. Це дозволяє їм сплачувати податок лише при отриманні прибутку.

Проте для досягнення успішних результатів у стимулюванні інвестиційної активності необхідно подолати корупційні зловживання, вдосконалити систему оподаткування, забезпечити прозорість та ефективний контроль за використанням податкових спрощень. Також важливо вдосконалити систему оцінювання ефективності податкових пільг, підвищити комунікацію податкових органів із платниками податків, а також підвищити рівень податкової культури населення, особливо в умовах широкого впровадження цифрових технологій у податковому адмініструванні, що відповідає світовим трендам.

Список використаних джерел:

1. Країна можливостей: чому інвестор прийде в Україну. URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/29/691997/(дата звернення: 25.10.2023).

2. Для айтівців готують підвищені податки і перехід на Трудовий кодекс: що треба знати про це. Економічна правда. 10.08.2020. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2020/08/10/663812/

Володимир Мартинюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОВЕДЕННЯ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСОВИХ АУДИТІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Впродовж останніх років в Україні реалізовано низку заходів, спрямованих на удосконалення системи державного фінансового контролю центральних органів виконавчої влади. Так, відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 28 жовтня 2015 року № 868 «Про утворення Державної аудиторської служби України» Держфінінспекцію реорганізовано в Державну аудиторську службу України. Держаудитслужба відповідно до покладених на неї завдань реалізує державний фінансовий контроль через здійснення

– державного фінансового аудиту;
– перевірки державних закупівель;
– інспектування (ревізії);
– моніторингу закупівель.

Відповідно до статті 363 Господарського кодексу України, «державний фінансовий аудит є різновидом державного фінансового контролю і полягає у здійсненні перевірки та аналізу фактичного стану справ щодо законного та ефективного використання державних чи комунальних коштів і майна, інших активів держави, правильності ведення бухгалтерського обліку і достовірності фінансової звітності, функціонування системи внутрішнього контролю. Державний фінансовий аудит здійснюється Рахунковою палатою та органами державного фінансового контролю відповідно до закону».

Сучасними видами державного фінансового аудиту є: аудит державних (регіональних) цільових програм; аудит фондів загальнообов'язкового державного

соціального страхування; аудит діяльності суб'єктів господарювання; аудит інвестиційних проектів; аудит коштів і грантів міжнародних фінансових організацій, країн та їх об'єднань; аудит місцевих бюджетів; аудит планування та виконання бюджетних програм; аудит інформаційних технологій. Формами державного фінансового аудиту є аудит відповідності, аудит ефективності, фінансовий аудит.

Протягом січня – грудня 2022 року проведено 159 (191) державних фінансових аудитів, а саме: 14 (53) аудитів місцевих бюджетів, 20 (32) аудитів виконання бюджетних програм та 125 (106) аудитів діяльності суб'єктів господарювання.

З початку звітного року державними фінансовими аудитами охоплено фінансових і матеріальних ресурсів на загальну суму близько 214,2 млрд. грн. (майже 469,5 млрд. грн.).

Проведеними державними фінансовими аудитами виявлено неефективних управлінських дій (рішень) або ризикових операцій, що призвели до упущених вигод/неотриманих доходів або непродуктивних/зайвих витрат на загальну суму майже 56,8 млрд. грн. (майже 92,7 млрд. грн.), неефективних управлінських дій (рішень) або ризикових операцій, що можуть призвести (свідчити) про упущені вигоди/неотримані доходи або непродуктивні/зайві витрати на суму понад 20,9 млрд. грн. (близько 23,9 млн. грн.).

Крім того, виявлено порушень законодавства, що можуть призвести до втрат фінансових і матеріальних ресурсів, на загальну суму більш як 2,2 млрд. грн. (більш як 3,0 млрд. грн.).

У результаті належного реагування об'єктів контролю на рекомендації державних аудиторів протягом січня – грудня 2022 року упереджено втрат фінансових і матеріальних ресурсів внаслідок неефективних управлінських дій (рішень) або ризикових операцій на суму майже 2,9 млрд. грн. (понад 1,7 млн. грн.), а також відшкодовано відповідних втрат близько 969,4 млн. грн. (більш як 3,0 млрд. грн.).

За результатами державних фінансових аудитів надано понад 1,6 тис. пропозицій (2,1 тис.), виконано 935 пропозицій (понад 1,0 тис.).

За результатами проведених протягом січня-серпня 2023 року заходів державного фінансового контролю фахівці Управління Західного офісу Держаудитслужби в Чернівецькій області виявили порушень, що призвели до втрат фінансових та матеріальних ресурсів, на суму понад 70,1 млн. грн.

Завдяки здійсненій аудиторами роботі забезпечено відшкодування фінансових порушень, що призвели до втрат фінансових та матеріальних ресурсів, на суму 13,0 млн. грн.

За результатами впроваджених пропозицій щодо поліпшення ефективності використання фінансових ресурсів та майна, які надавалися в минулих звітних періодах по завершенню державних фінансових аудитів, досягнуто додаткового результату на суму 30,7 млн. гривень.

Правоохоронним органам для вжиття заходів у межах їх компетенції передано матеріали 18 контрольних заходів державного фінансового контролю, за результатами розгляду яких розпочато 10 досудових розслідувань та вручено 6 письмових повідомлень про підозру у вчиненні кримінального правопорушення, матеріали 7 заходів державного фінансового контролю долучено до наявних кримінальних проваджень.

Враховуючи позитивні напрацювання проектного законодавства, варто диференціювати зовнішній та внутрішній державний фінансовий контроль із закріпленням чіткої дефініції на нормативному рівні. Це допоможе законодавчому розмежуванню суб'єктів державного фінансового контролю на органи зовнішнього та внутрішнього контролю, сфери дії, класифікації їх організаційної структури із чітким визначенням повноважень, сприятиме підвищенню ефективності здійснення контрольної діяльності органів державного фінансового контролю. За умови здійснення відповідних

законодавчих змін, цілісна система державного фінансового контролю в Україні буде спроможна функціонувати належним чином відповідно до єдиних норм і нормативів, згідно з єдиними методологічними і організаційними принципами. Щодо удосконалення системи державного фінансового контролю у загальному напряму, потрібно обгрунтувати порядок здійснення державного фінансового контролю органами різних гілок влади, механізм їх взаємодії, що, у свою чергу, допоможе унормувати чітку процедуру його проведення.

Список використаних джерел:

1. Чугунов О. І. Бюджети місцевого самоврядування як інструмент соціальноекономічного розвитку територій. Економічний вісник університету. 2014. Вип. 23(1). С. 262-266.

2. Шевцова Ю. Фінансова самостійність місцевого самоврядування України: історичний аспект – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 280 с.

3. Яресько Н. Галузеві перспективи для інвестування в Україні URL: http://innovations.com.ua/ua/articles/op-manage/17957/nataliya-yaresko-galuzevi-perspektivi-dlya-investuvannya-v-ukrajini.

Михайло Мар'ян,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
Вадим Кукурядзяк,
І курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СИСТЕМА КАЗНАЧЕЙСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ БЮДЖЕТУ: УПРАВЛІНСЬКИЙ МЕХАНІЗМ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Важлива роль в сучасних умовах належить системі виконання місцевих бюджетів, яка, окрім акумулювання доходів і здійснення видатків, має забезпечувати ефективне управління бюджетними ресурсами, прозорість фінансових операцій, аналіз і надання інформації про стан бюджету, а також запобігати нецільовому використанню коштів.

У світовій практиці, залежно від історичних і національних особливостей організації фінансової системи, вирізняють три основні моделі систем касового виконання бюджету: банківську, казначейську та змішану, яка поєднує ознаки двох попередніх. У більшості держав переважно застосовується банківська система виконання бюджетів. Однак, найпоширенішою є практика створення спеціалізованого органу – Казначейства, який провадить діяльність у сфері виконання бюджетів всіх рівнів і наділений певними повноваженнями щодо управління державними та місцевими фінансами. В Україні застосовується казначейська система обслуговування місцевих бюджетів, яка передбачає закріплення провідної ролі в цьому процесі за органами Казначейства.

Значний внесок у дослідження казначейського обслуговування місцевих бюджетів зробили у своїх працях К. Огданський, П. Петрашко, В. Стоян, Н. Сушко, О. Чечуліна, С. Юрій, С. Булгакова, Л. Єрмоленко, Є. Галушка, Й. Хижник, О. Даневич, О. Охрімовський, Д. Ротар, К. Павлюк, М. Мельник, А. Стовбчатий, Л. Гуцаленко, Р. Макуцький, О. Кірєєв, М. Мац та ін. Проте необхідно й надалі проводити дослідження казначейського обслуговування місцевих бюджетів за доходами і за видатками з метою підвищення ефективності в умовах розвитку вітчизняної економіки.

Місцеві бюджети – найчисельніша ланка бюджетної системи України, яка, відповідно, є її фундаментом. Місцеві бюджети відіграють важливу роль у перерозподілі

внутрішнього валового продукту, фінансуванні публічних послуг, передусім соціальної спрямованості, здійснюють безпосередній вплив на задоволення різних потреб населення.

У Законі України «Про місцеве самоврядування» місцеві бюджети (бюджети місцевого самоврядування) визначаються наступним чином: це план утворення і використання фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення функцій та повноважень місцевого самоврядування [1].

Згідно із Бюджетним кодексом України, місцеві бюджети - бюджет Автономної Республіки Крим, обласні, районні бюджети та бюджети місцевого самоврядування. До бюджетів місцевого самоврядування відносяться: бюджети територіальних громад сіл, їх об'єднань, селищ, міст (у тому числі районів у містах), бюджети об'єднаних територіальних громад [2].

У наукових підходах до визначення поняття «місцеві бюджети» увага акцентується на його системності та потребі комплексного розгляду. З позиції розгляду місцевих бюджетів як системи економічних відносин, які виникають у процесі формування, розподілу та використання фондів фінансових ресурсів адміністративно-територіальних формувань, можна визначити таку структуру даних взаємовідносин:

- між центральними органами влади та органами місцевого самоврядування в контексті акумулювання доходів та їх розподілу між рівнями бюджетної системи, а також здійснення фінансування з місцевого бюджету в процесі виконання відповідних завдань;

- між органами місцевого самоврядування та населенням громади в процесі формування та використання коштів;

- між органами місцевого самоврядування та суб'єктами господарювання.

Концепція концентрованого управління бюджетними знаряддями лінією збільшення контролювання через витратами районних бюджетів, отриманням з Казначейства також розглядом даних про економічні дії конкретних бюджетів, але крім того удосконаленням управління бюджетними обов'язками. З іншої краю, апарати регіонального самоврядування мають можливість в твердження незалежних висновків у межах своєї зони відповідальності присутність виконанні прибутковою також видаткової елементів схваленого бюджету, але апарати Казначейства мають можливості, задоволені з метою контролювання через виконанням даних висновків з краю розпорядників бюджетних грошей [4].

Казначейське сервіс економних грошей враховує: розрахунково-прибуткове сервіс розпорядників також одержувачів бюджетних грошей, але крім того інших покупців у відповідності зі законодавством; нагляд через реалізацією бюджетних можливостей присутність зарахування надходжень бюджету, реєстрації придбаних економних обов'язків розпорядниками бюджетних грошей також виконанні платежів згідно з даними обов'язків; управління бухгалтерського обліку також формування звітності про виконання бюджетів з дотриманням державних тверджень бухгалтерського обліку в державному секторі також інших нормативно-правових дій Міністерства капіталів України; реалізація інших дій зі економними знаряддями [5].

Уже після прийняття районних бюджетів районні економічні апарати подають згідно ділянці сервісу під апарат Казначейства дозвіл про затвердження певних бюджетів, проекти суспільно-фінансового також цивілізованого формування певних адміністративно-територіальних одиниць, цільові проекти згідно інших проблем регіонального самоврядування, схвалені рішеннями про районних бюджетах. Присутність внесення змін у тутешній держбюджет даються дозвіл про внесення змін у дозвіл про районний бюджет, встановлені належним рекомендацією. Постанова, що видаються в здійснення проектів, встановлених належним рекомендацією, подають

розпорядники, які вважаються їх виконавцями.

Таким Чином, казначейське сервіс районних бюджетів надає сприятливий результат, таким чином так само як безпосередньо подібна модель діяльність гарантує бережливе, неодмінно цільове використання бюджетних грошей. Сервіс територіальними органами Загальнодержавної казначейської роботи районних бюджетів надає можливість щодня в абсолютно всіх ступенях економною концепції витягувати зведення про доходи, що надійшли у розрізі кодів бюджетної класифікації, також здійснювати контроль тенденції переміщення економних грошей.

Список використаних джерел:

1.Державна фінансова стратегія: програма та робоча програма / І.Я.Чугунов, М. Д. Пасічний. Центр підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ. Київ : КНТЕУ, 2017. 25 с.

2. Державне фінансове регулювання економічних перетворень : монографія /за заг. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. НАПН України А. А. Мазаракі. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : КНТЕУ, 2015. 375 с.

3. Фінанси України: інституційні перетворення та напрями розвитку / за ред. І.Я.Чугунова. К. : ДННУ АФУ, 2009. 848 с.

4. Чугунов І. Я. Фінансово-економічне прогнозування і планування / І.Я.Чугунов, Т. Г. Затонацька, А. В. Ставицький. К.: Поліграф Консалтинг, 2007. 312 с.

5. Гордієнко В.О. Програмно-цільовий метод - інструмент побудови сучасної економіки : монографія / В. О. Гордієнко. Дніпропетр. держ. фінанс. акад. Дніпропетровськ : ДДФА, 2014. 267 с.

6. Грабчук О.М. Фінансове прогнозування невизначеності економічних процесів на макрорівні : монографія / О.М.Грабчук. Д. : Біла, 2012. 357 с.

Олег Матейчук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
Роман Луців,
І курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

Стрімкий розвиток суспільних відносин в епоху діджиталізації сприяє посиленню інтеграційних процесів на фінансовому ринку загалом та у сфері страхування зокрема. Страховий ринок України в сучасних умовах через військову агресію та кризовий стан економіки має досить обмежені можливості для сталого розвитку. Виявлення причин та визначення чинників формування сучасного стану економіки може стати вагомим підґрунтям для побудови ефективної системи страхування на національному ринку.

Зважаючи на сьогоднішні складні умови функціонування економіки України за умов пандемії COVID-19 та воєнного стану, постійної агресії з боку рф, страховий ринок потерпає від низки системних та специфічних проблем, що потребує додаткової уваги та актуалізує проведене дослідження.

Нині страховий ринок України характеризується досить помірними темпами розвитку: на ринку функціонують 128 страхових компаній із загальним обсягом активів 70338 млн. грн. За період 2017-2022 р. кількість компаній на ринку зменшилась у 2,3

рази, що свідчить про посилення нагляду з боку регулятора (з 2019 р. – НБУ) та високу конкуренцію.

Показник проникнення та показник щільності страхування за період 2017-2022 рр. відображають надзвичайно низький рівень розвитку ринку страхування України у порівнянні з іншими країнами світу (в середньому 6,1% і 34 дол. США відповідно). Зокрема, показник проникнення, який показує співвідношення валових страхових премій до ВВП країни у %, знаходиться на надзвичайно низькому рівні, очевидно через скорочення обсягів страхових премій. Щільність страхування, що відображає розмір страхових премій на 1 особу також демонструє не стабільну динаміку через мінливі умови економічного зростання в країні та нестійку платоспроможність населення.

Таким чином, страховому ринку України притаманні проблеми та характеристики, які склалися у довоєнний період та посилились військовими діями по усій території держави. Врахувати та об'єктивно проаналізувати виявлені хронічні проблеми та новостворені з боку рф можна за допомогою методичного підходу PEST-аналізу. Виокремлення джерел існуючих проблем за напрямами політичного, економічного, соціального та технологічного векторів допоможе виявити перспективні інструменти подолання загроз та використання можливостей розвитку страхового ринку. Переважна більшість проблем розвитку страхового ринку України мають тривалий характер.

Окремої уваги у частині політичних викликів заслуговує необхідність розробки проектів державно-приватного партнерства, зокрема, щодо формування організацій для покриття післявоєнних ризиків. Такі проекти можуть покривати частину завданих країною агресором збитків і, при цьому, не завдавати значної шкоди окремим страховим компаніям.

Окрема увага має бути приділена вирішенню проблеми низької мотивації страховиків через обмеження щодо рентабельності страхової діяльності. Водночас, ця проблема породжує наступну – низьку інвестиційну привабливість галузі для потенційних інвесторів, які могли б вкладати кошти у власний капітал страхових компаній, посилюючи їх капіталізацію. Однак, вирішення цієї проблеми має базуватися на оптимальному збалансуванні інтересів усіх сторін страхових відносин: страхувальників, страховиків, потенційних інвесторів і держави, що дасть можливість підвищити конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість страхових компаній та не втратити довіри клієнтів до операторів ринку.

Економічні виклики воєнного часу значно посилили проблеми страхового ринку. На перших етапах воєнного вторгнення країни агресора на територію України було втрачено певну частину постійних клієнтів, які мігрували, емігрували чи загинули. Відновлення та розширення зв'язків забезпечило певні темпи відновлення ринку, однак ці взаємовідносини потребують удосконалення. Зокрема, з боку страхових компаній повинні бути розроблені і впроваджені програми страхування ризиків у тих сферах, які нині стали пріоритетними: будівництва, енергетики, інфраструктури, аграрного виробництва та інших, які сприятимуть відбудові економіки держави. Окремо, слід акцентувати увагу на розвитку особистого медичного страхування, яке сприятиме фінансуванню вторинної та третинної ланок медичної сфери, що наразі зумовлено високою потребою.

Список використаних джерел:

1. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Віктор Михнюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
Олександр Пархоменко,
І курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РЕФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕСУ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Місцеві фінанси є базою формування соціально-економічного потенціалу держави, тому від ефективності їх формування та використання залежить як добробут окремих громад, так і рівень добробуту в державі. Нормативно-правова база України регламентує механізми та інструменти розподілу доходів держави, які спрямовуються для органів місцевого самоврядування на фінансування делегованих та власних повноважень. Відповідно, стабільний розвиток територіальних громад тісно пов'язаний із забезпеченістю органів місцевого самоврядування фінансовими ресурсами, потрібними для виконання їх функцій. Проте у воєнний час принципи розпорядження місцевими фінансами характеризуються значними особливостями, зважаючи на непередбачувані ситуації, пов’язані з воєнними діями, та необхідність перерозподілу фінансів на першочергові потреби під час війни. Такі обставини не є притаманними для мирного часу, тому стають причиною багатьох проблем та незручностей, пов’язаних із формуванням, розподілом та використанням місцевих фінансів.

Проведення реформи децентралізації в Україні сприяло створенню демократичного механізму здійснення публічної влади на місцевому рівні. Сама реформа спрямована на підвищення практичної значущості органів місцевого самоврядування та розширення й посилення реальної дієвості їх повноважень за рахунок бюджетної децентралізації шляхом створення ефективної моделі побудови місцевих бюджетів. На формування місцевих бюджетів впливають обсяги прибутків підприємств, установ, організацій, а також рівень прибутків населення, яке є платниками податків та зборів у межах певної територіальної громади. Реальне виконання місцевими органами своїх повноважень та їх активний вплив на соціально-економічну ситуацію в регіоні напряму залежить від достатнього обсягу матеріально-фінансових ресурсів, що знаходяться в їх розпорядженні. Тому своєї актуальності в сучасних умовах набуває проблематика формування доходів місцевих бюджетів як одного із основних важелів у сфері діяльності органів муніципальної влади.

Загалом можемо спостерігати позитивну тенденцію щодо змін планових та фактичних показників видатків за досліджуваний період. Зокрема, розглянувши динаміку фактичних показників видатків та відсотку виконання до запланованих, можна зробити висновок, що по більшості статтях видатків ситуація щодо співвідношення фактичних і планових показників становить в середньому приблизно 97% . Найбільше помітна різниця щодо відсутності сталого виконання видатків по статтях, спрямованих на духовний та фізичний розвиток, відповідно відсоток виконання у 2020 році становив 63,6% у 2021 році – 97,9%, а у 2022 році 89,7%.

На формування місцевого бюджету у 2022 році також вплинув демографічний чинник, адже з одного боку, багато чоловіків вступили до лав Збройних сил України, а багато жінок із дітьми мігрували закордон, що в свою чергу, вплинуло на зменшення робочих місць. Демографічний чинник також був виражений у прибутті великої кількості внутрішньо-переміщених осіб з тимчасово окупованих територій, яким

потрібно було надавати допомогу з програм місцевого бюджету, як на облаштування місць проживання, так і на харчування та інші потреби. Перевагою для економіки стали надходження від релокованих підприємств, які перемістились із зони бойових дій.

Такий чинник як витрати на соціальні програми, також мав місце у процесі виконання місцевого бюджету 2022 року, адже, як зазначалося вище, у зв'язку із прибуттям на територію громади великої кількості ВПО, громада змушена була виділяти додаткові фінансові ресурси. У зв'язку із військовим станом та соціальною напругою збільшилась кількість громадян, яким була необхідна матеріальна допомога на лікування чи інші потреби.

Форс-мажорні для 2022 року обставини також стали причиною для прийняття місцевих програм підтримки військовослужбовців ЗСУ, які потребували фінансових ресурсів. Також фінанси потрібні на облаштування укриттів, які діють в межах територіальної громади.

Важливо для органів місцевої влади постійно працювати над наповненням доходної частини місцевого бюджету. Постійно підтримувати контакти із місцевими суб'єктами господарювання, створювати для них комфортні та привабливі умови для започаткування та розширення підприємницької діяльності. Також важливо дбати про благоустрій території та покращення доступу до інфраструктурних та адміністративних об'єктів, що у майбутньому вплине на збільшення економічного та громадського потенціалу.

Вплив різних факторів в першу чергу залежить від особливостей певної територіальної громади, від її розмірів, місцезнаходження, економічного потенціалу. В кожному окремому випадку певні чинники будуть мати більше вагоме значення та значно впливати на формування та виконання місцевого бюджету. Проте, такі чинники, як зміни в законодавстві, податковій політиці є загальними та затверджуються на державному рівні.

Отже, як ми бачимо, всі вищезазначені фактори взаємодіють між собою, та значною мірою впливають на формування місцевого бюджету. Їх врахування в процесі управління місцевим бюджетом є важливим для його виконання, досягнення фінансової стабільності, місцевого економічного розвитку та забезпечення потреб громади.

Список використаних джерел:

1. Чугунов О. І. Бюджети місцевого самоврядування як інструмент соціальноекономічного розвитку територій. Економічний вісник університету. 2014. Вип. 23(1). С. 262-266.

2. Шевцова Ю. Фінансова самостійність місцевого самоврядування України: історичний аспект – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 280 с.

3. Яресько Н. Галузеві перспективи для інвестування в Україні URL: http://innovations.com.ua/ua/articles/op-manage/17957/nataliya-yaresko-galuzevi-perspektivi-dlya-investuvannya-v-ukrajini.

Аліна Наворинська,
ІІІ курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
наук. кер. – Любов Гут,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗМІЦНЕННЯ

Більшість підприємств у сучасних умовах економічної нестабільності знаходяться в складному фінансовому становищі. Проте, негативний вплив на їх діяльність спостерігається не лише через фактори зовнішнього середовища, але й через недостатній

рівень фінансової стійкості підприємства. Тому пошук напрямів зміцнення фінансової стійкості підприємства набуває особливої актуальності.

Фінансова стійкість підприємства означає стабільний фінансовий стан, який забезпечується високим відсотком власного капіталу у загальній сумі використовуваних фінансових ресурсів. Забезпечення постійного виробництва, успішних продажів, приросту прибутку порівняно з витратами і ефективного використання фінансових ресурсів є важливими факторами, що сприяють фінансовій стійкості підприємства.

Белялов Т. Е., Олійник А. В. А. вважають, що наліз фінансової стійкості підприємства є ключовим етапом оцінки його діяльності і фінансово-економічного благополуччя. Він відображає результати поточного, інвестиційного і фінансового розвитку підприємства та надає необхідну інформацію для інвесторів. Також він характеризує здатність підприємства виконувати свої зобов'язання та збільшувати свій економічний потенціал.[1]

Недостатня фінансова стійкість суб'єкта господарювання може призвести до неможливості підприємства виконувати свої фінансові зобов'язання і бути неплатоспроможним, що обмежує його можливості для розширення бізнесу та взагалі його функціонування. З іншого боку, надлишкова фінансова стійкість також має негативні наслідки, оскільки може спричинити сповільнення розвитку виробничо-господарської діяльності через надмірні запаси та резерви на підприємстві.

Павлюк Т. встановив, якщо підприємство фінансово стійке, платоспроможне, воно має перевагу перед іншими підприємствами того ж профілю в залученні інвестицій, в одержанні кредитів, у виборі постачальників і виборі кваліфікованих кадрів. Стійкий фінансовий стан підприємства є результатом ефективного управління всією сукупністю виробничо-господарських факторів, що визначають результати діяльності підприємства.[3]

Скочко Ж. В. констатує, що функціонування підприємств та формування їх фінансової стійкості повністю залежить від сукупності факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, та інших джерел, що впливають на систему управління фінансовою стійкістю. Важливість визначення факторів впливу дає змогу підприємствам адаптуватись до постійної зміни середовища та успішно виживати в умовах конкуренції, при цьому процес адаптації потребує здатності до розвитку, трансформації елементів господарської діяльності та системи управління в такому напрямку, який забезпечує фінансову безпеку.[4]

На сьогоднішній день найбільше впливають на фінансову стійкість підприємства економічні та фінансові чинники. Вони можуть зумовити виникнення кризових явищ, банкрутство і ліквідацію підприємства. Необхідно зауважити, що на сучасному етапі розвитку економіки України фінансова стійкість багатьох підприємств істотно погіршилася. Основними чинниками цього є фінансово-економічна криза в Україні, зростання інфляції, нестабільна державна податкова і кредитна політика. Нестабільність економічної ситуації в Україні зумовлює погіршення інвестиційного клімату в державі. Значний вплив на фінансову стійкість підприємств справляє також зовнішньоекономічна політика держави, яка охоплює експортну та імпортну політику. Така політика повинна бути спрямована на створення сприятливих умов для українських товаровиробників на світовому ринку.[2]

Шляхи зміцнення фінансової стійкості підприємства включають:

1. Ефективне управління оборотними активами сприятиме раціональному використанню обігових коштів, запобіганню затримці платежів і зниженню рівня запасів.

2. Моніторинг і контроль фінансових показників шляхом проведення регулярного аналізу фінансових звітів підприємства дозволяє виявляти проблеми вчасно і реагувати на них, а також здійснювати прогнозування майбутніх фінансових результатів.

3. Залучення різних джерела фінансування, таких як банківські кредити, інвестиції, державні дотації, що допомагає розподілити ризики і забезпечити стабільність фінансування.

4. Ефективне управління заборгованостями шляхом контролю термінів відстрочки платежів, надання знижки для ранньої оплати та забезпечення своєчасного погашення поточної заборгованості.

5. Ефективне управління витратами шляхом періодичного аналізу витрат дозволяє виявити можливості зниження витрат і збільшення ефективності виробництва.

6. Формування фінансових резервів на випадки непередбачуваних подій допомагає підприємству стати більш стійким до фінансових ризиків.

7. Розробка стратегії ризик-менеджменту базується на ідентифікованні ризиків, які можуть вплинути на фінансову стійкість підприємства, та обгрунтуванні плану заходів, спрямованих на їх мінімізацію.

Ці шляхи можуть допомогти підприємству зміцнити свою фінансову стійкість і забезпечити його стабільність у довгостроковій перспективі.

Стан сучасної економіки в Україні залишає бажати кращого. Країна знаходиться в складній економічній кризі, супроводжується інфляційними процесами, а політична ситуація також негативно впливає на підприємства. Воєнні дії та підвищення цін призводять до зниження платоспроможності споживачів, зменшення попиту на товари та скорочення доходів підприємств. У таких умовах важливо правильно розробити стратегію управління фінансовою стійкістю та шукати шляхи для її покращення, незважаючи на зовнішні обставини.

Список використаних джерел:

1. Белялов Т. Е., Олійник А. В. Фінансова стійкість підприємства та шляхи її зміцнення. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». № 12 (22), 2 т., 201 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2016_12%282%29__6 (дата звернення 17.11.2023)
2. Назарова Т. Ю., Гаврик А. А., Фінансова стійкість підприємства в сучасних умовах. Загальнодержавний науково-виробничий та інформаційний журнал «Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит». 2021. № 5-6 (159-160). DOI: https://doi.org/10.20998/2313-8890.2021.05.06 (дата звернення 17.11.2023)
3. Павлюк Т. Фактори впливу на фінансову стійкість підприємства. Наука – виробництву, 2021. LV Науково-технічна конференція здобувачів вищої освіти.с.115, «Наука в ЦНТУ: основні досягнення та перспективи розвитку» за підсумками проведення «Дня науки – 2021» 14 травня 2021. URL:http://www.kntu.kr.ua/doc/zbirnyki/2021/4.pdf#page=115 (дата звернення 17.11.2023)
4. Скочко Ж. В. Фінансова стійкість підприємства та шляхи її зміцнення // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука», Фінансово-економічна наукова рада. IX Міжнародна науково-практична конференція «Глобальні проблеми економіки та фінансів». 31 травня 2017. URL: http://www.inter-nauka.com/uploads/public/15059020681052.pdf#page=52 (дата звернення 17.11.2023)

Аліна Наворинська,
ІІІ курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
наук. кер. – Юлія Маначинська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ФІНАНСУВАННЯ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Умови воєнного стану в Україні обумовило глобальну кризу, яка вразила мільйони людей, і є серйозним економічним шоком невизначеної тривалості та масштабу. Метою

повоєнного відновлення країни та подальшої інтеграції економіки України у європейський простір є необхідність реалізувати масштабну програму відновлення. Післявоєнний етап відбудови держави буде характеризуватися пошуком нових шляхів щодо розробки стабілізаційних заходів прискорення економічного розвитку, особливо постраждалих регіонів України, у зв'язку зі значними руйнуваннями промислової та соціальної інфраструктури, на тлі дефіциту фінансових ресурсів [1].

У березні 2023 року Світовий банк збільшив оцінку відновлення та реконструкції України до 411 млрд. дол. США. Для порівняння, у вересні 2022 року перший прогноз, заснований на збитках перших трьох місяцях повномасштабної війни, становив 349 млрд. дол. США [2].

Визначено, що негативні тенденції в економіки України були неминучими та до сьогодні залишається характерними, що має своє відображення у зниженні ВВП, зростанні рівня інфляції, макроекономічній нестабільності, відтік інвестицій і робочої сили, зниження туристичної привабливості країни тощо. Крім того, масштаби руйнувань збільшуються, тож необхідні обсяги фінансування відбудови й надалі зростатимуть. Вже тепер вони є настільки значними, що не можуть бути перекриті через стандартні механізми міжнародної фінансової допомоги національної економіки. Основною особливістю процесу післявоєнної відбудови, враховуючи його багатовекторність, є пошук моделі, яка б забезпечили одночасне вирішення численних гуманітарних проблем, проблем, пов'язаних із масовим руйнуванням інфраструктурного забезпечення, а також проблем, пов'язаних із потребою у пошуках нових джерел фінансових та матеріальних ресурсів, їх раціонального розподілу [3].

Вітчизняні науковці виокремлюють дві моделі повоєнного відновлення України. Перша модель – компенсаційне відновлення, тобто відшкодування коштів власникам знищеного/пошкодженого майна. Друга модель – інноваційного відновлення, яка передбачає побудову принципово іншої економіки на сучасних технологічних засадах. Одним із прикладів оцінювання вартості такого відновлення є План відновлення України [4].

Національний план відновлення, який український уряд представив на конференції в місті Лугано (Швейцарія) 4-5 липня 2022 року, загалом можна охарактеризувати як комплексний та детальний документ, який відображає основні напрями відновлення зруйнованої після війни економіки та покликаний створити механізми для поступового економічного розвитку. План відновлення України базується на 5 основних принципах:

- негайний початок і поступовий розвиток;
- нарощування справедливого добробуту;
- інтеграція в ЄС;
- відбудова кращого, ніж було, в національному та регіональному масштабах; стимулювання приватних інвестицій [5].

Фінансування відбудови України – це ключ до майбутнього країни. Цей процес вимагає спільних зусиль уряду, міжнародних партнерів, бізнесу та громадян. Лише через цей колективний підхід Україна має змогу повернутися до шляху розвитку та відбудови, створюючи стійке майбутнє. Міжнародні партнери відіграють ключову роль у фінансуванні відбудови України. Гранти, позики та кредити дають можливість відновлювати інфраструктуру, соціальні послуги та покращувати якість життя громад, що постраждали. Крім того, гранти сприяють залученню уваги міжнародного співтовариства до проблем відновлення України та допомагають створити партнерства з іноземними організаціями [3].

Фінансування відновлення також залежить від участі бізнесу та інвесторів. Часто бізнес-компанії надають фінансову підтримку на рівні громад або інвестують кошти у відновлення об'єктів інфраструктури. Це сприяє активному розвитку регіонів, створює нові можливості для місцевого населення, робочі місця та розвиває економіку регіонів. На початок 2023 року майже 90% компаній в Україні активно долучилися до підтримки

Збройних Сил та виконання добровільних та гуманітарних проєктів для пришвидшення перемоги. Однією з ключових перспектив є співпраця державного та приватного сектору. Важливою ланкою у фінансуванні відбудови є державні бюджети та урядові субвенції. Уряд України розподіляє фінансові ресурси між регіонами на конкретні цілі, спираючись на рівень руйнувань та потреби. Також важливо залучити інвестиції та ресурси приватних компаній. Ця співпраця може привести до ефективного використання ресурсів та більш швидкого відновлення. Усі ці джерела спільно сприяють відновленню країни. Важливо продовжувати роботу над залученням фінансування і забезпечувати, щоб кошти витрачалися максимально ефективно для відновлення і майбутнього розвитку України та її громад [2].

Відбудова інфраструктури України та повернення громадян до нормального життя – тривалий, складний, але цілком можливий процес. Українці вже згуртовані і мають потужну підтримку світової спільноти. Важливо, що цей процес почався вже – під час російсько-української війни. І вона триватиме після перемоги України, бо українці налаштовані будувати свою державу, долаючи всі загрози, не зважаючи на труднощі та перешкоди.

Список використаних джерел:

1. Покровська Н.М., Концептуальні засади післявоєнного відновлення України, економічні аспекти // Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля № 4 (274) 2022. URL: https://journals.snu.edu.ua/index.php/VisnikSNU/article/view/570 (дата звернення: 05.11.2023)

2. Мигаль М., Структура фінансування відбудови регіонів України: ключові джерела // Інститут аналітики та адвокації. 21 вересня 2023. URL: Міжнародні гранти Україні - Фінансування відбудови України (дата звернення: 05.11.2023)

3. Бородіна О. А., Ляшенко В. І., Повоєнне відновлення економіки: світовий досвід та спроба його адаптації для України // Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ. URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/186648/17-Borodina.pdf?sequence=1 (дата звернення: 05.11.2023)

4. Зубик С., Зимовець В. Кошти для післявоєнної відбудови: ілюзія грошового дощу // Вокс Україна. Аналітика. Економіка. 23 листопада 2022. URL: https://voxukraine.org/koshty-dlya-pislyavoyennoyi-vidbudovy-ilyuziya-groshovogodoshhu/ . (дата звернення: 05.11.2023)

5. Богдан Т. План відновлення України: сильні та слабкі сторони // LB.ua. Дорослий погляд на світ. 18 серпня 2022. URL: https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/526637_plan_vidnovlennya_ukraini_silni.html (дата звернення: 05.11.2023)

Георгій Пентелейчук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Тетяна Томнюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ІНСТРУМЕНТИ ПОДАТКОВОЇ ПІДТРИМКИ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Спектр можливих підходів до сприяння розвитку малого і середнього бізнесу (МСБ) шляхом використання податкових інструментів залежить від етапу розвитку ринкових відносин, структури економіки та соціально-економічних умов у країні. Серед цих підходів можна виділити особливі режими оподаткування для окремих видів діяльності,

систему патентів, впровадження єдиного податку, спрощену систему оподаткування для МСБ та спеціальні режими для вільних економічних зон.

Виникнення суперечок та різноманітних точок зору на тему спрощених режимів оподаткування пов'язане з невизначеністю їхнього регулятивного впливу на конкурентне середовище, відсутністю аналізу ефективності таких пільг та можливістю їх введення через політичні узгодження без належного економічного обґрунтування. Проте існування альтернативних систем оподаткування у країнах, які подібні за рівнем розвитку до України, свідчить про те, що їх застосування може бути обґрунтованим і обумовленим конкретними соціально-економічними умовами.

В Україні впроваджена спрощена система оподаткування, представлена у вигляді єдиного податку, яка має революційний характер і суттєво вплинула на розвиток підприємництва. Виконання двох головних функцій податків – фіскальної та регулюючої – призводить до подальших трансформацій у системі оподаткування та забезпечує інституційний компроміс через тимчасове збереження альтернативної системи оподаткування в Україні. Цей компроміс має на меті досягнення економічних, соціальних та фіскальних цілей у короткостроковому періоді, таких як задоволення попиту на товари та послуги, збільшення зайнятості та самозайнятості, зростання доходів населення та розвиток людського капіталу [1].

Фіскальні інтереси держави та суб'єктів господарювання у короткостроковому періоді, як правило, не збігаються. Наприклад, бізнес зацікавлений у стабільному інституційному середовищі для свого розвитку, тоді як державний апарат спрямовується на зростання економіки та зменшення кількості працездатних утриманців. Довготермінові інтереси обох сторін спрямовані на стабільне економічне зростання та є спільними для всіх суб'єктів економічних відносин.

У випадках, коли державні інститути не можуть створити партнерське середовище для бізнесу, компроміс між короткостроковими фіскальними інтересами суб'єктів господарювання та держави може бути досягнутий через введення режимів оподаткування, відмінних від стандартних. При цьому важливо дотримуватися принципів конкуренції та транспарентності.

Україні, яка переживає трансформацію економіки при відсутності позитивної податкової історії, особливо важливо знаходити інституційний компроміс. Це може бути досягнуто шляхом забезпечення інвестиційного ресурсу, використовуючи різні мотиваційні чинники для перетворення заощаджень в інвестиції.

Для реалізації класифікаційних ознак малих та середніх підприємств (МСБ) в системі оподаткування в Україні, відповідно до європейського законодавства, необхідно визначити методичні засади інформаційного забезпечення для спрощення адміністрування. Також важливо враховувати види преференцій, які можуть використовуватися в межах класифікаційних ознак, і враховувати чинні правила бухгалтерського обліку та фінансової звітності, що чітко розрізняються з точки зору ведення обліку МСБ.

Важливою директивою ЄС у цьому контексті є Директива 2013/34/ЄС [2], яка поки що не була імплементована в Україні. При впровадженні цієї директиви в Україні слід звертати увагу на те, що основні класифікаційні ознаки можуть частково збігатися із рекомендацією Єврокомісії 2003/361 ЄК, проте вони можуть не відповідати внутрішнім економічним умовам. Використання цієї директиви допоможе створити транспарентну інформаційну базу для розрахунку всіх складових з метою визначення бази оподаткування.

Світовий досвід підтверджує, що малий бізнес виступає як ключовий складник ринкової економіки і каталізатор економічного росту. Цей сектор визначає темпи розвитку економіки, впливає на структурні, якісні та кількісні характеристики національного валового продукту. Протягом десятиліть малі підприємства

продемонстрували позитивну динаміку у розвинених країнах, сприяючи підвищенню рівня зайнятості.

Ураховуючи вжиті заходи зі зниження податкових ставок на прибуток, ми вважаємо, що подальші реформи для підтримки підприємництва повинні фокусуватися на спрощеній системі оподаткування (з можливістю розширення можливостей оподатковування за таким режимом) та зменшенні фіскального тиску на заробітну плату.

Список використаних джерел:

1. Томнюк Т. Л. Зарубіжний досвід підтримки малого бізнесу: уроки для України. Економіка і суспільство. Випуск # 16 / 2018. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/80.pdf (дата звернення: 25.10.2023).

2. Про щорічну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність та пов'язані з ними звіти певних типів компаній, що вносить зміни до Директиви 2006/43/ЄС Європейського Парламенту та Ради та скасовує Директиву Ради 78/660/ЄЕС і 83/349/ЄЕС: Директива 2013/34/ЄС від 26.06.2013 р. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_45877 (дата звернення: 25.10.2023).

Микола Пилипець,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Ілля Грицюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ДЕПОЗИТНА ПОЛІТИКА БАНКІВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Сталий розвиток вітчизняної економіки як на макро-, так і на мікрорівні залежить від прогресу в банківській системі і, перш за все, від її здатності генерувати необхідні обсяги кредитних ресурсів. Формуючи свою політику сьогодні, вітчизняні банки мають спиратися на знання і досвід, що існує у світі. Події в Україні за останні 10-15 років, революційні зміни у кредитно-фінансовій сфері зумовили високий ступінь динамізму фінансових ринків і, зокрема, ринку банківських продуктів. Поява значної кількості банків і їх установ привела до зміни статусу цих фінансових інститутів, перетворення їх з органів управління на специфічні комерційні установи, орієнтовані на отримання максимального доходу.

У даний час характер банківських ресурсів зазнає істотних змін. З переходом до ринкової моделі економіки, ліквідацією монополії держави на банківську справу, побудовою дворівневої банківської системи характер банківських ресурсів зазнає істотних змін. Це пояснюється тим, що, по-перше, значно змінився загальнодержавний фонд банківських пасивів. По-друге, утворення підприємств і організацій з різними формами власності приводить до виникнення нових власників тимчасово вільних коштів. У сучасних умовах важливим чинником для утримання і привертання нових клієнтів є інтегрований підхід до обслуговування, який включає поєднання депозитних послуг з розрахунковими послугами, операціями з цінними паперами, здійсненням зовнішньоекономічної діяльності та консультаційними послугами[2].

Розвиток сучасної України характеризується як руйнівними, так і творчими процесами. Усвідомлення того, що банківський сектор є ключовим елементом ринкової інфраструктури, представляє собою своєрідне досягнення нашого часу. Тому регулюючий вплив на банківську систему спрямований на посилення її трансформаційних можливостей, підвищення надійності, розвиток рівня банківського менеджменту та зміцнення довіри до банків. Основні завдання включають забезпечення прозорості їх функціонування, ефективного банківського нагляду і регулювання.

Депозитна політика в банківській системі України протягом останніх років характеризується зниженням ролі валютних депозитів в загальній структурі депозитів банківської системи, більшим обсягом депозитів, аніж кредитів, зниженням відсоткових ставок за валютними депозитами та збільшенням різниці між ставками за валютними та гривневими депозитами, а також переважанням в структурі депозитного портфелю банків України депозитів на вимогу, зі зниженням частки строкових депозитів. Зростання реальних заощаджень відбулося в 2019 р., і, незважаючи на пандемію COVID-19, продовжилося в 2020-2021 рр [3].

Були визначені проблеми депозитних політик банків, які полягають в тому, що приватні банки схильні до високих кредитних ризиків, спрямовуючи депозитні ресурси на спрямування цих ресурсів на високоризиковане кредитування, а державні банки не схильні до високих ризиків, оскільки депозитні ставки в цілому є нижчими, ніж в приватних банках. Державні банки мають кращий рівень ліквідності та більш наближеними до нормативних значень, аніж приватні. Державні банки спрямовують свої ресурси в державні цінні папери та кредитують населення та бізнес, проте спостерігаються відносно несуттєві суми кредитів порівняно з депозитами [1].

Обгрунтовано рекомендації щодо збільшення ефективності проведення депозитної політики банків України, а саме: впровадження інвестування валютних депозитних коштів клієнтів у надійні фінансові інструменти – індекси фондових бірж США; забезпечення клієнтам можливості купувати іноземну валюту з розміщенням на депозит від 3-х місяців, при цьому, здійснюючи інвестування гривневих активів у державні фінансові інструменти (ОВДП); впровадження послуги взяття кредитних позик без відсотків на строк до 2-х місяців за умови розміщення на депозит коштів клієнтів на суму, яка не перевищує суму, на яку був відкритий депозитний вклад. На нашу думку, ці заходи дозволять знизити надмірну ліквідність, особливо в іноземній валюті, яка спостерігається по всій банківській системі України.

Список використаних джерел:

1. В умовах воєнного стану. Національний банк України. 2022. URL: https://bank.gov.ua/ua/news/all/stan-

2. Грошово-кредитна та фінансова статистика. Січень 2022 року. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MFS_ 2022-01.pdf?v=4

3. Огляд банківського сектору: лютий 2023 року. Національний банк України. 2023. URL: https://bank.gov.ua/

Олександр Піщак,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЮ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

Серед традиційних видів банківської діяльності надання кредитів – основна операція, що забезпечує їх прибутковість і стабільність існування. Видаючи кредити фізичним і юридичним особам, банк формує свій кредитний портфель. Поняття кредитного портфеля банку неоднозначно трактується в економічній літературі. Одні автори дуже широко трактують кредитний портфель, відносячи до нього всі фінансові активи і навіть пасиви банку, інші пов'язують дане поняття лише з позиковими операціями банку, треті підкреслюють, що кредитний портфель - це не проста сукупність елементів, а сукупність, що дає змогу управляти кредитним портфелем. Під

кредитним портфелем комерційного банку розуміють сукупність вимог банку по кредитах, які класифіковані по критеріях, пов'язаних з різними чинниками кредитних ризиків або способами захисту від нього.

АТ «УкрСиббанк» було засновано у 1990 р. у Харкові. З 2006 р. основним партнером АТ «УкрСиббанк» є міжнародний банк BNP Paribas.

Ефективність кредитної діяльності тісно пов'язана із структурою та якістю кредитного портфеля банку, що викликає необхідність проведення його аналізу. Кредити та аванси клієнтів представлені наступними показниками:

Кредити, забезпечені гарантіями та депозитами у 2020 році становили 15538,9 млн. грн., у 2021 році – 20838,2 млн. грн., у 2022 році – 12523,3 млн. грн. Абсолютне відхилення у 2022/2021 році склало -8314,9 млн. грн., відносне – -39,9%; у 2021/2020 абсолютне відхилення – 5299,3 млн. грн., відносне – 34,1%; протягом всього досліджуваного періоду, а саме 2022/2020 рр. в абсолютному вираженні відхилення склало 10503,3 млн. грн., відносне – 67,6%;

Кредити, забезпечені споживчими товарами у 2020 році становили 3602,4 млн. грн., у 2021 році – 5731,8 млн. грн., у 2022 році – 1457,4 млн. грн. Абсолютне відхилення у 2022/2021 році склало -4274,4 млн. грн., відносне – -20,51%; у 2021/2020 абсолютне відхилення – 2129,4 млн. грн., відносне – 13,7%; протягом всього досліджуваного періоду, а саме 2022/2020 рр. в абсолютному вираженні відхилення склало -14082 млн. грн., відносне – -90,62%;

Кредити, забезпечені нерухомістю у 2020 році становили 1679,9 млн. грн., у 2021 році – 1528,3 млн. грн., у 2022 році – 694,4 млн. грн. Абсолютне відхилення у 2022/2021 році склало -833,9 млн. грн., відносне – -4%; у 2021/2020 абсолютне відхилення – -151,6 млн. грн., відносне – -0,9%; протягом всього досліджуваного періоду, а саме 2022/2020 рр. в абсолютному вираженні відхилення склало -2908 млн. грн., відносне – -18,71%;

Незабезпечені овердрафти у 2020 році становили 245,8 млн. грн., у 2021 році – 361,5 млн. грн., у 2022 році – 71,9 млн. грн. Абсолютне відхилення у 2022/2021 році склало -289,6 млн. грн., відносне – -1,39%; у 2021/2020 абсолютне відхилення –115,7 млн. грн., відносне – 0,74%; протягом всього досліджуваного періоду, а саме 2022/2020 рр. в абсолютному вираженні відхилення склало -1608 млн. грн., відносне – -10,35%. Овердрафт є короткостроковим кредитом (до 1 року) у межах встановленого ліміту, що дозволяє здійснювати розрахунки, коли коштів на поточному рахунку недостатньо.

Всього кредитів та заборгованості клієнтів за мінусом резервів у 2020 році становили 21067 млн. грн., у 2021 році – 28460 млн. грн., у 2022 році – 14747 млн. грн. Абсолютне відхилення у 2022/2021 році склало -13712,9 млн. грн., відносне – -65,8%; у 2021/2020 абсолютне відхилення – 7392,8 млн. грн., відносне – 47,6%; протягом всього досліджуваного періоду, а саме 2022/2020 рр. в абсолютному вираженні відхилення склало 14501,1 млн. грн., відносне –93,3%.

У процесі управління якістю кредитного портфеля особливу увагу потрібно приділити виявленню, оцінці та моніторингу і контролю проблемної кредитної заборгованості/непрацюючих кредитів (NPL).

Спираючись на вищесказане, для того, щоб уникнути збільшення частки NPL та підтримувати якість кредитного портфеля на достатньому рівні, на нашу думку, необхідно дотримуватися трьох правил:

– зважаючи на сучасний стан економіки України ретельно проводити оцінку платоспроможності позичальника;

– постійно моніторити ризики кредитного портфеля;

– контролювати рівень проблемної заборгованості та за потреби формувати додаткові резерви, або ж провести заходи щодо її подолання.

Повномасштабна війна очікувано негативно вплинула на платоспроможність позичальників, а отже – до зростання втрат від кредитного ризику та частки NPL. Вчасне реагування банків на кредитні ризики та за потреби проведення заходів щодо подолання

проблемної заборгованості, зокрема реструктуризації – запорука подальшої стійкості банків. Робота із NPL, що виникнуть під час поточної кризи, триватиме після завершення її глибокої фази. Важливим завданням банків України буде – актуалізувати стратегії скорочення частки непрацюючих кредитів після припинення чи скасування воєнного стану. Що слугуватиме необхідною передумовою для підвищення їх інвестиційної привабливості у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14
2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14
3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Валентин Прегар,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Тетяна Томнюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СУТНІСТЬ АНТИКРИЗОВОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сьогодні у діяльності вітчизняних підприємств криза або загроза кризи є постійним явищем. Причиною цього може слугувати розрив між виробництвом та споживанням товарів.

Важливим є необхідність визначення особливостей формування сутності поняття антикризового фінансового управління підприємством. Погоджуємось із думкою науковців Коваленко В.В., Суганяка М.В., Фучеджи В.І. [1] щодо формування сутності антикризового фінансового управління підприємством, що складається із трьох складових: управління фінансами, антикризове фінансове управління, фінансове управління. При цьому управлінням фінансами суб'єктів економічної діяльності вважається управління у галузі грошових відносин при формуванні, розподілі та використанні грошових доходів, накопичень та фінансових ресурсів для найбільш ефективного їхнього використання та підвищення платоспроможності.

Антикризовим фінансовим управлінням суб'єктів економічної діяльності автори вважають комплекс постійно діючих специфічних методів та прийомів, які є складовими процесу управління та націлені на профілактику, попередження, подолання фінансової кризи та ліквідацію її наслідків за допомогою всього потенціалу фінансової підсистеми суб'єктів економічної діяльності.

Фінансовим управлінням суб'єктів економічної діяльності автори вважають систему управління процесами фінансування господарської діяльності суб'єктів економічної діяльності [1, с. 28]. Отже, формування поняття антикризове фінансове управління підприємством у своїй сутності вміщує зміст понять управління фінансами та фінансове управління.

Доцільним для поглибленого вивчення сутності поняття антикризове фінансове управління підприємством є проведення аналізу його трактування різними науковцями, що проведено нами за допомогою таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Аналіз трактування поняття «антикризове фінансове управління підприємством» різними авторами

Автор	*Визначення «антикризове фінансове управління підприємством»*
Коваленко В.В., Суганяк М.В., Фучеджи В.І. [1, с. 489]	Антикризове фінансове управління підприємством є комплексом постійно діючих специфічних методів та прийомів, які є складовими процесу управління та націлені на профілактику, попередження, подолання фінансової кризи та ліквідацію її наслідків за допомогою всього потенціалу фінансової підсистеми суб'єктів економічної діяльності
Терещенко О.О. [2, с. 129]	Антикризове фінансове управління підприємством полягає у застосуванні специфічних методів та прийомів управління фінансами, які дозволяють забезпечити безперервну діяльність підприємств на основі управління зовнішніми та внутрішніми ризиками профілактики та нейтралізації фінансової кризи
Бланк І.О. [3, с. 196]	Антикризове фінансове управління підприємством є особливою підсистемою фінансового менеджменту для запобігання фінансовій кризі підприємства, ефективного її подолання та ліквідації негативних її наслідків, що спрямована на нейтралізацію ризику його банкрутства
Лігоненко Л.О. [4, с. 571]	Антикризове фінансове управління підприємством є підсистемою загального антикризового управління та специфічною системою управління, яка пов'язана із управлінням фінансово-господарською діяльністю підприємства, його фінансовою стійкістю та платоспроможністю
Алмашій Я.І. [5, с. 67]	Антикризове фінансове управління підприємством є ефективно організованим управлінням, в основу якого покладено застосування арсеналу специфічних методів та прийомів управління фінансами підприємства, які націлені на подолання фінансової кризи із застосуванням фінансового потенціалу підприємства
Стешенко О.Д., Каленський О.В. [6, с.364]	Антикризове фінансове управління підприємством є сукупністю рішень прийнятих керівництвом підприємства, що допомагають мінімізувати ймовірність настання банкрутства шляхом постійного моніторингу діяльності підприємства та боротьби із відхиленнями від запланованих фінансових показників
Калінеску Т.В., Альошкін В.С., Кудіна В.Г. [7, с. 287]	Антикризове фінансове управління підприємством є системою прийомів та методів управління фінансами, спрямованою на попередження фінансової кризи та банкрутства підприємства
Давиденко Н.М. [8, с. 77]	Антикризове фінансове управління підприємством є системою заходів щодо управління фінансами, яку спрямовано на запобігання та подолання кризових явищ у процесах функціонування й розвитку будь-якого суб'єкта господарювання
Важинський Ф.А., Колодійчук А.В. [9, с. 130]	Антикризове фінансове управління підприємством є комплексом постійно діючих, взаємозумовлених і взаємопов'язаних складників управлінського процесу,

	спрямованих на запобігання, попередження та подолання фінансових криз або усунення їх негативних наслідків для підприємства за допомогою використання всього потенціалу управління фінансовим підрозділом підприємства
Біломістна І. І. Біломістний О. М. Крамська М. С. [10, с. 95]	Антикризове фінансове управління підприємством є системою принципів та методів управління фінансами підприємства, яку спрямовано на проведення діагностики загрози банкрутства, в разі настання виведення підприємства з кризи та її подолання з метою забезпечення безперервної діяльності підприємства на всіх стадіях його розвитку.

Джерело: складено автором на базі [1-10]

Проведений аналіз трактування поняття «антикризове фінансове управління підприємством» показав, що дане поняття можна згрупувати як: комплекс постійно діючих специфічних методів та прийомів націлених на профілактику та подолання фінансової кризи підприємства; підсистема фінансового менеджменту у напрямку запобігання фінансової кризи та нейтралізації ризику банкрутства підприємства; підсистема загального антикризового управління на підприємстві, що націлена на управління фінансово-господарською діяльністю, фінансовою стійкістю та платоспроможністю; сукупність рішень прийнятих керівництвом підприємства у мінімізації ймовірності настання банкрутства підприємства шляхом здійснення моніторингу фінансової діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Коваленко В.В., Суганяк М.В., Фучеджи В.І. Антикризове фінансове управління в системі суб'єктів економічної діяльності: методи та інструменти оцінювання : Монографія. Одеса: 2013. 381 с.

2. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : Монографія. К. : КНЕУ, 2006. 268 с.

3. Бланк И. А. Управление финансовыми рисками. К. : Ника-Центр, 2005. 600 с.

4. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством. К. : КНТЕУ, 2005. 824 с.

5. Алмашій Я.І. Антикризове фінансове управління підприємством: сутність та механізми реалізації. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2015. №12. С. 66-69

6. Стешенко О.Д., Каленський О.В. Антикризове фінансове управління підприємством. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. №54. С. 362-367

7. Калінеску Т.В., Альошкін В.С., Кудіна В.Г. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2010. 372 с.

8. Давиденко Н.М. Антикризове фінансове управління на підприємстві. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». 2015. Вип. 211(1). С. 76-80

9. Важинський Ф.А., Колодійчук А.В. Антикризове фінансове управління як економічна система. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20.3. С. 127-132

10. Біломістна І. І., Біломістний О. М., Крамська М. С. Антикризове фінансове управління підприємством в сучасних умовах господарювання. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2013. Вип. 1. С. 90-96.

Юлія Присяжнюк
ІІІ курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
наук. кер. – Юлія Маначинська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ ДО 2025 РОКУ

Фінансовий стан економіки України за перше півріччя 2023 року у порівняння із однойменним періодом 2022 року покращився. Економіка України демонструє стійкість протягом поточного року, прогнозується зростання ВВП до 4,7% після падіння на 29,1% торік, а також «інфляція знижується швидше, ніж очікувалося: до 7,1% у вересні 2023 року з 26,6% у 2022 році». Внутрішні запозичення перевищили план і вже сягають понад 11 мільярдів доларів із початку року. Завдяки нашим партнерам, міжнародна фінансова підтримка ритмічна і передбачувана, загальний обсяг якої – 33,8 млрд. дол. у 2023 році». Якщо Україна виконає умови, визначені у співпраці з Міжнародним валютним фондом, це дасть їй змогу наступного року отримати 5,4 млрд. дол. США у рамках програми Extended Fund Facility (EFF) [1].

Попри наслідки повномасштабних іоєнних дій та глобальної пандемії коронавірусу (COVID-19), фінансові регулятори активізувалися в контексті реалізації Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року. Ця стратегія враховує поточні та майбутні потреби представників усіх груп у фінансовій екосистемі, як клієнтів (користувачів фінансових послуг), так і основних гравців, залучених до створення. Цей сервіс, водночас, також сприяє досягнення візії фінансового сектору України – ідеального майбутнього стану [2].

Метою учасників фінансової екосистеми є задоволення потреб клієнтів (домогосподарств, бізнесу та держави), які у своїй діяльності потребують використання інших фінансових послуг один одного для досягнення власних цілей. Саме клієнти (користувачі фінансових послуг) знаходяться в центрі уваги всіх учасників фінансової екосистеми, адже створення умов для їх ефективного функціонування є основним завданням усього сектору фінансів. Для досягнення цієї мети учасники фінансової екосистеми взаємодіють один з одним, створюючи індивідуальні пропозиції, продукти та послуги для клієнтів. Успіх усієї екосистеми залежить від координації та взаємної вигоди учасників фінансового сектору, заснованої на відкритості та взаємній повазі [4].

Ключовими учасниками фінансової екосистеми є:

1. Надавачі фінансових послуг;
2. Користувачі фінансових послуг;
3. Інвестори;
4. Провайдери інфраструктури та технологій;
5. Суб'єкти економічної та фінансової державної політики;
6. Експерти.

Візія фінансово сектору України – це інтеграція в міжнародний простір, ефективна, стабільна та конкурентоспроможна фінансова індустрія, яка динамічно розвивається та робить вагомий внесок у стійке економічне зростання та всебічність України. Цілі фінансового сектору України –фінансовий сектор України, що є рушійною силою сталого та інклюзивного розвитку української економіки та сприяє підвищенню добробуту населення шляхом забезпечення ефективного накопичення, розподілу та обігу фінансових ресурсів в «економіці» [3].

Поняття «фінансовий сектор» вживають як узагальнююче для позначення сукупності всіх організацій, головною метою діяльності яких виступає фінансове посередництво (банківська система, до складу якої входять органи грошово-кредитного регулювання, грошово-депозитні банки та інші фінансові установи, що включають пенсійні фонди, страхові компанії, взаємні фонди, кредитні спілки) [6].

До стратегічних цілей розвитку фінансового сектору України відносять:

1. Макроекономічну стабільність – яка включає в себе стійкість державно валюти гривні, стійкість публічних фінансів, посилення довгострокової стійкості пенсійної системи:

2. Фінансову стабільність – що має за мету узгодження регуляторних підходів, збалансоване регулювання та нагляд за розвитком фінансових установ, збалансоване регулювання та нагляд за розвитком ринків капіталу, стабільний та ефективний ринок капіталу, розвиток державних фінансових установ, створення комплексної системи відновлення та виведення з ринку неплатоспроможних учасників, підвищення стабільності та ефективності системи гарантування вкладів та інвестицій;

3. Фінансову систему, яка спрямована на відновлення країни – підтримка та розвиток економіки, розвиток сталого фінансування, розвинена інфраструктура ринків капіталу, введення нових типів і вдосконалення існуючих фінансових інструментів, відповідальний та інклюзивний фінансовий ринок, відродження фінансового сектору [3].

Варто зазначити, що фінансова система – це врегульована фінансово-правовими нормами сукупність окремих ланок фінансових відносин і фінансових інститутів, які забезпечують формування, розподіл і використання державою централізованих і децентралізованих фондів коштів [5].

4. Сучасні фінансові послуги – враховує розвиток інфраструктури цифрові фінансові послуги без паперова та автоматизована технологія надання фінансових послуг, регулювання віртуальних активів, цифровий захист фінансової індустрії, відновити фінансову інфраструктуру;

5. Інституційну спроможність регуляторів та Фонд гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО) – який забезпечує безперебійність у роботі регуляторів та ФГВФО, міжнародне співробітництво, підвищення ефективності роботи регуляторів і ФГВФО, цілісна, комплексна ІТ-інфраструктура для державних відомств, підвищення інституційної спроможності та фінансової незалежності регуляторів та ФГВФО [4].

Таким чином, фінансовий сектор України зміниться в найближчі роки, покращуючи екосистему країни та допомагаючи всім учасникам покращити свою діяльність і вдосконалити фінансову систему серед усіх зацікавлених сторін. Внутрішні позики, хоч і перевищують план, проте сягають більше 10 млрд. дол. З початку 2023 року. Позитивним вище є потужна міжнародна фінансова підтримка, яка комплексно сприятиме повоєнному відновленню національної економіки та реалізації стратегічних цілей розвитку фінансового сектору України.

Список використаних джерел:

1. Марченко С.М. Про Зростання економіки України у 2023 році. URL: https://www.epravda.com.ua/news/2023/10/13/705435/ (дата звернення: 26.10.2023)

2. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. Національний банк України (НБУ). URL: https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy/develop-strategy2023 (дата звернення: 25.10.2023)

3. Про стратегії розвитку фінансів в державному секторі на 2025 р. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_FS_2025.pdf?v=4 (дата звернення: 26.10.2023)

4. Стратегії розвитку фінансової політика на 2025 рік. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_finsector_NBU.pdf?v=4 (дата звернення: 27.10.2023)

5. Фінансова система: Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. URL:https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0 (дата звернення: 28.10.2023)

6. Школьник І.О., Семеног А.Ю. Фінансовий сектор України: Теоретичний аналіз економічної дефініції. Вісник Української академії банківської справи 2013. №1 (34) С.35 – 37.

Григорій Прокопець,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ В УКРАЇНІ

В сучасному світі інформаційні технології займають важливе місце майже в усіх сферах життєдіяльності людини. Впровадження Інтернет-технологій в банківській сфері ще з середини 90-х років трансформувало традиційну банківську систему, змінило структуру банківських ринків і навіть саму сутність банку. Розвиток системи управління банківськими операціями через Інтернет (Інтернет-торгівля) є зараз одним з найперспективніших напрямків банківської діяльності, але не зважаючи на це, в науковій літературі відсутні чітко визначені теоретичні підходи до пояснення інтернет-торгівлі, або електронної торгівлі в банківській сфері.

Поява та розвиток нових ринків, що породжуються Інтернет технологіями, привертає увагу міжнародних організацій, провідних фінансистів і банкірів світу, керівників держав та бізнесменів в першу чергу як стратегічну складову економіки майбутнього. Особливо актуальні дослідження в галузі Інтернет економіки для України в умовах трансформації та інтеграції в світову економіку. Інтеграція в світове співтовариство вимагає відповідності світогосподарським процесам. В банківській сфері це перш за все використання технологій дистанційного банківського обслуговування.

Україна є 58-м за величиною ринком електронної комерції з прогнозованим доходом у 2 759,1 мільйона доларів США до 2023 року, що випереджає Угорщину. Очікується, що дохід продемонструє сукупний річний темп зростання (CAGR 2023- 2027) 13,8 %, що призведе до прогнозованого обсягу ринку в 4 625,1 млн. доларів США до 2027 року. З очікуваним зростанням на 825,1 % у 2023 році український ринок електронної комерції зробив внесок у темпи зростання в усьому світі становлять 17,0 % у 2023 році. Як і в Україні, очікується, що глобальні продажі електронної комерції зростуть протягом наступних років. Продукти харчування та засоби особистої гігієни є найбільшим ринком, на який припадає 33,5 % доходу української електронної комерції. Далі йдуть мода з 25,4 %, електроніка та медіа з 23,6 %, меблі та техніка з 10,1 %, а також іграшки, хобі та DIY з рештою 7 %.

Статистичні дані темпів розвитку електронної комерції за останні роки свідчать про потенціал функціонування нового сегменту національної економіки. Попри проблеми на внутрішньому ринку електронних платежів, міжнародні рейтинги показують провідні позиції серед європейських країн у рейтингах розвитку електронного бізнесу. Демонструючи популярність інтернет-магазинів, сервісів з проведення різного роду трансакцій необхідно надалі впроваджувати інновації в економіку та оновлювати технологічну базу підприємства, по-іншому кажучи застосовувати реінжиніринг. Тому основними напрямками з розвитку електронної комерції, в першу чергу, є створення відповідного програмного забезпечення для мобільних додатків та веб-сайтів, щоб зробити механізми онлайн-покупки якомога зручнішими. Саме тому, частка ІТ-компаній в Україні з кожним роком зростає, і частина програмних продуктів спрямована на розвиток та розширення можливостей електронної комерції. Також важливо стимулювати розвиток мережевої інфраструктури: подальший розвиток інтернет-магазинів, послуг інтернет-банкінгу, мобільна комерція, інтернет-порталів тощо. Важливо проводити навчальні тренінги та майстер-класи, які б піднімали рівень

технічних навичок працівників різних секторів економіки, освіти, залучаючи представників державного апарату – держслужбовців.

Необхідна реструктуризація багатьох підприємств, особливо тих, які були створені у часи Радянського Союзу, модернізація технічної бази тощо. Важливе вдосконалення законодавчої бази щодо регламенту електронних платежів в інтернеті, контролю щодо продуктів інтелектуальної власності та покарання за інтернет шахрайство. До основних перспектив і напрямів зростання є мобільний трафік. Покупки з мобільного телефону у деяких інтернет-магазинах сягали до 40%. У більшій мірі, інтернет-економіка України представлена роздрібною електронною торгівлею, комунікаціями та дослідженнями у галузі комп'ютерної техніки, також розвитком рекламного онлайн-бізнесу та розширенням медіа-індустрії.

Перспективними є сектори Інтернет-банкінгу та безготівкові операції оплати товарів та послуг, а також розвиток роздрібної торгівлі в Інтернеті. Це допомагає значно розширити ринки збуту продукції і використовувати при цьому новітні технології. Зростає електронний ринок продажу одягу, це стосується не лише брендових магазинів, але і товарів власного пошиття. Фахівці стверджують, що з розвитком електронної комерції необхідний принцип технологічної нейтральності,який передбачає нейтралітет роботи провайдерів та операторів. Важливо, щоб ці працівники з сфери зв'язку не були ініціаторами передачі інформації, і не могли впивати на її зміст та суб'єктів комунікаційних процесів. Міжнародні тенденції свідчать про відповідальність та незаангажованість працівників інтернет та мобільного зв'язку. Науковці стверджують, що а такому векторі будуть зміни законодавства у сфері захисту прав інтелектуальної власності у мережі Інтернет.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14
2. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Іван Рожко,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ФІНАНСОВІ МОЖЛИВОСТІ СФЕРИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У контексті необхідності відновлення головних завдань державної економічної політики в Україні, важливим аспектом є досягнення високих темпів економічного зростання. Одним із ключових завдань для досягнення цієї мети є визначення потенціалу росту валового внутрішнього продукту країни. З урахуванням досвіду розвинених країн особливу увагу слід звернути на подальший розвиток сектору малого підприємництва.

На жаль, в Україні потенціал малого підприємництва ще не вичерпано в повній мірі, і це пов'язано з деякими причинами. Однією з основних проблем є недостатня інвестиційна активність багатьох суб'єктів малого бізнесу. Це, в свою чергу, обумовлено труднощами отримання необхідних фінансових ресурсів для запуску інвестиційних програм та реалізації нових проєктів [1].

Ці труднощі мають об'єктивні та суб'єктивні чинники. Серед об'єктивних факторів важливо відзначити високі витрати на отримання зовнішніх джерел фінансових ресурсів для довгострокової інвестиційної діяльності. Суб'єктивні обставини також грають свою

роль, включаючи недостатню готовність суб'єктів малого бізнесу до ризику.

У цьому контексті наростає необхідність підвищення ефективності нагромадження та використання фінансових ресурсів. Це ставить актуальним завдання обґрунтування теоретико-методологічних та науково-прикладних засад формування, оцінювання та реалізації фінансового потенціалу інвестиційної діяльності.

Вагомий внесок у дослідження окресленої проблеми зробили такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як Г. Азаренкова, Л. Алексеєнко, В. Базилевич, Бланк, З. Васильченко, Ворсовський, О. Гаманкова, В. Грушко, А. Даниленко, Н. Демчишак, М. Диба, І. Должанський, Е. Домар, Л. Каховська, Т. Клименко, В. Корнеєв, Л. Костирко, М. Крупка, С. Леонов, Б. Луців, А. Лучка, О. Любченко, С. Мельник, В. Міщенко, О. Мовчан, П. Олейник, Ю. Пасічник, А. Пересада, Є. Поліщук, Н. Саінчук, С. Сокотенюк, Є. Бем-Баверк, Дж.М. Кейнс, Ф. Ліст, М. Марковіц, А. Маршалл, Ф. Модільяні та ін. Переліченими вченими досліджено особливості функціонування інвестицій, розроблено методи оцінювання їх інвестиційних можливостей, запропоновано низку науково обґрунтованих підходів до формування інвестиційних програм та фінансового забезпечення реалізації цих програм. Проте, невирішеними залишаються питання розроблення моделі формування, побудови показників оцінювання та визначення напрямів підвищення ефективності реалізації фінансового потенціалу інвестиційної діяльності підприємств [2].

Загалом, всі джерела інвестиційних ресурсів можна розділити на внутрішні та зовнішні. Зовнішні джерела інвестицій можуть бути двох видів: ті, отримання яких не вимагає їх подальшого повернення, оскільки особи, що надають ці ресурси, стають співвласниками суб'єктів підприємництва (залучені інвестиційні ресурси), та ті, отримання яких передбачає їх повернення у заздалегідь визначені терміни (позичені інвестиційні ресурси). Таким чином, для власників всі джерела інвестиційних ресурсів можуть бути поділені на три групи, кожна з яких включає відповідні підгрупи: власні (внутрішні), залучені та позичкові.

Зокрема, внутрішні джерела інвестицій включають у себе прибуток, обсяги амортизаційних відрахувань, фінансові резерви та інші. Залучені інвестиційні ресурси формуються через внески сторонніх осіб у пайовий капітал підприємства, зокрема, через випуск та продаж додаткового пакету простих акцій. До позичкових джерел формування інвестиційних ресурсів відносяться банківські кредити, кошти від випуску облігацій та інших боргових цінних паперів, інші види кредитів.

Кожне з джерел фінансування інвестиційної діяльності має свої переваги та недоліки, які слід обов'язково враховувати при розробленні та реалізації стратегії формування необхідних інвестиційних ресурсів [3].

Останній етап інвестиційного процесу - це виконання пуско налагоджувальних робіт, які забезпечують надходження результатів від реалізації проєкту. Щодо реалізації інвестиційного проєкту, його головною метою є досягнення запланованих показників та, за можливості, їхнє перевищення. Етап реалізації проєкту розпочинається з доведення його до рівня планової потужності, забезпечуючи належну віддачу від його функціонування, і завершується виведенням проєкту з експлуатації та утилізацією майна (за необхідності).

Важливо відзначити, що на різних етапах та стадіях інвестиційного процесу можуть виникати ситуації, які вимагають повернення до попередніх дій для коригування отриманих результатів.

Всі аспекти інвестиційної діяльності підприємств взаємопов'язані та взаємозумовлені. Досягнення високих темпів соціально-економічного розвитку може бути досягнуто як за рахунок вибору та реалізації прибуткових проєктів, так і шляхом прискорення впровадження інвестиційних програм. Згідно з цим, оптимізація співвідношення між прибутковістю та ризиком є ключовим аспектом.

Основні принципи здійснення інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання

включають принцип всебічності, варіативності, ефективності, оптимальності, нормативності, відносності, належного методологічного та ресурсного забезпечення. Урахування цих принципів при формуванні стратегій інвестиційної діяльності є ключовим для успішності впровадження інвестиційних проєктів [4].

Реалізація цих принципів передбачає попереднє визначення і обґрунтування основних параметрів, таких як результативність, масштабність, ризикованість і часові рамки інвестування. Ці параметри визначають терміни початку та завершення кожного етапу та підетапу провадження інвестиційної діяльності.

Отже, інвестиційна діяльність підприємства включає значну кількість етапів, вимагає складного механізму ресурсного забезпечення та враховує різноманітні характеристики.

Список використаних джерел:

1. Анісімова О. М., Анісімов Д. О. Рівень використання інформаційних систем як важлива складова потенціалу у корпоративному управлінні. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2017. № 4. С. 146-149.

2. Ареф'єва О. В., Харчук Т. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2008. № 7 (85). С. 71-76.

3. Бандура Т. І. Інвестиційний потенціал регіону: сутність та основні підходи до його визначення. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2017. № 5. С. 60-63.

4. Ванькович Д. В., Демчишак Н. Б.. Аналіз фінансових джерел формування інвестиційних ресурсів в Україні. Фінанси України. 2007. № 7. С. 72–85.

5. Диба М.І., Гернего Ю.О. Глобальні тенденції та потенціал розвитку ринку краудфандингу в Україні. Економіка України. 2020. № 2. С. 66–77.

6. Диха М. В. Глобальна конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість України: стратегії реалізації: монографія. Хмельницький : ХНУ, 2011. 207 с.

7. Докієнко Л. М., Клименко В.В., Акімова Л.М. Інвестиційний менкеджмент: навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2011. 408 с.

Тамара Роман,
ІІ курс, ОСМагістр», спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РОЗРОБКА ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Дієвим інструментом реалізації фінансової стратегії є фінансове планування. Фінансове планування відображає вартісну сторону процесу, в основному фінансові можливості забезпечення заходів, використовуючи для цього показники, специфічні форми і методи.

Отже, актуальною є на сьогодні розробка методів складання фінансового плану підприємства, адекватних сформованим у даний час в Україні економічним умовам а також пошуку шляхів покращення фінансового стану підприємств. З появою на ринку фірм - конкурентів, які прагнуть завоювати частину ринку, підприємствам потрібно шукати шляхи, за рахунок яких можна покращити фінансовий стан і запас фінансової міцності. Цим обумовлена актуальність вибраної теми випускної кваліфікаційної роботи.

Питання розробки фінансової стратегії тривалий час вивчалися вітчизняними та зарубіжними ученими, такими як І. А. Бланк, З. І. Шершньова, А.В. Бандурін. В.А Гуржиєв, Р.В. Нургашев, Ю. А. Путятін, А. І. Пушкарь, Н.М. Левченко, І.П. Хомініч та інші. Питаннями вдосконалення механізму фінансового планування займалися

вітчизняні економісти-дослідники: Р.А. Слав'юк, В.М. Гриньова, Г.Г. Кірейцев, І.Є Мойсеєнко, Г.О. Крамаренко, Л.Н. Павлова.

Фінансова стратегія являє собою одну з найважливіших видів функціональної стратегії підприємства, що забезпечує всі основні напрями розвитку фінансової діяльності і фінансових відносин шляхом формування фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного корегування напрямів формування і використання фінансових ресурсів при зміні умов зовнішнього середовища [1].

Для аналізу фінансових стратегій та вибору найбільш ефективних шляхів досягнення результатів, у першу чергу, необхідна досконала класифікація фінансових стратегій підприємств. Більшість науковців класифікують фінансові стратегії відповідно до розроблених цілей підприємств: генеральна; оперативна; стратегія виконання окремих цілей [2].

У вітчизняній літературі найбільш поширеною є класифікація фінансових стратегій, у якій основним критерієм виступає форма збільшення капіталу підприємства, необхідного для досягнення цілей, а саме стратегії: кредитування; акціонування; рефінансування; використання дивідендів; розвитку (скорочення) фінансової системи підприємства.

Ця класифікація не втратила свого наукового і практичного значення, проте вона не відповідає вимогам сьогодення, оскільки фінансова стратегія - більш широке поняття.

Планування виробництва є основою фінансового планування. Оскільки у сучасних умовах кожне підприємство, незалежно від організаційно-правової форми та форми власності, має керуватися у своїй діяльності принципами самоокупності та самофінансування, обґрунтованість формування фінансових планів та ефективність використання фінансових ресурсів стає все більш актуальною проблемою. Метою фінансового планування є забезпечення фінансових можливостей для успішної господарської діяльності і досягнення прибутковості діяльності підприємства.

У сучасній економічній концепції головна мета бізнесу полягає у збільшенні багатства власника. Зважаючи на такі цільові настанови, повинні формуватися ключові стратегії управління підприємством, зокрема й управління фінансами [3].

Формування фінансової стратегії підприємства базується на таких основних положеннях:

1. Фінансова стратегія має спрямовуватися на реалізацію головної мети бізнесу - підвищення багатства власника. Ця теза може бути реалізована за допомогою використання критерію економічної доданої вартості, який визначається зіставленням вартості капіталу, що використовується в бізнесі, з віддачею (прибутковістю) від використання цього капіталу.

2. Фінансова стратегія має бути частиною загальної стратегії підприємства. Завдання власника полягає в тому, щоб сформулювати основні стратегічні цілі бізнесу і проконтролювати їх досягнення, а завдання фінансового менеджера полягає у пошуку шляхів досягнення поставленої власником мети.

З метою збільшення нематеріальних активів, які в сучасних умовах відіграють вирішальну роль, підприємство повинно: розвивати відносини з клієнтами, які дають змогу зберегти наявних клієнтів і дають можливість виходу на нові споживчі сегменти й ефективного обслуговування нових сфер ринку; пропонувати інноваційні продукти і послуги, на які є попит у цільовому сегменті споживачів; виробляти орієнтовані на споживача високоякісні продукти й послуги з низькими цінами і з коротким часом виходу в лідери; мобілізовувати досвід працівників і мотивувати їх на безперервне удосконалення можливостей; розширювати інформаційні технології, бази даних і системи, впроваджувати діджіталізацію в управлінські процеси підприємства [4].

Отже, фінансова стратегія спрямована на забезпечення основних напрямів розвитку фінансової діяльності і фінансових відносин шляхом формування фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного корегування напрямів

формування і використання фінансових ресурсів при зміні умов зовнішнього середовища. Значення фінансової стратегії проявляється у забезпеченні ефективного розвитку підприємства, реалізації цілей економічного та соціального розвитку підприємства, запобіганню можливим негативним наслідкам контрольованих і неконтрольованих факторів зовнішнього та внутрішнього середовища; оцінки фінансових можливостей та максимального використання внутрішнього потенціалу підприємства; визначення порівняльних переваг підприємства, досягнення взаємозв'язку поточного, оперативного та стратегічного управління підприємством.

Список використаних джерел:

1. Мельникова В.Національна економіка: навч.посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 248 с.
2. Регіональна економіка: словник термінів / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, А.В. Бохан, Ю.І. Головня та ін. К.: КНТЕУ, 2012. 370 с.
3. Савченко В.Ф. Національна економіка: навчальний посібник. Київ: Знання, 2011. 309 с.
4. Prytula Kh., Demedyuk O., Kalat Ya. Influence of European integrationprocesses on social and economic convergence of regions in Ukraine-EUcross-borderspace.WybraneaspektyzarzЊdzaniaorganizacjami.2018.Zeszyt nr13.S.147-160. URL: ../irds/wazo201813147.pdf
5. Ukrainianeconomygrowthimperatives:monograph/A.Mazaraki,S.Melnichenko, G. Duginets et al.; edited by Anatolii A. Mazaraki. – Prague:Coretex CZSE, 2018. 310p.

Наталя Свідніцька,
ІІ курс, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Любов Гут,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ США І ЯПОНІЇ

У США є близько 10 000 комерційних банків, які забезпечують ефективне функціонування їхньої банківської системи. Приблизно 2/3 з них є банками штатів (тобто є приватними), діючи відповідно до чартеру штату, решта одержує чартери від федерального уряду (тобто вони є національними). [1, с.84]

За юридичним статусом комерційні банки поділяються на банки-члени і банки-нечлени Федеральної резервної системи (далі ФРС). Перші функціонують згідно з федеральними законами і в обов'язковому порядку входять у ФРС як банки-члени. Останні функціонують відповідно до законів окремих штатів і за бажанням входять або не входять у ФРС. [1, с.88]

У Японії основою 2 рівня є загальнонаціональні банки, обсяг наданих кредитів яких становить близько 80% усього обсягу банківського кредитування. Вони включають міські банки, регіональні банки, регіональні банки другого рівня, банки довгострокового кредитування, трастові банки. Центром кредитно-банківської системи виступають 11 міських банків, сумарний обсяг капіталу яких становить трохи більше 35% від загального обсягу капіталів банківської системи Японії.[1, с.230]

Комерційні банки США та Японії працюють у фінансовій сфері та мають деякі ключові відмінності у своїй діяльності:

1. Сфера діяльності:

Комерційні банки в США роблять акцент на диверсифікацію послуг, вони надають широкий спектр фінансових послуг, включаючи кредитування, інвестиційні операції, управління активами, страхування та інші фінансові послуги. Багато банків мають

підрозділи, які займаються інвестиціями, страхуванням, обслуговуванням пенсій та іншими супутніми секторами.

Банки в Японії фокусуються на кредитуванні та корпоративних клієнтах бізнес-сегменту. Вони відіграють важливу роль у наданні фінансової підтримки місцевим підприємствам та індивідуальним клієнтам.

2. Регулювання та нагляд:

Банківська система в США піддається федеральному регулюванню та нагляду Федеральною резервною системою (ФРС), Федеральною комісією з фінансових послуг (FCC) та іншими органами, що створює специфічні стандарти та вимоги до діяльності банків.

Банківська система Японії підлягає регулюванню та нагляду Урядовим агентством фінансових послуг Японії (FSA), яке встановлює стандарти та вимоги до фінансових установ.

3. Ринкова конкуренція та модель бізнесу:

У США відбувається жорстка конкуренція та впроваджуються інновації. Банки постійно працюють над новими продуктами та послугами для залучення клієнтів.

У Японії існує більш консервативна модель з орієнтацією на довгостроковий підхід до фінансування бізнесу. За дослідженнями експертів у даній сфері останнім часом спостерігається більша активність у зміні стратегій та інновацій.

Ці дві системи мають свої унікальні особливості, які впливають на підходи до надання послуг, рівень конкуренції та загальну динаміку банківського сектора.

Однак кожна країна має свої особливості діяльності комерційних банків.

Особливості діяльності комерційних банків в США:

1. Різноманітність: США мають найбільш розгалужену банківську систему у світі, що включає як великі національні банки, так і невеликі місцеві банки.

2. Регулятори: діяльність комерційних банків в США регулюється ФРС, Комісією з цінних паперів і бірж (SEC) та іншими органами регуляції.

3. Прибутковість: одним з головних пріоритетів комерційних банків в США є отримання прибутку для своїх акціонерів, і вони пропонують широкий спектр фінансових послуг для досягнення цієї мети.

4. Інвестиційна діяльність: комерційні банки в США також мають можливість здійснювати інвестиційну діяльність, зокрема в сфері цінних паперів та інших фінансових інструментів.

5. Розвинута ощадна справа: ощадні банки та ощадні установи здійснюють масове залучення грошових ресурсів на депозити і надання кредитів. До прикладу, житлово-ощадні банки залучаючи грошові кошти на депозити видають кредити виключно на придбання чи будівництво нерухомості. Головною особливістю американських ощадних установ є спеціалізація на заощадженнях населення.[2]

Особливості діяльності комерційних банків в Японії:

1. Здійснення грошово-кредитної політики: комерційні банки в Японії виконують важливу функцію в реалізації грошово-кредитної політики уряду та Японського центрального банку.

2. Закритий характер: Японія має відносно закриту банківську систему, де великі японські банки зазвичай надають банківські послуги виключно японським клієнтам та підприємствам. Для них характерна функціональна сегментація та обмеження міжнародних потоків капіталу, що спричинили надмірну залежність банківського сектору порівняно з іншими великими промислово розвинутими країнами.

3. Довгострокове фінансування: японські комерційні банки активно надають довгострокові кредити та здійснюють фінансування японських компаній на інфраструктурні проекти та іноземні інвестиції.

4. Конгломерати: деякі японські комерційні банки є частиною великих конгломератів, які діють у різних секторах економіки, таких як автомобілебудування, енергетика та торгівля.

Ця порівняльна характеристика дала нам можливість оцінити особливості діяльності комерційних банків двох провідних країн світу, регулювання їхньої діяльності та спектру фінансових послуг.

Список використаних джерел:

1. Король Марина Михайлівна. Еволюція американської банківської системи на різних етапах формування економіки URL:https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/35062/1/%d0%95%d0%b2%d0%be%d0%bb%d1%8e%d1%86%d1%96%d1%8f%20%d0%b0%d0%bc%d0%b5%d1%80%d0%b8%d0%ba%d0%b0%d0%bd%d1%81%d1%8c%d0%ba%d0%be%d1%97%20%d0%b1%d0%b0%d0%bd%d0%ba%d1%96%d0%b2%d1%81%d1%8c%d0%ba%d0%be%d1%97%20%d1%81%d0%b8%d1%81%d1%82%d0%b5%d0%bc%d0%b8%20%d0%bd%d0%b0%20%d1%80%d1%96%d0%b7%d0%bd%d0%b8%d1%85%20%d0%b5%d1%82%d0%b0%d0%bf%d0%b0%d1%85%20%d1%84%d0%be%d1%80%d0%bc%d1%83%d0%b2%d0%b0%d0%bd%d0%bd%d1%8f%20%d0%b5%d0%ba%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%bc%d1%96%d0%ba%d0%b8.pdf

2. Мельник П. В., Тарангул Л. Л., Гордей О. Д. Банківські системи зарубіжних країн: підручник. Київ: Алерта, ЦУЛ, 2010. 586 с.

Микола Стецик,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Ретельно розроблена та передбачувана фінансова політика дозволяє ефективно взаємодіяти на ринку та досягати мети відповідно до очікувань акціонерів та власників. Під час планування та аналізу фінансової стратегії, менеджмент підприємства має можливість визначити потенційні ризики та можливості для підвищення рентабельності підприємства. Також, вони можуть розробити відповідні заходи для максимізації кінцевого результату роботи. Під час реалізації обраного напрямку розвитку ефективний контроль дозволяє переконатися, що підприємство досягає поставлених цілей. Зазначений процес є необхідною умовою для високоякісної фінансової діяльності відповідного підрозділу підприємства [1].

Актуальність дослідження підвищується в умовах складної економічної ситуації, оскільки багато підприємств відчули негативні наслідки фінансової кризи, і надалі відзначається низький рівень економічного відновлення. Накопичення заборгованості перед постачальниками, проблеми з платежами від покупців та значний чистий збиток змушують менеджмент підприємств обережно підходити до вирішення фінансових питань. Розробка фінансової стратегії дозволяє системно та комплексно управляти фінансами, що в кінцевому підсумку призводить до максимізації ефективності.

Дослідження цієї проблеми займалися ряд вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як Аранчій В.І., Арутюнян А.Б., Блакита Г., Бланк И.А., Бутиріна В.М., Викиданець І.В., Геращенко І.О., Гринкевич С.С., Князева О.М., Ковалевська А.В., Крамаренко Г.О., Лахтіонова Л.А., Линенко А.В., Мартюшева Л.С., Мельник Д.Л., Мельниченко І.І., Митрухіна О.Я., Мищерина М.В., Морковина С.С., Ніколаєнко Л.Ф., Панькова Л.Н., Парахина В.Н., Петрук І.Р., Присяга А.Т., Прокопець О.В., Семенов А.Г., Соколова Н.Н.,

Хвостенко В.С., Хоменко М.М., Чорна О.Є., Щесняк К.Е. Зокрема автори досліджували методологічні, теоретичні та інші аспекти процесу формування та реалізації фінансової стратегії підприємства. На нашу думку, необхідно більш детально зупинитися на вивченні побудови фінансової стратегії підприємств, котрі зазнали значного впливу фінансової кризи [2].

Формування стратегії управління фінансами базується на теоретичних та практичних принципах, спрямованих на управління та планування фінансових ресурсів підприємства в умовах фінансової стабільності. Фінансова стратегія, що входить до загальної стратегії підприємства, вирішує завдання з урахуванням жорсткої конкуренції та впливів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища на сучасному ринку.

Під час впровадження фінансова стратегія охоплює всі аспекти фінансової діяльності, включаючи забезпечення господарської діяльності необхідними фінансовими ресурсами; створення резервів для зростання доходів, прибутків та рентабельності; своєчасне виконання зобов'язань перед партнерами; встановлення оптимального співвідношення між основними та оборотними активами для забезпечення нормального функціонування підприємства; ефективне використання та розподіл власних ресурсів; управління грошовими потоками; інвестиційна діяльність підприємства.

На початкових етапах формування та реалізації фінансової стратегії необхідно зосереджувати увагу на ключових змінах на зовнішньому ринку, реформуванні наявних ресурсів та тенденціях у відповідній галузі, в якій діє підприємство [3].

При розробці фінансової стратегії важливо враховувати, що вона має свою специфіку: у процесі аналізу фінансового середовища враховуються перспективи, які обумовлені впливом зовнішнього середовища та змінами окремих факторів. Для досягнення цієї мети використовуються методи діагностики, такі як SWOT-аналіз, PEST-аналіз, експертні методи, портфельне та сценарне дослідження.

Фінансова стратегія передбачає визначення довготермінових цілей фінансової діяльності та вибір оптимальних методів для їх досягнення. Ці цілі повинні підпорядковуватися загальній стратегії економічного розвитку та спрямовуватися на максимізацію прибутку і ринкової вартості підприємства. При розробці фінансової стратегії необхідно враховувати динаміку макроекономічних процесів, тенденції на внутрішніх фінансових ринках, можливості диверсифікації діяльності підприємства тощо.

Фінансова стратегія повинна бути узгоджена з загальною стратегією підприємства та служити засобом забезпечення його ефективного функціонування й фінансового розвитку у майбутньому. Як частина загальної стратегії економічного розвитку, вона має взаємодіяти з цілями та напрямками загальної стратегії. У свою чергу, фінансова стратегія суттєво впливає на загальну економічну стратегію підприємства. Зміни на мікро- та макроекономічних рівнях призводять до коригування стратегії фінансового розвитку підприємства [4].

Список використаних джерел:

1. Бланк І. А. Фінансовий менеджмент: учбовий курс. – 2-е видання., перероб. та доп. / І. А. Бланк. – К.: Ельга, Ніка-центр, 2014. – 656 с.

2. Бальков В. А. Методика розробки фінансової стратегії корпорації / В. А. Бальков, Р. І. Гаріпов // Міждисциплінарний діалог: сучасні тенденції в суспільних, гуманітарних, природніх і технічних науках. – 2014. – №1. – 192-196 с.

3. Данілов О. Д. Фінанси підприємств у запитаннях і відповідях. Навч.посіб. / О. Д. Данілов, Т. В. Паєнтко. – К.: Центр учбової літератури, 2015. – 256 с.

4. Деркач В. Проблеми аналізу фінансового стану підприємств [Електронний ресурс] / В. Деркач, О. Кавтиш // Дата оновлення: 19.04.2013. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1982.

5. Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. – К.: КНЕУ, 2001. – 540 с.

Сергій Угрин,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРИ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах ринкової економіки, де підприємства активно конкурують за виживання та забезпечення своєї платоспроможності, значущість управління діяльністю підприємств у прийнятті оптимальних рішень зростає. Основою цих рішень є техніко-економічна інформація щодо виробництва, витрат та цінової політики. Таким чином, однією з ключових та складних завдань для підприємств є обрання оптимального варіанту управління витратами у системі стратегічного розвитку.

Управління витратами становить важливий компонент загального управління діяльністю підприємств. Його суть полягає в систематичному впливі на формування витрат, контролі їх рівня та економічному стимулюванні їх зниження. Вміння ефективно керувати витратами та отримувати максимальну вигоду від цього є ключовим фактором стабільності функціонування підприємства на ринкових умовах. Потребу у вивченні проблеми управління витратами визначають різноманітні чинники, такі як: збільшення прибутку через зменшення витрат при збільшенні обсягів виробництва; досягнення високої конкурентоспроможності продукції та підприємства завдяки ефективному управлінню витратами; можливість збільшення обсягів інвестицій у діяльність підприємств і так далі [2].

Саме обрання оптимального варіанту управління витратами є критичним для успішної діяльності підприємств, сприяючи досягненню оптимального рівня витрат у виробництві, що призводить до підвищення конкурентоспроможності та забезпечує реальні можливості для довгострокового економічного зростання підприємств. Таким чином, питання управління витратами є актуальним для сучасних підприємств.

Дослідження теоретичних основ та практичного застосування різних систем управління витратами знайшли своє відображення в працях вітчизняних і закордонних учених: К. Вілсона, К. Ларіонової, С. Ніколаєвої, О. Орлова, Т. Примака, Є. Рясних, Дж. Сігела, С. Сінка, С. Стукова, В. Суржика, Р. Хілтона, Л. Хлапенова, Ю. Цал-Цалка, М. Чумаченка та ін.

Підприємства, працюючи в умовах ринкової конкуренції, важливо мають на увазі досягнення максимального ефекту від своєї діяльності, і для цього необхідне ефективне управління. Тому рішення, які приймає менеджмент, повинні базуватися на об'єктивних даних, що відображають реальний фінансовий стан підприємства. Висока собівартість продукції стає перешкодою для конкурентоспроможності, і керівництво повинно аналізувати причини та потенційні резерви для зниження витрат. Роль системи управління витратами полягає в створенні та забезпеченні найбільш економічного способу виробництва та реалізації продукції.

В економіці сьогодення ефективність управління витратами стає ключовим елементом економічної та фінансової стратегії підприємств. Процес управління витратами включає планування, контроль і коригування собівартості всіх видів продукції, аналіз структури собівартості товарів та її змін, визначення ефекту масштабу виробництва для оптимального налаштування цінової політики і вивчення впливу зміни рівня інфляції на витрати та інші аспекти. При аналізі собівартості поточного асортименту товарів, що випускаються частіше за все застосовують такі показники: повна собівартість одиниці всіх товарів, що плануються до виробництва і реалізації;

реалізована підприємством продукція за рік в оцінці її загальної собівартості визначається [3].

Однак в разі, якщо темпи зростання собівартості всієї продукції нижче, а краще, значно нижче темпів зростання виручки, можна констатувати тенденцію зростання ефективності управління витратами [4].

Отже, основна мета цієї класифікації полягає в підготовці інформації для аналізу витрат та ухвалення управлінських рішень. Загальний огляд різних наукових підходів свідчить, що для ефективного управління і планування витрати підрозділяються на два види в залежності від характеру їх зміни: фіксовані (постійні) та змінні.

Отже, термін «витрати» тісно пов'язаний з поняттям «ресурси», оскільки будь-яка діяльність підприємства неможлива без витрат ресурсів. Спочатку настанні витрати ресурсів, а потім – результати, пов’язані із цими витратами. Таким чином, можна розглядати витрати як вартісне вираження абсолютної кількості споживаних ресурсів, необхідних для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства та досягнення ним поставленої мети. Класифікація витрат підприємства була вдосконалена для потреб управління, включаючи оптимальний набір ознак, що розкриває цільове призначення та економічний зміст різних видів витрат. Відповідно, їх слід класифікувати з огляду на такі аспекти: визначення собівартості і фінансового результату, управлінське прийняття рішень, а також контроль і регулювання.

Список використаних джерел:

1. Міняйло О.І., Уманців Ю.М. Економічна політика держави за умов глобальних трансформацій // Економіка України. 2018. №9. С. 37-49.

2. Проданова Л.В., Котляревський О.В. Мотиваційний механізм розвитку підприємницької діяльності в економіці України: монографія .Черкаси: Видавець Пономаренко Р.В., 2019. 240 с.

3. Іванов С.В. Нова модель розвитку регіонів України в умовах глобалізації світової транспортної системи: монографія . Дніпро: Герда, 2018. 263 с.

4. Стійкість економіки: інструментарій оцінювання та механізми забезпечення / А.В. Бойко, Н.Л. Новікова; за ред.. А.В. Бойко. Київ: торг.-екон. Ун-т, 2019.451 с.

Діана Українець,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Соціально-економічні умови сьогодення, які характеризуються динамічним розвитком сучасної світової господарської системи, швидкоплинністю економічних процесів, прямо й опосередковано впливають на глобальний розвиток суспільства. Вони зумовлюють необхідність стабілізації фінансово-економічної ситуації в Україні та потребу в забезпеченні ефективного функціонування, надійності й розвитку банківської сфери, котра спроможна брати активну участь у виконанні основних функцій фінансової системи держави. Проблеми економічного розвитку країни, особливо з початком повномасштабного російського вторгнення, зумовили зниження ефективності функціонування банків, їхню надмірну ризикованість, нездатність передбачати зміни та пристосовуватися до нових реалій зовнішнього середовища, а також виникнення інших проблем, які систематично призводять до зменшення рівня прибутковості банків, свідчать про відсутність в Україні системних підходів стратегічного управління розвитком банківського бізнесу.

Досить часто банківську діяльність ототожнюють з банківським бізнесом. Це близькі поняття, проте існують певні відмінності. Банківський бізнес більш ширше поняття, оскільки спершу відкривається бізнес (юридична особа, що здійснюватиме підприємницьку діяльність – банк), а потім вже цією особою здійснюється певний вид діяльності (у даному випадку – банківська діяльність).

Наступною складовою механізму є інструменти управління розвитком банківського бізнесу. Платіжні інструменти є засобами платежу, які виконують функцію передачі інформації, в якій містяться відомості про деталі переказу чи платежу грошових коштів. Ключовими елементами такого виду інструменту є: зобов'язання, яке потрібно виконати; платник – сторона, що здійснює платіж; отримувач – сторона, що отримує платіж; вид платежу; банки списують вказану суму з рахунку платника і перераховують її на рахунок отримувача.

При виконанні платежів банки використовують інструменти такі як:

1) платіжна картка – це електронний платіжний засіб в установленому законодавством порядку у вигляді пластикової чи іншого виду картки, яку використовують для переказу коштів з рахунку платника, або з рахунку банку з метою здійснення оплати за товари чи послуги.

2. платіжне доручення – це документ для здійснення розрахункових операцій, який містить доручення платника банку щодо переказу вказаної суми зі свого рахунку на рахунок отримувача.

3. рахунок – це вид банківського обліку, який відкривається для юридичних та фізичних осіб на договірній основі для зберігання коштів чи здійснення розрахункових та касових операцій відповідно до умов договору та чинного законодавства.

За останні 8 років, з 2015 по 01.10. 2022 роки, з банківської системи України було виведено 98 банків. Станом на 01.10. 2022 р. на вітчизняному фінансовому ринку функціонували 65 платоспроможних (діючих) банків. Такі дані дають змогу усвідомити величину кризи, яку пережив банківський бізнес. Кількісно половина, а враховуючи банкрутства з 2015 року, то ще більше суб'єктів вітчизняного банківського бізнесу виявилися незадовільно неефективними. Менеджмент цих банків не зміг налагодити ефективне управління розвитком бізнесу і тому абсолютна більшість банків були визнані неплатоспроможними й по процедурі ліквідації були виведені з банківського ринку.

Вітчизняні вчені виділили такі види інновацій, які сприятимуть зростанню прибутку банку:

1) запровадження нових і продуктів з високими якісними характеристиками;

2) освоєння нового ринку;

3) запровадження методів обслуговування клієнтів, надання додаткових послуг, освоєння нових джерел постачання товарів;

4) організаційно-управлінські інновації.

В умовах усе зростаючої конкуренції на глобальних фінансових ринках стратегічним напрямом розвитку банківського бізнесу є його диверсифікація, яка здійснюється за двома формами:

1) розширення видів банківських продуктів і послуг, а також вихід на нові ринки, робота з новими групами клієнтів через нові технологічні платформи;

2) проникнення банків у інші види бізнесу, що виходять за межі банківського.

Більшість банків почали використовувати переваги інтернет-банкінгу у практичній діяльності відносно нещодавно. Серед основних перешкод є проблематичність технічної реалізації систем, що пов'язано зі складністю й високою вартістю захисту інформації, яка передається. Варто наголосити, що організаційно-структурні технології є каталізатором розвитку банківського бізнесу та забезпечують процеси у діяльності банків:

1) створення умов для найбільш повного і своєчасного задоволення потреб клієнтів банку в нових послугах;

2) підвищення конкурентоспроможності банку на фінансовому ринку за показниками якості обслуговування й ефективності діяльності;

3) досягнення стійкості на ринку послуг з урахуванням балансу між традиційними банківськими продуктами та впровадженням перспективних інновацій;

4) забезпечення тісної взаємодії внутрішніх та зовнішніх елементів системи інноваційного розвитку банківського бізнесу.

Для забезпечення ефективного інноваційного процесу банківського бізнесу, яке було б спрямованим на зростання прибутковості та підвищення рівня конкурентоспроможності, вважаємо, що банкам необхідно приділити увагу наступному: створення стимулів для працівників банку, що є передумовою для інноваційних розробок (цей напрям стосується суб'єктів управління); недовантаження інтелектуального потенціалу з розрахунком на спонтанне виникнення ідей; орієнтація інноваційного розвитку банківського бізнесу на споживача.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Богдан Фіщук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Ілля Грицюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РЕФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВЯ

Важливою і основною метою самої діяльності сучасної системи охорони здоров'я є суттєве поліпшення показників достатнього рівня та якості самого життя населення, обовязкове збереження здоров'я усього населення країни. Тому, щоб досягнути визначений рівень мети у теперішній час перед сучасною державою є відповідальне завдання для того щоб забезпечити на достатньому рівні всі заклади охорони здоров'я потрібними фінансовими ресурсами. Проблема відсутності у державі достатнього обсягу фінансування самої системи охорони здоров'я у потрібих обсягахговорить про те що держава не у повній мірі застосовує вагомі важелі впливу на саме підвищення щодо якості та самої ефективності надання медичної допомоги, і це стосується особливо, допомоги населенню у разі хвороби. Потрібно розуміти, що це все не тільки здійснює порушення наданих нашою Конституцією права людини на отримання медичної допомоги, яка повинна бути - доступна та якісна а і у свою чергу погіршує самий стан здоров'я, а також зменшує саму тривалість життя співвітчизників [1].

Світові системи охорони здоров'я, які прагнуть забезпечення високого рівня гарантування медичної допомоги, побудовані на економічно виважених принципах багатоканального фінансування (державного, медичного страхування, платні послуги за додатковий попит, благодійність та інше).

Сьогодні, одним із основних додаткових цільових джерел фінансування є запровадження загальнообов'язкового медичного страхування (використовується в

Нідерландах, Німеччині, Франції, Ізраїлі, Росії, США у тому чи іншому ступеню). Такий тип фінансування забезпечує відхід від залишкового принципу фінансування надання медичної допомоги (медичних послуг) системою охорони здоров'я. Цільовий характер загальнообов'язкового медичного страхування надає можливість планування та обгрунтування гарантованого обсягу медичної допомоги (медичних послуг). Цей законопроект враховує світовий досвід та особливості України, можливостей її бюджету, стану системи охорони здоров'я, існуючі взаємовідносини між всіма сторонами.

Державний бюджет України у 2020-2022 роках виконувався в складних макроекономічних умовах, однак завдяки виваженій та послідовній бюджетній політиці Уряду вдалося акумулювати обсяги доходів бюджету, необхідні для фінансування медичної галузі, у тому числі видатків, спрямованих на підтримку населення та на подолання наслідків пандемії, а також низки інших видатків, які сприяють розвитку економіки та добробуту громадян. У 2020 році касові видатки Державного бюджету на охорону здоров’я склали в сумі 124,9 млрд. грн., що становить 9,7% загальної суми видатків державного бюджету і на 86, 4 млрд. грн. (або 223%) більше, ніж у 2019 році. Найбільшу частку в структурі видатків на охорону здоров’я становили видатки на іншу діяльність (90%) та лікарні та санаторно-курортні заклади (6%) [2].

Під час війни та в перші повоєнні роки держава потребуватиме колосальних ресурсів для відбудови виробничої та соціальної інфраструктури, відновлення виробничих активів і житлового фонду, надання доступу до соціальних і медичних послуг. У середньо-строковому періоді ці завдання доповнюватимуться цілями побудови стійкої енергоефективної та інклюзивної інфраструктури, стимулювання розвитку конкурентоспроможної промисловості та підвищення якості людського капіталу. Безперечно, досягнення таких цілей потребуватиме ефективної та злагодженої роботи всіх регуляторних і управлінських органів.

Реформа медичної галузі в Україні базується на необхідності широкого використання інформаційних технологій. Її важливим інструментом стала розбудова сучасної електронної системи охорони здоров’я, що дає змогу поступово підвищувати ефективність та прозорість сфери. У зв’язку з цим розпорядженням Кабінету Міністрів України схвалено Концепцію розвитку електронної охорони здоров’я, метою якої є формування засад розвитку е-здоров’я в Україні, що сприятиме підвищенню якості та доступності медичних послуг, розширенню прав і можливостей пацієнтів, забезпеченню їх безперервної медичної допомоги та безпеки, підвищенню ефективності управління та використання ресурсів, високому рівню поінформованості населення щодо питань здорового способу життя, профілактики захворювань та отримання медичної допомоги [3].

Список використаних джерел:

1. Назарко С. Сучасна парадигма управління закладом охорони здоров’я в умовах проведення медичної реформи. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2019. №4 (20). С. 170-175.

2. Семчук І. В., Кукель Г. С., Роледерс В. В. Впровадження нових підходів до управління закладами охорони здоров’я в умовах ринку. Ефективна економіка. 2020. № 5. URL: 10.32702/2307-2105-2020.5.88.

3. Смирнов С. О., Бикова В. Г. Механізм економічного управління закладами охорони здоров’я. Управління розвитком.2016. № 3. С. 78-83.

4. Operational considerations for case management of COVID-19 in health facility and community. URL: https://www.who.int/publications/i/item/10665-331492 (дата звернення: 15.12.2021).

Назарій Фіщук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
Денис Семенюк,
І курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Ілля Грицюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

Практика використання коштів місцевих бюджетів в Україні, і вивчення зарубіжного досвіду цієї проблеми, засвідчили необхідність постійних пошуків нових форм і методів контролю. Вдосконалення системи державного фінансового контролю місцевих бюджетів в Україні є запорукою ефективного функціонування державних фінансів, зокрема досягнення таких результатів як дотримання економічної безпеки держави, збалансування державного і місцевих бюджетів, досягнення фінансової самодостатності регіонів, секторів і галузей економіки, збільшення захищеності фінансово- економічних інтересів громадян і суспільства.

У сучасних умовах ДФК за бюджетними коштами є актуальною і складною проблемою, тому що рівень економічного і соціального забезпечення фінансової стабільності держави та окремих територій залежить від рівня виконання бюджетів. Нині чинна система ДФК в Україні не дає змоги чітко відслідковувати законність та відповідність спрямування бюджетних коштів на видатки розвитку, що й спонукає суб'єктів господарювання до їх незаконного отримання та нецільового використання [1].

Незважаючи на різноманітність наукових поглядів щодо основних тенденцій розвитку ДФК загалом, і на місцевому рівні зокрема, досі залишаються недостатньо вивченими питання організації ефективної діяльності регіональних контролюючих органів, окремі аспекти економічної ефективності,доцільності та результативності ДФК, що визначає необхідність подальшого комплексного дослідження зазначених проблем.

У дослідженні з'ясовано основні причинно-наслідкові зв'язки негативного стану ДФКв Україні, що, у свою чергу, дозволило, головні проблеми функціонування системи ДФК з метою їх більш чіткої ідентифікації та деталізації систематизувати по таким блокам визначених механізмів як: соціально- економічний; організаційно-правовий; інформаційно-комунікативний; кадровий; науково-дослідний. На цій підставі обгрунтовано об'єктивну необхідність модернізації чинних механізмів ДФК у напрямку формування інноваційної моделі ДФК – публічного аудиту.

Державний фінансовий контроль, якими б органами він не здійснювався, повинен будуватися на принципі єдності системи, мати єдину методологічну та правову базу, тому необхідний подальший розвиток конституційної норми про механізм взаємодії органів законодавчої і виконавчої гілок влади, систем фінансування державного і регіонального рівнів, здійснення державного фінансового контролю та регіонального фінансового контролю, про відповідальність органів державного фінансового контролю, посадових осіб за порушення законодавства в галузі контролю тощо.

Для вирішення існуючих проблем у виконанні повноважень органами державного фінансового контролю, у т.ч. ДВФК, і механізмах їх здійснення, а також для забезпечення розвитку цієї сфери діяльності на місцевому рівні відповідно до міжнародних стандартів і міжнародних зобов'язань України.

Щодо зовнішнього державного фінансового контролю: створити координаційну раду на вищому рівні із залученням до неї широкого кола представників від державних інституцій законодавчої і виконавчої влади, міжнародних експертів і практиків для

вирішення комплексу питань з удосконалення системи державного фінансового контролю на місцевому рівні, а саме стосовно: розмежування повноважень між державними інституціями, удосконалення діючої нормативно-правової бази або розробки нової, встановлення ризик - орієнтовного планування контрольних заходів, забезпечення бази даних та обміну інформацією для відповідної координації діяльності зовнішніх органів державного фінансового контролю і внутрішніх аудиторів тощо; відійти від практики розроблення точкових змін до національного законодавства і прийняти системоутворюючі нормативно-правові акти, які враховують цілі, завдання та увесь комплекс вимог законодавства ЄС у сфері державного фінансового контролю, у т.ч. зовнішнього аудиту і внутрішнього фінансового контролю; розробити дорожню карту реформи державного фінансового контролю, у т.ч. внутрішнього, стосовно місцевих бюджетів, яка би включала завдання і заходи інституційного характеру (зокрема, перегляду повноважень органів державного фінансового контролю) удосконалення нормативно-правової бази, методології, запровадження на постійній основі навчання персоналу тощо з урахуванням міжнародних стандартів і практик [3].

Список використаних джерел:

1. Горий В.В. Адміністративно-правовий механізм здійснення державного фінансового контролю в Україні / В.В.Горий // Реформування правової системи в контексті євроінтеграційних процесів (Матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції) – Суми. - 2020.

2. Криштопа І.І. Державний фінансовий аудит як провідна форма державного фінансового контролю/ І.І. Криштопа// Наукові записки. Серія “Економіка”. – 2013. – №18 – [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/

3. Малік Є. О. Сучасний стан державних фінансів України: проблеми та перспективи / Є. О. Малік, Т. В. Табакова // Фінансові механізми забезпечення розвитку економіки України в сучасних умовах : зб. наук. матеріалів Всеукр.наук.- практ. конф., 15 квіт. 2016 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана», каф. фінансів, каф. фін. ринків. – Київ : Аграр Медіа Груп, 2016.

4. Обушна Н.І. Ретроспективний аналіз виникнення та розвитку аудиту в контексті модернізації системи державного фінансового контролю / Н.І. Обушна // Актуальні проблеми державного управління.– № 2(50) / 2016.

Вадим Харітон,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ В СИСТЕМІ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Інтернет-банкінг є одним із видів електронного банкінгу, проте у наш час він використовується, як термін для банківської системи нового віку. Він визначається, як використання Інтернету для здійснення банківських операцій таких, як переказ коштів, оплата рахунків, перегляд поточного та ощадного рахунку, сплата іпотечних кредитів і придбання фінансових інструментів і депозитних сертифікатів. Тому його також називають електронним банкінгом. Електронні платежі описуються як засіб, за допомогою якого банківські операції здійснюються за допомогою автоматизованих процесів та електронних пристроїв, таких як персональні комп’ютери, телефони та факси, платежі через Інтернет-картки та інші електронні канали. Електронні комунікації, що використовуються в Інтернет-банкінгу, включають: Інтернет, електронну пошту,

електронні книги, базу даних та мобільні телефони. Банківські операції через мобільні телефони, крім Інтернет-банкінгу, вважаються шляхом майбутнього.

Інтернет-банкінг почався із запуску веб-сайтів банків для надання клієнтам різної банківської інформації, наприклад, різні типи рахунків, схеми депозитів, процентна ставка, курс іноземної валюти, розташування найближчих відділень тощо. Незабаром після його створення облікові записи клієнтів були інтегровані і, таким чином, могли працювати після належної аутентифікації. Через Інтернет-банкінг можна реалізувати низку банківських послуг, включаючи запит на баланс рахунку, переказ коштів, відкриття або зміну термінового депозитного рахунку, запит на чекову книжку або платіжне доручення, запит про обмінний курс або процентну ставку, оплату рахунків тощо

Важливою складовою ринкової економіки України, як і будь-якої іншої держави, є ринок банківських послуг. Потреба в постійному підвищенні функціонування та покращення діяльності банків, у час стрімкої популярності Інтернету серед користувачів, спричиняє появі нових стратегій розвитку ринку банківських послуг та механізмів обслуговування. Саме тому поява смартфонів, які полегшили доступ до всесвітньої мережі, стала своєрідним поштовхом для розвитку інтернет-банкінгу.

За даними 2020-2022 років видно, що 73,1% населення України користуються Інтернетом та 52,7% - Інтернет-банкінгом. Проте, з кожним роком рівень популярності Інтернету серед Українців збільшується, а з ним використання інтернет-технологій. З 2017 року Інтернет-банкінг став найбільш перспективним серед ринків розвитку банківських систем, адже всі розрахунки проводяться інтуїтивно в режимі реально часу, без будь-яких спеціальних знань, щоб керувати своїм інтернет-рахунком, цілодобово, безпечно, швидко та без будь-яких обмежень.

Згідно статистики найбільше онлайн транзакцій було здійснено за допомогою використання пластикових карток – 70%. На другому місці прийом/оплата платежів (61%). За допомогою цієї банківської послуги зручно оплачувати платежі, зокрема комунальні. З показником 53% посідає третє місце Інтернет-банкінг, а мобільний банкінг, який є його різновидом, знаходиться на шостому – з 26%. Адже, це факт, що дуже зручно мати доступ до свого рахунку, цілодобово у будь-якому куточку світу, лише за допомогою мобільного додатку. Також значного поширення набирають грошові перекази грошей з картки на картку та депозитні вклади – 37% і 26% відповідно. Значна частка говорить про те, що здійснювати їх через мережу Інтернет стає набагато зручніше та швидше.

Завдяки інтернет-банкінгу клієнт може будь-коли, через мережу Інтернет, здійснювати всі ті ж стандартні банківські операції, що й в офісі банку, за винятком операцій із готівкою. Цей вид віддаленого банкінгу значно спрощує та пришвидшує роботу клієнта зі своїми рахунками.

Динамічно зростає і ринок P2P платежів (миттєвий переказ грошей із картки на картку). Клієнтам зручніше сплатити невелику комісію й переказати кошти на рахунок іншої особи, маючи тільки номер картки й не обтяжуючи себе іншими банківськими реквізитами. Купувати банківські продукти в такий спосіб наразі вигідніше, ніж безпосередньо в установі. Однак експерти сходяться на тому, що зі збільшенням кількості споживачів зміниться й ситуація з нарахуванням комісій, як це є в розвинених країнах, де за додаткові зручності стягується й додаткова, вища плата.

Крім багатьох вигод для клієнтів, інтернет-банкінг також дає суттєві переваги й самим банкам:

– їхні витрати на транзакції в системі інтернет-банкінгу є нижчими, як порівняти із собівартістю обслуговування у звичайному відділенні;

– скорочуються витрати на утримання структурних підрозділів і штатних працівників, а також витрати на забезпечення й підкріплення кас готівкою та іноземною валютою;

– пришвидшуються розрахунки.

Усе це в сукупності збільшує прибутковість банку та робить інтернет-банкінг вагомою конкурентною перевагою для тих установ, які його використовують. Тому в сучасних умовах розвиток системи інтернет-банкінгу для вітчизняних банків поступово перетворюється з додаткової послуги на нагальну потребу.

Однак є низка безпекових факторів, які стримують розвиток інтернет-банкінгу в Україні та світі, зокрема досить високий ризик використання щодо клієнтів шахрайських схем. Щоб уникнути цього гальмівного фактора, банки змушені витрачати значні кошти на розробку якісного захисту банківських мереж. Позитивною стороною таких витрат стало одночасне розширення переліку послуг, які пропонуються через інтернет-банкінг.

До банківських ризиків, пов'язаних із використанням систем інтернет-банкінгу, належать: операційний, правовий, стратегічний ризики, ризик втрати ділової репутації і ризик ліквідності. Тому комерційні банки повинні надавати консультаційну допомогу клієнтам інтернет-банкінгу, доводити до їхнього відома інформацію про ці ризики, а також застосовувати увесь можливий комплекс заходів щодо захисту конфіденційної інформації. Отже, порівнюючи традиційне обслуговування у відділеннях та інтернет-банкінг, поки що мусимо констатувати, що останній залишається в Україні на позиціях додаткового сервісу. Проте, на нашу думку, уже в недалекій перспективі він може перетворитися нову, самодостатню форму існування банків.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Валентин Цинтар,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
Богдан Фіцич,
І курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КАЗНАЧЕЙСЬКИМ ОБСЛУГОВУВАННЯМ МІСЦЕВИМ БЮДЖЕТОМ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У контексті економічної кризи, ключовим інструментом впливу держави на політичні, економічні та соціальні процеси є бюджет. На сьогоднішній день бюджетний аналіз, як частина фінансової науки, залишається актуальним і перспективним як з наукового, так і з практичного погляду.

Внесені зміни до бюджетної політики та нормативних актів, які виникають через демократичний механізм прийняття рішень, такі як ліквідація Державного казначейства України та створення Державної казначейської служби України, розширення її завдань і функцій, сприяють удосконаленню та змінюють форми, методи та систему казначейського обслуговування бюджетних коштів [2].

Державна казначейська служба України, яка виконує функцію виконання бюджету, відіграє ключову роль у контролі за використанням коштів державного та місцевих бюджетів. Її завдання включають контроль за розпорядниками різних рівнів та забезпечення ефективного управління коштами шляхом оперативного фінансування витрат у рамках обмежених бюджетних ресурсів. З особливою актуальністю набувають питання прозорості бюджетного процесу, ефективності використання фінансових ресурсів та цільового спрямування коштів місцевих бюджетів у зв'язку із впровадженням нових норм бюджетного законодавства.

У цьому контексті випускна кваліфікаційна робота фокусується на дослідженні одного з ключових аспектів функціонування Державної казначейської служби України, а саме - процесу обслуговування видатків і доходів місцевих бюджетів [3].

Казначейське обслуговування місцевих бюджетів досліджувалось у працях багатьох науковців, проте значний внесок у цьому дослідженні зробили: К. Огданський, П. Петрашко, В. Стоян, Н. Сушко, О. Чечуліна, С. Юрій, С. Булгакова, Л. Єрмоленко, Є. Галушка, Й. Хижник, О. Даневич, О. Охрімовський, Д. Ротар, К. Павлюк, М. Мельник, А. Стовбчатий, Л. Гуцаленко, Р. Макуцький, О. Кірєєв, М. Мац та ін. Варто зазначити, що недостатньо висвітленими залишаються питання казначейського обслуговування місцевих бюджетів як за доходами, так і за видатками у взаємодії з іншими суб'єктами фінансової діяльності та шляхи підвищення його ефективності в умовах розвитку ринкової економіки.

Створенню казначейства сприяли певні обставини. Проте на кожному етапі розвитку суспільства формування держави вимагало встановлення структур, які забезпечували здійснення її основних функцій. Це випливало з потреби у концентрації ресурсів держави у зв'язку з епідеміями, війнами, проведенням економічних реформ та зміною суспільного устрою. Термін "казначейство" походить від слова "казна", яке англійською означає скарб або цінність. В різних країнах ці терміни можуть трактуватися по-різному. Це можна пояснити розвитком та еволюцією казни як суспільного фінансового інституту, що є частиною спадщини, традицій та культури в різних державах.

Поняття "казна" пізніше стало асоціюватися виключно з державними цінностями. Важливо відзначити, що казначейство представляє собою місце, де зберігаються багатства країни. Це соціально-фінансовий інститут, відповідальний за збереження державних коштів і їх розподіл. Створення казначейства сприяє концентрації фінансових ресурсів в одних руках.

Одним з основних завдань органів казначейства є спрощення та вдосконалення обслуговування розпорядників та одержувачів бюджетних коштів [4].

Виконання бюджету – це одна зі стадій бюджетного процесу, яка полягає в отриманні запланованих доходів і здійснення передбачених видатків. При виконанні державного бюджету і місцевих бюджетів застосовується казначейське обслуговування бюджетних коштів. Державна казначейська служба України, діяльність якої спрямовується і координується через Міністра фінансів України, забезпечує казначейське обслуговування бюджетних коштів на основі ведення єдиного казначейського рахунку, відкритого у Національному банку України. При казначейському обслуговуванні в органах Казначейства бюджетним установам відкриваються рахунки у встановленому законодавством порядку.

Найважливіша характеристика казначейської системи обслуговування бюджету та її відмінність від банківської системи полягає в тому, що казначейство концентрує в єдиній системі два потоки грошових коштів, які виникають у процесі виконання бюджету. Окрім того, казначейська система передбачає здійснення функцій контролю за цільовим спрямуванням коштів державного бюджету та управління наявними коштами, які консолідуються на єдиному казначейському рахунку.

Список використаних джерел:

1. Ткаченко Н. М. Теорія бухгалтерського обліку : навч. посіб. Київ : Алерта, 2020. 192 с.
2. Фінансовий облік : підруч. Вид. 2-ге, перероб. і допов. / Крупка Я. Д. та ін. Тернопіль : ЗУНУ, 2020. 482 с.
3. Фінансовий облік : підруч. для студентів вищ. навч. закл. / Л. В. Нападовська, А. В. Алексєєва, О. А. Бакурова та ін.; за заг. ред. Л. В. Нападовської. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2013. 700с.
4. Чаткіс Ю. Д. Організація бухгалтерського обліку : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2018. 564 с.

Сергій Цинтар,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

МЕХАНІЗМ КОНТРОЛЮ ЗА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Протягом останніх років в Україні спостерігаються процеси, що ведуть до зменшення обсягів зовнішньої торгівлі та втрати позицій на світових ринках. Необхідно переосмислити нові виклики, зміцнити міжнародний вплив та модернізувати виробництво. Це стратегічні завдання для підтримки конкурентоспроможності України. Вирішення цих завдань призведе до підвищення продуктивності праці та створення нових високооплачуваних робочих місць.

Для впровадження механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності необхідно розробити концепцію, що включає інтеграційний напрямок України та стратегію розвитку зовнішньоекономічної діяльності країни [1].

Теоретичні та практичні аспекти щодо зовнішньоекономічної діяльності висвітлені у працях зарубіжних та вітчизняних науковців, таких як І. Артеменко, І. Багрова, О. Варлаамова, В. Васюренко, П. Верченко, В. Вітлінський, В. Власюк, О. Гальцова, О. Гетьман, В. Гончаренко, О. Дацій, О. Дегтярова, Г. Дроздова, В. Дубенець, Г. Дугінець, О. Єрмакова, А. Журавель, С. Кириченко, Ю. Козак, М. Лепеха, Н. Логвінова, В. Маргасова, Я. Машталір, І. Мельник, Т. Осташко, Ю. Орловська, В. Петрина, Т. Полякова, В. Покровська, Н. Притула, Н. Рєдіна, Ю. Сафонов, Б. Семак, І. Свидрук, Г. Свириденко, С. Соркісов, С. Тульчинська, П. Фісуненко, С. Черкасова, О. Шкурупій та ін.

Одним з основних аспектів у галузі онтологічних досліджень є розгляд механізму європейської інтеграції, зосередження на процесах трансформації, які впливають на систему Європейського Союзу (ЄС) та призводять до переформатування європейської інтеграції. Для України, яка має намір вступити до світового співтовариства, основним завданням є застосування сучасних стратегій управління ризиками та викликами. Це надасть можливість для взаємовигідної співпраці та реалізації національних інтересів. Зовнішньоекономічна діяльність представляє собою значущий аспект міжнародного співробітництва, що залежить від глобальних тенденцій та економічних криз світового рівня [2].

Методи регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) класифікуються відповідно до різних критеріїв: за спрямованістю на економічні процеси (протекціністські та лібералізаційні заходи); за характером впливу на економічні процеси (організаційно-правові, адміністративні та економічні заходи); за формою впливу (прямі та непрямі); за впливом на механізми ЗЕД (економічні та адміністративні); за способом здійснення (митно-тарифне та нетарифне регулювання); за

пріоритетністю застосування (основні та супутні); за напрямком дії (обмежувальні та стимулюючі); за масштабами покриття (комплексні та специфічні); за функціями управління (фіскальні, захисні та регулювальні); за призначенням (обмежувальні та стимулюючі); за терміном дії (короткострокові та довгострокові); за глибиною втручання (системні та оперативні); за способом прояву (явні та приховані).

Враховуючи ці критерії, можна зробити висновок про різноманітність методів державного регулювання ЗЕД, що визначають вчені. З нашої точки зору, методи державного регулювання ЗЕД можна поділити на чотири групи: правові методи (розробка та дотримання норм нормативно-правової бази); адміністративні (заходи регулювального та обмежувального типу); економічні (заходи захисної, стимулюючої та ринкової дії); специфічні (маркетинг, інформаційні та консультаційні послуги) [3].

Найбільш поширеним інструментом регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) є митний тариф, який включає систематизований перелік митних ставок. Нормативною базою, що регулює митні тарифи, є Митний кодекс України, закони України та міжнародні угоди, а відповідальність за ведення митної політики покладена на Державну митну службу. Головними завданнями митної служби є створення умов для розвитку ЗЕД, забезпечення митної безпеки, захист митних інтересів України та утримання балансу між митним контролем і спрощенням законної торгівлі. Державна митна служба контролює дотримання вимог законодавства з митно-тарифного регулювання, розробляє законопроекти та накази з питань, що належать до її компетенції, і подає їх Міністрові фінансів.

Враховуючи різні політики країн та їх особливості, виділяють тарифи промислово розвинених держав та тарифи країн, що розвиваються. Елементами механізму митного тарифу є товарна класифікація, методи оцінки вартості товарів, методи визначення країни походження товарів та процедура застосування митних ставок.

Основними принципами формування податкової політики в сфері ЗЕД, які вказують на автономність держави у встановленні та скасуванні податків, пільг, включають доступність, стабільність, визначеність (поєднання державних та підприємницьких інтересів), принцип посилення інвестиційної активності, національного експорту або заохочення імпорту, дотримання територіальності при укладанні угод [4].

Незважаючи на виклики пандемії та військової агресії Росії, Україна намагається збільшити кількість угод про уникнення подвійного оподаткування та укладає двосторонні міжнародні договори.

Список використаних джерел:

1. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2004. 172 с.

2. Акименко О. Ю., Мальцев О. О. Економічна сутність зовнішньоекономічної діяльності: принципи, суб'єкти та види стратегії. Управління економічним та соціальним розвитком підприємництва : збірник наукових праць міжвузівської студентської конференції (м. Чернігів, 29 листопада 2018 р.). Чернігів : ЧІБІП, 2018. С. 21-24.

3. Федорець Л. М. Управління зовнішньоекономічною діяльністю аграрних підприємств на регіональному рівні (на прикладі Черкаської області): автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Херсон, 2010. 22 с.

4. Фатенок-Ткачук А. О. Формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств : автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (машинобудування та приладобудування)» / Національний університет "Львівська політехніка". Львів, 2009. 32 с.

Вадим Черней,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Тетяна Томнюк,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Сучасна економічна та політична ситуація визначає необхідність проведення структурних змін і створення умов для впровадження ринкових реформ. Ключовим аспектом ринкової економіки є існування та взаємодія підприємств різного розміру – великих, середніх і малих. Оптимальне співвідношення між ними відіграє важливу роль.

Малі підприємства, які діють на локальному ринку та спеціалізуються на конкретних товарах і послугах, швидко реагують на зміни в ринкових умовах і кон'юнктурі, підтримуючи прямий контакт із споживачем. На макроекономічному рівні малі підприємства мають стратегічне значення, сприяючи пропорційному розвитку економіки через стимулювання конкуренції, створення нових робочих місць і швидке насичення ринку товарово-послуговими пропозиціями.

Впровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності є позитивним кроком у розвитку суб'єктів малого підприємництва. На сьогоднішній момент вже здійснено значні заходи у напрямі реформування та створення ефективної спрощеної системи оподаткування. Однією з ключових переваг цієї системи є спеціальний порядок обліку, який звільняє підприємства від сплати ряду податків, зборів і внесків до соціального страхування. Це спрощує обліково-аналітичні процедури, зменшує ризик податкових помилок і супроводжується відповідною знижкою штрафів.

Розглянемо основні напрями провідних країн щодо державного регулювання та підтримки малого бізнесу [49, 50, 55, 57].

1. У Сполучених Штатах Америки не існують спеціальні податкові режими для малих і середніх підприємств. Всі підприємства зобов'язані проводити повний бухгалтерський облік для розрахунку оподатковуваного прибутку. Однак для малих підприємств передбачені спеціальні положення, які спрощують процедури обліку та звітності оподатковуваного прибутку за прогресивною шкалою. Надання позик є ефективним засобом державної підтримки підприємництва, оскільки вирішує питання про залучення банківських кредитів для активізації ресурсів та використання ініціативи підприємців.

2. Німеччина виділяється за наступними особливостями:

- Підтримка наукових досліджень, фінансування ризикових проектів, поліпшення умов технологічного обміну та забезпечення кваліфікованими кадрами.
- Консультації для малих і середніх фірм в різних аспектах, включаючи результати маркетингових досліджень та допомогу в подоланні бюрократичних бар'єрів.
- Надання кредитів і субсидій, зокрема пільгових інвестиційних кредитів для високотехнологічних виробництв та кредитів для створення нових підприємств з строком до 20 років.
- Стимулювання наукових досліджень в малих і середніх підприємствах, приділяючи увагу інформаційним та консультаційним послугам, освоєнню нових технологій та підвищенню кваліфікації працівників, задіяних в інноваційних галузях.
- Використання заходів непрямого регулювання, таких як гарантії банківських кредитів для придбання сучасного обладнання.
- Правове положення малого підприємництва в Японії регулюється системою спеціальних законів, а також положеннями про пільги для малих підприємств у податковому, зовнішньоторговому та галузевому законодавстві.

3. В Сполученому Королівстві застосовуються такі інструменти державної підтримки малих підприємств:

- Активне використання інструментів бюджетної, податкової і кредитної політики, що включає зниження ставок прибуткового податку та податку на інвестиції у нові галузі малого бізнесу, особливо ті, які пов'язані з високим ризиком.

- Приватні ініціативи стимулюються податковими знижками, спрощенням фінансових процедур для злиття і поділу фірм, зниженням ставок податку на заробітну плату та підвищенням порогу оподаткування за найвищою ставкою.

- Надаються консультативні послуги, науково-технічна інформація і рекомендації щодо заснування та управління малим бізнесом.

Стан та умови функціонування вітчизняного малого підприємництва є складними і потребують втручання з боку держави для вирішення існуючих проблем. Перш за все, необхідно забезпечити стабільність та якість податкового законодавства для стимулювання привертання більшої кількості підприємців. Система повинна бути простою у визначенні бази оподаткування та розміру податкового зобов'язання, з мінімізацією облікових процедур. Заострення вимог до спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності, при одночасному погіршенні умов для платників, є основною причиною негативного сприйняття нововведень та впливає на кількість суб'єктів малого підприємництва.

Проте, наша позиція полягає в тому, що проблема оподаткування в Україні, зокрема його механізм, спрощення процедур та їх зрозумілість, а також зниження податкового тиску, залишається актуальною для розвитку малого та середнього бізнесу. Навіть при наявності деяких позитивних аспектів, важливо відзначити, що впроваджені зміни в системі спрощеного оподаткування не вирішують кілька ключових проблем. Особливо це стосується необхідності внесення змін у податкове адміністрування, забезпечення прозорості у відносинах малих підприємств з контролюючими органами, сприяння росту якісного та кількісного складу малих підприємств, розширення ресурсної бази для їх розвитку, а також удосконалення системи обліку та звітності за спрощеною системою оподаткування.

Спрощена система оподаткування виступає як ключовий елемент державної податкової політики, спрямованої на підтримку розвитку малого бізнесу в Україні. Відтак, вона повинна супроводжуватися новими програмами та методами управління бізнесом, взятих на озброєння в інших країнах. Також важливо, щоб Україна вивчала та впроваджувала міжнародні програми підтримки малого бізнесу, включаючи розробку фінансової стратегії для залучення внутрішнього та міжнародного банківського капіталу, сприяння зовнішньоекономічній діяльності малих підприємств, підготовку кадрів, поліпшення інформаційного та нормативно-правового забезпечення, підвищення якості рекламно-виставкової та видавничої діяльності, стимулювання інновацій у підприємницьких структурах, надання консалтингових та бухгалтерських послуг, а також допомогу підприємцям у їхній діяльності. Важливо розглядати та впроваджувати міжнародний досвід у державному регулюванні та підтримці малого бізнесу через податковий інструментарій.

Список використаних джерел:

1. Міжнародна практика застосування спрощених (спеціальних) режимів оподаткування малого підприємництва та необхідність її адаптації й застосування в Україні. Матеріали аналітичного центру «академія». URL: http://www.academia.org.ua (дата звернення 01.11.2023).

2. Міжнародний досвід реформування податкових систем: види податків та електронна звітність. Офіційний сайт Державної податкової служби України. URL: http://tax.gov.ua/arhiv/modernizatsiya-dps-ukraini/arkchiv/ mijnarodniy-dosvid-rozvitk/svitovui-dosvid/mrdosvid/ (дата звернення 01.11.2023).

3. Пахненко О.М. Основні засади податкової політики в країнах ЄС на сучасному етап. Ефективна економіка. № 12. 2020. URL:: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5317 (дата звернення 01.11.2023)..

4. Пріоритети податкових стимулів: світовий досвід. *Матеріали аналітичного центру «Академія».* URL:http://www.academia.org.ua (дата звернення 01.11.2023).

Вячеслав Чикалюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Юлія Табенська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ У БАНКУ

Розрахункові операції та платежі займають вагоме місце в ринковій економіці будь якої держави, обслуговуючи переміщення грошей між суб'єктами економіки, а також в міжнародному економічному просторі. Адже, суб'єкти економіки щодня здійснюють велику кількість операцій з обміну товарів, послуг і фінансових активів, які, своєю чергою, опосередковуються грошовими розрахунками та переказами. За умов розвитку економіки нового типу важливою запорукою стабільного функціонування економіки як окремих країн, так і світової економіки є активне використання функціоналів платіжних систем, які останнім часом отримали стрімкий розвиток і в Україні. Саме розширення видів платіжних систем, спектру їх функціональних можливостей здійснює вагомий вплив на розвиток платіжної інфраструктури країни, виникнення нових видів платіжних інструментів, які, залежно від їх конкретних видів, можуть стимулювати появу нових ринків, зростання національних економік, підвищення їх конкурентоспроможності, зменшення безробіття, покращення рівня життя.

Слід зазначити, що в Україні як і в усьому світі спостерігається тенденція до стрімкого зростання обсягів безготівкових розрахунків та платежів. Переказ грошей в Україні здійснюється за допомогою внутрішньодержавних та міжнародних платіжних систем. Станом на 2022 рік в Україні функціонувало 54 платіжні системи, з яких:

2 - державні платіжні системи (Система електронних платежів (СЕП) та Національна платіжна система «Український платіжний простір», що налічує 78 банків-учасників);

9 - платіжних систем, платіжною організацією якої є банку, які налічують 165 учасників. Найбільшою за кількістю учасників (51 учасник) є міжнародна платіжна система «Welsend» АТ «УКРГАЗБАНК» (Україна);

21 - платіжна система, платіжною організацією якої є небанківська установа, які налічують 157 учасників. Найбільшою за кількістю учасників (26 учасників) є міжнародна система переказу коштів «AVERS №1» АТ «ФК "АВЕРС» (Україна);

6 - міжнародних карткових платіжних систем, які налічують 119 учасників. Найбільшою за кількістю учасників (55 учасників) є міжнародна карткова платіжна система «MasterCard» (США);

10 - міжнародних систем переказу коштів, які налічують 71 учасника. Найбільшою за кількістю учасників (18 учасників) є міжнародні системи переказу коштів «RIA» та «MoneyGram» (США);

6 – внутрішньобанківських платіжних систем.

Акціонерне товариство «Акцент-Банк» (далі А-банк) зареєстрований Національним банком України 30 жовтня 1992-го року під назвою «Київприватбанк», правонаступником якого в подальшому став Український кредитний банк. У 2007 році установа була перейменований в Акцент-Банк (А-Банк), а головний офіс переїхав з Києва в Дніпропетровськ.

Зростання чистих комісійних доходів обумовлено зростанням тарифів розрахунково-касового обслуговування, введення системи мобільного додатку ABank24, котрий значно спростив здійснення розрахунків за поточними операціями, платежами та

розрахунками за кредитами та можливостями оформлення депозитів, отримання виписок по рахунках А-банку.

Мобільний додаток ABank24 для кожного клієнта має розширене меню, котре дозволяє безперешкодно здійснювати поповнення мобільного телефону, переказ коштів із рахунку на рахунок, контроль за виписками, сплата комунальних платежів, відкриття депозиту та оформлення кредиту, а також купівля квитків на усі види транспорту. Реєстрація та вхід в мобільний додаток відбувається при наявності платіжної картки «А-банк».

Сьогодні Національний банк України у партнерстві із компанією SWIFT реалізовує проект з впровадження міжнародного стандарту обміну повідомленнями ISO 20022 в платіжній інфраструктурі України.

Звичайно, сфера функціонування платіжних систем відноситься до ризикових сфер діяльності, що пояснюється наявністю значної кількості зв'язків між учасниками, обсягом та розміром виконуваних у цих системах операцій, високою мобільністю та оперативністю розрахунків, швидким розвитком новітніх технологій, розвитком систем дистанційного банківського обслуговування, що своєю чергою створює потенційні можливості для порушення нормального проходження платежів, що може негайно викликати величезні негативні наслідки для усієї платіжної системи.

Управління рівнем ризику передбачає проведення аналізу ризиків у процесі стратегічного, тактичного та оперативного планування і дає змогу отримати якісну та кількісну оцінку можливих ризиків. Так, Національним банком України розроблено Положення про порядок здійснення оверсайту платіжної інфраструктури в Україні, Методичні рекомендації з управління ризиками в платіжних системах та Методичні рекомендації щодо управління операційним ризиком (у тому числі кіберризиком та безперервністю діяльності) та забезпечення зберігання інформації про клієнтів об'єктами платіжної інфраструктури, які враховують кращий міжнародний досвід центральних банків та підходи експертів місій Світового банку та Міжнародного валютного фонду з питань оверсайту платіжних систем.

Для попередження та уникнення кіберризику центральний банк держави має підвищувати рівень інформаційної безпеки та кіберзахист у сфері переказу коштів. З метою посилення надійності та ефективності роботи платіжних систем регулятор має встановлювати чіткі вимоги до учасників платіжного ринку щодо:

- побудови системи захисту інформації та забезпечення кібербезпеки;
- готовності до можливих кібератак, захищеності, здатності виявляти кібератаки, реагувати та поглинати їх, забезпечення адаптивності та можливості їх відновлення та порядку дій під час виявлення кібератак, що знижують надійність функціонування платіжних систем.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України зі змінами і доповненнями від 07.12.2000 р. №2121-III. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14

2. Про Національний банк України : Закон України зі змінами і доповненнями від 20.05.1999 р. №679-XIV. URL : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=679-14

3. Національний банк України. URL : http://www.bank.gov.ua

Ніна Чичул,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Ілля Грицюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ БАНКУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Сучасний етап розвитку вітчизняної економіки характеризується безперервним процесом фінансової глобалізації та лібералізації режиму міжнародного переміщення капіталу, посиленням конкуренції в банківській сфері й розвитком банківських інновацій, що потребує нових підходів до розроблення ресурсної політики банків, зокрема, заходів, спрямованих на ефективне управління капіталом та забезпечення його оптимального рівня. Належним чином збалансований та достатній за обсягом капітал банку дає змогу забезпечувати очікувану прибутковість, підтримку необхідного рівня ліквідності, довіру з боку учасників ринку тощо.

На основі проведеного аналізу динаміки зміни банківського капіталу, його співвідношення з показниками грошової та банківської статистики, визначено недостатній рівень капіталізації вітчизняної банківської системи. Виходячи з цього запропоновано концептуальна модель механізму зростання банківського капіталу, об'єктом якої є безпосередньо банківський капітал, метою – створення стабільної та надійної банківської системи, яка б виконувала функції щодо забезпечення економіки достатньою кількістю ресурсів, що у свою чергу обумовлює ряд завдань. Слід зазначити, що запропонована модель базується на певних принципах, недотримання яких унеможливлює дію усього механізму. Особлива увага приділена також інструментам, що характеризують економічні важелі, які допоможуть досягти поставленої мети, враховуючи при цьому реальний та оптимальний розмір капіталу банку та вжити заходи щодо збільшення його розміру [1].

Проведений у роботі аналіз існуючих підходів до оцінювання достатності капіталу дозволив розробити авторську методику, яка дозволяє банку проводити діагностику рівня капіталізації за такими основними напрямками: визначення основних причин, що впливають на рівень капіталізації банківської установи; аналіз рівня достатності капіталу; ефективність використання ресурсів; виявлення факторів, які визначатимуть рівень капіталу банківської установи у майбутньому.

Аналіз найбільш відомих злиттів та поглинань у банківському секторі України дозволив поділити їх на два етапи: перший характеризується процесами об'єднання між невеликими за розмірами капіталу вітчизняними банками з метою уникнення банкрутства або розширення території діяльності; другому етапу притаманний викуп вітчизняних банків іноземними інвесторами, що створює загрозу національному суверенітету. З метою підвищення конкурентноздатності вітчизняної банківської системи, у роботі обґрунтовані можливі варіанти створення банківських холдингів на основі прогнозування можливого розміру капіталу та рівня концентрації, що забезпечує конкурентне середовище у банківському секторі.

На сьогодні рівень капіталізації банків України не задовольняє потреб держави в повному обсязі. Можна сказати, що при певній виробничій, інвестиційній, кредитній, споживацькій потужності держави, темпи приросту національної економіки відстають від можливих за відсутності належного капіталу, який може надати банківська сфера. Тому запропоновані в роботі шляхи вдосконалення рівня капіталізації банків мають вирішити проблему його недостатності. За прогнозами, втілення цих завдань український банківський сектор має набути належного рівня наявності капіталу [2].

Список використаних джерел:

1. В умовах воєнного стану. Національний банк України. 2022. URL: https://bank.gov.ua/ua/news/all/stan-

2. Дзюблюк О.В. Розвиток банківської системи України як основа реалізації стратегії економічного зростання : монографія / За ред. д. е. н., проф. О.В. Дзюблюка. Тернопіль : ТНЕУ, 2010. 384 с.

3. Огляд банківського сектору: лютий 2023 року. Національний банк України. 2023. URL: https://bank.gov.ua/

Владислав Ящук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Ілля Грицюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ФІНАНСОВІ РИЗИКИ БАНКІВ В УМОВАХ КРИЗИ

Військові події на території України призвели до значних ризиків для макроекономічної та фінансової стабільності банківської системи. Кредитний ризик визначений Національним банком як найбільш значущий для банківських установ. Протягом 2022 року корпоративне кредитування зростало завдяки програмам державної підтримки, але роздрібне кредитування скорочувалося, а іпотечне припинилося.

Необхідність ефективної системи управління ризиками становить обов'язковий елемент для існування та розвитку як окремого банку, так і всієї банківської системи. У зв'язку з цим, пошук і вдосконалення інструментів для ефективного управління ризиками в банку стає надзвичайно актуальним завданням, яке вимагає глибокого та докладного вивчення.

Окрім військових подій, банки визначають низку проблем, які ускладнюють активне іпотечне кредитування, такі як хаос на ринку новобудов, висока вартість ресурсів, мораторій на стягнення застави за валютною іпотекою та дефіцит платоспроможних позичальників (карантинні обмеження знизили реальний дохід населення у 2021 році на 7,2%, а значне зростання рівня безробіття досягло 10,3% у 2022 році). За даними національного регулятора, незважаючи на проблеми із кредитуванням, частка непрацюючих кредитів (NPL) в банках України знизилася з 48,36% (на 1 січня 2020 року) до 38,12% (на 1 січня 2023 року) [2].

Зменшення рівня непрацюючих кредитів банків пояснюється впровадженням національним регулятором вимог, що стосуються організації управління проблемними активами.

Аналіз банківського сектору України за 2019-2022 роки показав, що банкам важливо продовжувати працювати над скороченням портфеля непрацюючих кредитів, розробляти плани відновлення фінансової стійкості в кризових ситуаціях, активізувати зусилля щодо очищення балансів від старої валютної іпотеки, своєчасно виконувати програми реструктуризації та капіталізації, затверджені Національним банком за результатами оцінки стійкості у 2021 році, прискорювати реалізацію непрофільних активів та зосереджувати увагу на здійсненні фінансового моніторингу.

Стратегічне управління фінансовими ризиками в ситуації відносно стабільного зовнішнього середовища значуще відрізняється від управління в умовах фінансової кризи. У першому випадку акцент робиться на фінансових ризиках, пов'язаних з активно-пасивними операціями банку, з метою уникнення значних відхилень від запланованих економіко-фінансових показників через "реалізацію" ризиків. З іншого боку, у ситуації фінансової кризи, об'єктом управління стають ризики, що виникли через кризові явища, і головною метою системи управління є уникнення банкрутства та подолання кризової ситуації з мінімальними втратами [1].

В умовах звичайного фінансового середовища основними засобами управління фінансовими ризиками банку є визначення рівня ризик-апетиту, дотримання економічних стандартів, формування економічного капіталу для покриття фінансових ризиків, резервів, проведення стрес-тестів та хеджування фінансових ризиків. В умовах

фінансової нестабільності банк коригує свою стратегію управління фінансовими ризиками, змінюючи внутрішні обмеження, підвищуючи рівень економічного капіталу за рахунок формування додаткових резервів, змінюючи структури кредитних та цінних паперів портфелів, а також проводячи операції з хеджування та сек'юритизації банківських активів.

Рівень фінансових ризиків визначається стратегією розвитку банку. У разі вибору агресивної стратегії банк має високий ризик-апетит, що призводить до значних фінансових ризиків, частина з яких може залишатися непокритою економічним капіталом. При стабільній стратегії ризик-апетит є помірним, і фінансові ризики повністю покриваються економічним капіталом. У випадку антикризової стратегії фінансові ризики мінімізуються і покриваються в запасом, що робить цю стратегію оптимальною в умовах кризи, підвищуючи стійкість банку до негативних впливів зовнішніх та внутрішніх факторів [3].

Список використаних джерел:

1. Волошин І. Оптимальне управління роздрібним кредитуванням банку // Вісник Національного банку України. 2015. №5. С. 22-27.

2. Грошово-кредитна та фінансова статистика. Січень 2022 року. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MFS_ 2022-01.pdf?v=4

3. Корнилюк Р. Головні тенденції банківського ринку після 12 місяців війни. Економічна правда. 2023.

4. Україна-30: попереду нові випробування. URL: https://m.day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/ukrayina-30-poperedu-novi-vyprobuvannya.

5. Федорущенко Б. В. Детермінанти і загрози фінансовій безпеці банківського сектору. Фінансовий простір. 2021. № 3. С.44-51.

Валентин Андрійчук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Юлія Маначинська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Заклади охорони здоров'я відіграють стратегічно важливе значення в умовах воєнного стану в Україні. Саме тому, одним із пріоритетних завдань в секторі охорони здоров'я стає раціональне та ефективне використання бюджетних асигнувань та прийняття дієвих управлінських рішень на загальнодержавному рівні управління в країні.

Фундаментом адекватних управлінських рішень виступає система обліку в установах державного сектору, які входять до підпорядкування Міністерства охорони здоров'я України. Організація обліку бюджетних асигнувань в закладах охорони здоров'я регулюється такими нормативно-правовими документами, як Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 124 «Доходи» [1], Планом рахунків №1203 [3], Порядком застосування Плану рахунків №1219 [4], Типовою кореспонденцією №1219 [5], а також Порядком складання типовими формами меморіальних ордерів, інших облікових регістрів суб'єктів державного сектору [6], а також низкою інших нормативно-правових документів, що враховують специфіку функціонування установ досліджуваного сектору економіки.

На думку І.Д. Бенько [7] важливою складовою покращення організації обліку в державному секторі повинно стати активне застосування дієвих методів фінансового менеджменту в закладах охорони здоров'я, що в кінцевому вигляді сприятиме їх розвитку. Окрім бюджетних асигнувань, вчений акцентує увагу на важливості додаткових надходжень у формі різноманітних грантів та дарунків, а також благодійної допомоги, низка добровільних внесків тощо.

При організації обліку бюджетних асигнувань ключовими є аспекти їх визнання, адже при цьому слід брати до уваги сукупну суму здійснених витрат у ході виконання бюджетних програм згідно спектром повноважень закладів охорони здоров'я. Крім того, одночасно установа державного сектору може одержати певне майно, або отримати низку робіт чи послуг, що на законодавчому рівні регламентується НП(С)БОДС 124 «Доходи» [1].

Слід враховувати ту обставину, що при визнанні асигнувань обов'язковим моментом є наявність відповідного документального підтвердження через органи ДКСУ, адже заклад охорони здоров'я приймає на себе відповідний спектр фінансових зобов'язань.

Зазначені організаційні особливості виконання асигнувань детально визначені у Бюджетному кодексі України [2], адже установа державного сектору економіки здійснює затвердження рішення про проведення оплати, після чого відповідні суми списуються з реєстраційних рахунків на відповідний спектр видатків установи.

В системі фінансового обліку асигнувань застосовуються рахунки класу 7, а саме рахунок 70 «Доходи за бюджетними асигнуваннями», субрахунок 7011 «Бюджетні асигнування». Зазначений субрахунок акумулює в собі інформацію про доходи, які поступили в якості асигнувань з державного або місцевого бюджету при здійсненні основної статутної діяльності закладом охорони здоров'я. При цьому до уваги не приймаються асигнування, які мають капітальний характер, адже їх в системі фінансового обліку фіксують на балансовому рахунку 5411 «Цільове фінансування розпорядників коштів».

По завершенню відповідного бюджетного періоду заклади охорони здоров'я здійснюють закриття доходів у формі асигнувань на результат виконання кошторису установи, а саме в кредит субрахунку 5511 «Фінансові результати виконання кошторису звітного періоду» (5521 «Фінансовий результат виконання бюджету (кошторису) звітного періоду».

Варто зазначити, що в умовах сьогодення дуже важливо закладами охорони здоров'я надавати перевагу цифровому середовищу обробки облікової інформації. Зрозуміло, що в умовах воєнного стану у пріоритеті саме українське програмне забезпечення. На вітчизняному цифровому ринку програмних продуктів для закладів охорони здоров'я особливий інтерес складає програмний продукт «Master: Медицина». Адже дане комплексне програмне рішення повністю враховує особливості функціонування закладів охорони здоров'я. «Master: Медицина» забезпечує ефективну організацію обліку асигнувань із бюджетними аналітиками, так система забезпечує належний рівень побудови обліку: лікарських засобів; розрахунків за виплатами працівникам закладів охорони здоров'я; кадрової роботи закладу охорони здоров'я; фінансового планування ЗОЗ.

Тому важливим фундаментом раціональної організації обліку в закладах охорони здоров'я України повинне стати максимальне застосування цифрового вітчизняного програмного забезпечення, адже саме таке середовище обліку сприяє реалізації всього особливостей їх функціонування та спектру необхідної інформації, а саме: управлінської, бюджетної та фінансового характеру [7].

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 124 «Доходи» : наказ Міністерства фінансів України від 24.10.2010 №1629 (із змінами та доповненнями, внесеними від 24.01.2017 року). URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0089-11#Text (дата звернення: 22.10.2023).

2. Бюджетний кодекс України від 8 липня 2010 року № 2456-VI. за станом на: 13.09.2023. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text (дата звернення: 22.10.2023).

3. План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі : наказ Міністерства Фінансів України від 31.12.2013 р. № 1203. Дата оновлення: 30.03.2023. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14#Text (дата звернення: 22.10.2023).

4. Про затвердження деяких нормативно-правових актів з бухгалтерського обліку в державному секторі : наказ Міністерства Фінансів України від 29.12.2015 р. № 1219. Дата оновлення: 30.03.2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-16#Text (дата звернення: 22.10.2023).

5. Типова кореспонденція субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями розпорядниками бюджетних коштів та державними цільовими фондами, затверджена наказом Мінфіну України від 29.12.15 р. № 1219. Дата оновлення: 30.03.2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-16#Text (дата звернення: 22.10.2023).

6. Про затвердження типових форм меморіальних ордерів, інших облікових регістрів суб'єктів державного сектору та порядку їх складання : наказ від 08.09.2017р. №755. Дата оновлення : 15.02.2021. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1416-17#Text (дата звернення: 22.10.2023).

7. Бенько І.Д. Методика обліку фінансово-господарської діяльності закладів охорони здоров'я // Причорноморські економічні студії. Випуск 27. 2018. С.121 – 125.

Іван Вебер,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

Сучасні ринкові відносини на сьогоднішній день не можуть існувати без роботи бюджетних установ та організацій. Наразі заробітна плата яка є дієвим поштовхом до дій та першочергово відтворення загальних показників соціально-економічного розвитку країни.

У бюджетних установах бухгалтерський облік відтворює різноманітні завдання, об'єкти, веде облік за певним планом рахунків і балансу, що інакший від балансу та плану рахунків усіх організацій.

Оплата праці - основа відносин, що тісно пов'язані із нарахуванням і здійсненням роботодавцем виплат працівникам базуючись до законів, переліку нормативних актів та трудових договорів. Актуальність вибору теми даної роботи дозволить визначити теорію і практику в суті дослідження проблем, та дасть змогу шукати методи покращення обліку праці, аналізу й аудиту.

Сучасна ситуація у бюджетних установах характеризується основною проблемою — недостатнім фінансуванням з державного бюджету. Розв'язання цієї проблеми вимагає не лише ефективного планування, реалізації та контролю за надходженням та витратами бюджетних програм, але й управлінням результатами виконання.

Оплата та контроль за роботою працівників у бюджетних установах базуються на нормативних та правових актах України, зокрема Кодексу законів про працю, Закону України "Про оплату праці", різноманітних постанов, інструкцій і розпоряджень, які стосуються оплати праці. При цьому враховуються загальні, регіональні, галузеві та колективні договори в межах виділених бюджетних асигнувань та надходжень поза бюджетом.

З метою підвищення ефективності витрат на виплати працівникам бюджетних установ впроваджується система контролю, основним завданням якої є забезпечення соціального захисту працівників установ. Контроль у даній системі поділяється на зовнішній і внутрішній. Державний фінансовий контроль включає нагляд за бюджетним законодавством та контроль за використанням державної та спільної власності, виступаючи провідним видом контролю.

Для забезпечення точного визначення доцільності дій особи, яка перебуває під державним фінансовим контролем над виплатами працівникам, необхідно визначити ряд завдань, що охоплюють діяльність усіх підрозділів та службовців організації з оплати праці працівників (див. додаток Б). Ці завдання повинні враховувати всі аспекти процесу виплати заробітної плати та допомагати у виявленні та усуненні можливих невідповідностей чи проблем у цьому процесі [2].

Аналіз оплати праці працівникам має не лише виявити можливі порушення та зловживання, але й визначити резерви для ефективніших витрат на заробітну плату. Перевірка зобов'язань з нарахування заробітної плати починається з підтвердження облікових даних рахунку 65 "Оплата праці". Для цього кредит цього рахунку перевіряється сумою, зазначеною в списку зареєстрованих платіжних відомостей або сумою платіжної інформації для виставлення рахунків. У випадку відрядження перевіряється виконання кількісних та якісних показників, правильне застосування стандартів та розцінок[1].

При проведенні контрольних процедур слід гарантувати коректність застосування тарифних розрядів та відповідних їм тарифних ставок відповідно до Постанови "Про оплату праці працівників на основі Єдиної тарифної сітки розрядів і коефіцієнтів з оплати праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери" [4]. Необхідно перевірити документи, які підтверджують виконання обсягу роботи, за яку нараховується зарплата – це можуть бути табелі обліку робочого часу, аудиторні книжки, рецензовані журнали, індивідуальні плани вчителя та інші документи.

Також, нараховуючи виплати працівникам бюджетних установ, потрібно встановити: порядок виплати заробітної плати працівникам, що працюють за сумісництвом; розрахунок виплати співробітникам, які обчислюються на основі середньої заробітної плати; цільове використання коштів загального фонду на використання коштів працівників бюджетних установ[3]; точність нарахування планових показників виплат співробітникам залежить від фактів, за якими витрати за кодом класифікації 2120 «Нарахування на оплату праці», що входить до переліку захищених статей витрат Державного бюджету; якість нарахування та сплати єдиного соціального внеску; чітке визначення не отриманих з сум, для заробітної плати.

Оскільки важливість первинних документів полягає в регулюванні нарахувань та виплат заробітної плати, а також в управлінні трудовими відносинами, ці документи стають ключовими під час контролю оплати праці. Необхідно, щоб установа чітко визначила свої обов'язки з обліку виплат працівникам, включаючи моніторинг робочого часу та особового складу, а також здійснення розрахунків із працівниками та службовцями тощо. Це забезпечує організованість та точність у виплатах та допомагає уникнути можливих невідповідностей чи труднощів у сфері оплати праці.

Таким чином, здійснення контролю над використанням коштів для виплат працівникам у бюджетних установах відіграє ключову роль через те, що ці витрати становлять найбільший відсоток у загальному обсязі всіх витрат. Під час цього контролю важливо відстежувати ефективність використання фонду оплати праці. Крім того, моніторинг виплат праці є складним процесом, що потребує особливої уваги, оскільки витрати на заробітну плату в бюджетних установах є значущою частиною усіх фінансових витрат.

Список використаних джерел:

1. Артеменко Н.В. Облікова політика установ державного сектора:сучасні підходи, порядок та умови зміни / Н.В. Артеменко // Глобальні та національні проблеми економіки. – Миколаїв. - 2020. - № 17 (червень) –С. 792-798

2. Домбровський, В.А. Організація і методика обліку та аналізу праці та її оплати на базі сучасних інформаційних технологій : Спец. 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)[Текст] / : автореф. дис. канд. економ. наук / В.А.Домбровський ; Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К. : [Б.В.], 2021. – 20 с.

3. Ілащук С. А., Методологія контролю видатків на оплату праці вищих навчальних закладів. Ефективна економіка: електр. наук. фах. вид. 2015. №2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3820

4. Пищуліна О.М., Нова ідеологія реформування заробітної плати: потреба та перспективи .Стратегічні пріоритети. 2021. № 4. С. 140–147.

5. Шляхетко, В.В. Мотивація до праці як джерело господарського поступу / В.В. Шляхетко, А.М. Штангрет // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 12. – С.141-144.

Віталій Гордашко,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РОЗРОБКА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах ринкової економіки успіх комерційних підприємств залежить від багатьох факторів, і одним з них є правильна стратегія ціноутворення. Ціна виступає як важливий інструмент комерційної політики фірми, оскільки вона дозволяє підприємству отримувати прибуток. Різні теорії розглядають ціну як грошовий вираз вартості товару або як вираз цінності для споживача.

Ціноутворення є ключовим елементом маркетингової політики підприємства і пов'язане з політикою позиціонування товарів на ринку. Важливість ціноутворення полягає в тому, що ціна визначається різними чинниками, включаючи економічні, політичні, психологічні та соціальні аспекти. Ціни використовуються для досягнення економічних та політичних цілей суспільства та впливають на споживчий попит і структуру витрат населення.

Два основних підходи до розуміння ціни включають теорію трудової вартості, яка визнає працю як основний джерело вартості товару, і теорію граничної корисності, яка розглядає ціну як результат взаємодії попиту і пропозиції на ринку.

Згідно з теорією трудової вартості, ціна визначається витратами праці на виробництво товару і відображає суспільно-необхідний робочий час. Цей підхід робить всі товари однорідними і встановлює об'єктивні пропорції обміну товарами на ринку.

З іншого боку, теорія граничної корисності розглядає ціну як результат взаємодії граничної корисності для покупців і витрат виробництва для продавців. Ця теорія підкреслює роль попиту і пропозиції у визначенні ціни.

Усі ці підходи мають свою важливість і застосовуються в різних ситуаціях. Розуміння ролі цін у сучасній економіці є важливим для успішної комерційної діяльності підприємств і досягнення їх цілей, таких як рентабельність, конкурентоспроможність та прибуток.

Існує важлива взаємодія між ціною товару і споживчим попитом. Підвищення ціни може призвести до зменшення попиту, особливо на висококонкурентних ринках, де споживачі мають багато альтернатив. З іншого боку, зниження ціни може збільшити попит і сприяти збільшенню обсягу продажів. Такий баланс між ціною і попитом визначається еластичністю попиту - чим більше споживачі реагують на зміни цін, тим більша еластичність попиту.

Для підприємств важливо розуміти концепцію оптимальної цінової політики. Оптимальна ціна - це та ціна, яка максимізує прибуток підприємства. Вона повинна бути встановлена з урахуванням витрат на виробництво, конкурентноспроможності товару, споживчого попиту і стратегії підприємства. Правильно визначена оптимальна цінова політика може значно підвищити ефективність бізнесу та забезпечити стійкість на ринку.

З погляду споживачів, ціни також мають величезне значення. Вони впливають на їхні можливості купівлі і споживання товарів і послуг. Наприклад, зростання цін на основні товари може призвести до зменшення реального доходу споживачів і змусити їх скоротити витрати на інші товари і послуги. Це може вплинути на діяльність інших підприємств і загальний стан ринку.

У сучасному світі також важливо враховувати психологічний аспект цін. Деякі споживачі можуть бути готові платити вищу ціну за товар, якщо вони сприймають його

як більш якісний або елітний. Такі психологічні фактори можуть бути використані підприємствами для створення іміджу своїх товарів і привертання певної аудиторії споживачів.

Загалом, ціни відіграють ключову роль у сучасних ринкових умовах. Розуміння їх впливу на підприємства і споживачів, а також вміння правильно встановлювати цінову політику, є важливими аспектами успішної бізнес-стратегії. Підприємства повинні постійно аналізувати ринкові умови, споживчі вподобання та конкуренцію, щоб приймати обґрунтовані рішення щодо цін на свої товари і послуги.

В сучасному світі, де конкуренція на ринку надзвичайно велика, розуміння та адаптація до змін у ціновому середовищі стали критично важливими для підприємств. Дослідження ринку, аналіз споживчих попитів, а також слідкування за рухами конкурентів можуть надати цінний інсайт для визначення оптимальних цін. Додатково, стратегії динамічного ціноутворення, де ціни адаптуються залежно від змін на ринку та попиту, можуть допомогти підприємствам залишатися конкурентоспроможними.

Ціни також мають велике значення у вирішенні економічних та соціальних проблем. Управління цінами може використовуватися для зменшення інфляції та забезпечення стабільності національної економіки. Правильно спланована цінова політика може допомогти вирішувати проблеми доступності товарів та послуг для різних соціальних груп, що сприяє соціальній справедливості.

У сучасному світі також актуальним стає питання впливу цін на екологічний стан планети. Наприклад, застосування так званих «зелених цін», де екологічно чисті товари мають нижчі ціни, може стимулювати споживачів обирати екологічно безпечні товари та послуги.

Додатково, ціни є важливим елементом у формуванні споживчого суспільства. Сучасні технології та електронна комерція зробили можливим порівняння цін на продукти та послуги з різних країн і вибір найвигідніших пропозицій. Це сприяє вибору споживачем оптимальних цін та якості, що впливає на розвиток глобальної економіки.

У заключення, розуміння та правильне управління цінами стає однією з ключових вимог для сучасних підприємств та споживачів. Враховуючи величезний вплив цін на ринкові відносини, бізнеси та економічний розвиток суспільства повинні удосконалювати свої стратегії ціноутворення, щоб ефективно конкурувати на ринку, задовольняти споживчі потреби та сприяти сталому розвитку.

Для успішного процесу ціноутворення в ринковій економіці на підприємстві важливо враховувати ряд важливих умов і факторів. Ось основні з них: знання ринку; вартість виробництва; конкурентний аналіз; споживчі вподобання; сегментація ринку; психологічні аспекти цін; здатність адаптуватися;законодавство та правила регулювання; стратегія розвитку; підтримка маркетингу.

Врахування цих умов та факторів допомагає підприємствам визначити оптимальні ціни для своїх товарів чи послуг, забезпечуючи конкурентоспроможність та сталу рентабельність в ринкових умовах.

Існують різні підходи до формування ціни товару чи послуги, які враховують різні аспекти ринку, споживачів і стратегії підприємства. Ось кілька основних підходів до ціноутворення: витратний підхід; конкурентоспроможний; попитно-орієнтований підхід; динамічне ціноутворення; стратегічне ціноутворення; ціноутворення на основі бар'єрів входу; підписка та абонементна модель.

Кожен з цих підходів має свої переваги і недоліки і може бути вибраний залежно від конкретної ситуації підприємства та його маркетингової стратегії.

Список використаних джерел:

1. Герасимчук К. Ю. Національний університет «Львівська політехніка» Методологічні аспекти ціноутворення продукції виробничотехнічного призначення 2021. - 14 с.

2. Мельник Л. Г., Старченко Л.В., Карінцева О.І. Маркетингова цінова політика:

Навчальний посібник. - Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2020. - 240 с.

3. Шейко В. М., Кушнаренко Н. М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності: підручник. Київ: Знання, 2021. 295 с.

4. Шевченко С. В. Методи ціноутворення в ринкових умовах господарювання. Вісник Харк. нац. аграр. ун-ту. Серія «Економіка АПК і природокористування». № 8. Харків : ХНАУ, 2020. - С. 267-271.

Юлія Гуцуляк,
IV курс, спеціальність «Облік і оподаткування»
наук. кер. – Ірина Мустеца,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РОЗВИТОК АУДИТУ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ НА ПРИКЛАДІ ІТАЛІЇ

Розвиток аудиту в зарубіжних країнах, зокрема в Італії, можна охарактеризувати як динамічний та постійно змінюваний процес. Аудит - це процедура незалежного оцінювання фінансової звітності організацій з надання підтвердження їх достовірності та відповідності встановленим нормам та принципам. В Італії розвиток аудиту почався рано, в кінці 19 століття, коли було створено перші аудиторські компанії. З того часу аудиторська професія зазначила суттєві зміни та розвиток, які відображаються в законодавстві та нормативних актах. Однією з важливих точок розвитку аудиту в Італії було прийнято в 1993 році Директиви ЄС щодо аудиту фінансової звітності. Цей акт встановив загальні європейські стандарти аудиту та впровадив принципи незалежності та професійної етики для аудиторів. В результаті цього аудиторські фірми в Італії стали працювати за міжнародними стандартами та забезпечувати високу якість аудиторських послуг [1]. Згодом, у 2002 році, в Італії було прийнято Закон про корпоративне управління, який регулює діяльність аудиторів та встановлює вимоги до проведення аудиту фінансової звітності публічних компаній. Цей закон сприяв високим вимогам до якості аудиту та забезпечив більшу прозорість та відповідальність управління компаніями. Крім того, в Італії діє національний орган, відповідальний за регулювання та контроль якості аудиторських послуг - Національна рада аудиторів (CNDCEC). Цей орган встановлює стандарти та процедури, які повинні бути дотримані аудиторією при виконанні своїх обов'язків.

У сучасний час аудит в Італії стає все більш адаптованим до глобальних вимог та викликів. Застосування нових технологій, зміна підходів до аудиторських процедур, удосконалення професійних стандартів – все це успіх покращенню якості аудиту та забезпечення довіри інвесторам та стейкхолдерам до фінансової звітності організацій [2]. Особлива увага в Італії при відділенні розвитку аудиту в сфері інформаційних технологій. Зростання ролі технологій та цифровізації бізнесу вимагає від аудиторії бути в курсі новітніх технологічних розробок та вміти адаптувати свої методи і процеси до цього контексту. Італійські аудитори активно впроваджують аудиторські програми та інструменти, які можуть ефективно проводити аудиторні програми в інформаційному середовищі. Крім того, іншим аспектом розвитку аудиту в Італії є забезпечення незалежності та етичних стандартів для аудиторів. Це включає встановлені правила, які регулюють конфлікт інтересів, забороняють непрофесійну поведінку та забезпечують незалежності аудиторії фірм від своїх клієнтів. Розвиток аудиту в Італії є постійним процесом, спрямованим на підвищення якості та надійності фінансової звітності організацій. Законодавча база, встановлення професійних стандартів, впровадження новітніх технологій та забезпечення незалежності аудиторів - це ключові фактори, які посилюють довіру до аудиторських послуг та сприяють розвитку бізнесу в Італії.

Розвиток аудиту в закордонних країнах, зокрема в Італії, можна проілюструвати декількома прикладами [3]:

1) Розширення обсягів аудиту: в Італії збільшується число організацій, які підлягають обов'язковому аудиту, включаючи некомерційні організації, державні підприємства та фінансові установи. Це спонукає аудиторію розширювати свої знання та навички, а також використовувати нові методики та підходи.

2) Екологічний аудит: у зв'язку з підвищеним інтересом до сталого розвитку та екологічної відповідальності, в Італії зростає популярність екологічного аудиту. Організації досліджують свій вплив на навколишнє середовище та розробляють стратегії для його покращення. Аудитори допомагають оцінити ефективність таких стратегій та виявити можливості для зменшення негативного впливу на довкілля.

3) Використання технологій: в Італії аудитори все більше використовують технології штучного інтелекту та аналітики даних для підвищення ефективності аудиторських процесів. Наприклад, застосування аналітики даних дозволяє аудиторам провести більш глибокий аналіз фінансової звітності та виявити деякі ризики. такі інновації сприяють підвищенню якості аудиту та забезпечують більшу достовірну фінансову звітність.

4) Розвиток професійних стандартів та незалежності: в Італії активно працюють над покращенням якості аудиторських послуг та забезпеченням незалежності. Це досягається через розвиток і впровадження професійних стандартів, зростання вимог до освіти та сертифікації аудиторії, а також підвищення рівня професійної етики. Забезпечення високої якості та незалежності аудиторських послуг є ключовим фактором для збереження довіри стейкхолдерів та підтримки розвитку бізнесу.

Важливим аспектом розвитку аудиту в Італії є також зміна підходів до аудиторських процедур. Традиційно, аудит був спрямований переважно на фінансову звітність. Однак зростання складності бізнес-операцій та зміна потреби стейкхолдерів призвели до розширення обсягів аудиту. Сьогодні аудитори в Італії складають зусиль для оцінки ефективності внутрішнього контролю, управлінських процесів, ризиків та дотримання законодавства. Вони також надають рекомендації щодо покращення бізнес-процесів та зменшення ризиків. Іншим напрямком розвитку аудиту в Італії є підвищення свідомості та освіти в галузі аудиту. Професійна підготовка аудиторій та набуття певних навичок і знань стають все важливими в контексті змінних вимог та складних бізнес-ситуацій [4]. В Італії іноземні спеціалізовані навчальні програми, сертифікаційні курси та організації, що сприяють професійному розвитку аудиторії. Це дозволяє аудиторам оновлювати свої знання та вміння, а також підтримувати високий рівень професійної компетентності. У подальшому розвитку аудиту в Італії можна очікувати продовження тенденцій до стандартизації, автоматизації та цифровізації процесів. Також буде важливо забезпечити високу якість та незалежність аудиторських послуг, а також зміцнити співробітництво з міжнародними організаціями та аудиторськими фірмами. Це допоможе Італії впроваджувати найкращі практики та стандарти, що існують у світі аудиту, та забезпечити високу довіру до фінансової звітності організацій. Одним із ключових напрямків розвитку аудиту в Італії є посилення ролі екологічного аудиту. У зв'язку з ростом свідомості про екологічні проблеми та підвищення вимог до сталого розвитку, організації все більше звертають увагу на вплив своєї діяльності на навколишнє середовище. Екологічний аудит дозволяє оцінити ефективність та відповідність екологічних процесів та практичність, а також виявити можливість для покращення та зменшення негативного впливу на довкілля [2]. В Італії активно працюють над покращенням якості аудиторських послуг та забезпеченням незалежності. Це досягається через розвиток і впровадження професійних стандартів, зростання вимог до освіти та сертифікації аудиторії, а також підвищення рівня професійної етики. У майбутньому розвитку аудиту в Італії можна очікувати зростання використання технологій штучного інтелекту та аналітики даних для підвищення

ефективності аудиторських процесів. Це збільшити точність та швидкість проведення аудиту, а також забезпечити більш глибокий аналіз фінансової звітності та виявлення ваших ризиків. такі інновації сприяють підвищенню якості аудиту та забезпеченню більшої достовірної фінансової звітності [4].

Загалом аудит в Італії постійно розвивається та адаптується до змін у бізнес-середовищі. Аудитори враховують розширення обсягів аудиту, звертають увагу на ефективність внутрішнього контролю та управлінських процесів, а також ставляться до відповідності законодавству. Важливими напрямками розвитку є також екологічний аудит, підвищення якості та незалежності аудиторських послуг, використання технологій штучного інтелекту та аналітики даних. В цілому, розвиток аудиту посилює підвищення довіри до фінансової звітності організацій і сприяє сталому розвитку бізнесу в Італії.

Список використаних джерел:

1. Подольський В.І., Савин А.А. Аудит : навч. посіб. URL : https://stud.com.ua/6618/audit_ta_buhoblik/audit

2. Auditing in public institution / Macarie Felicia Cornelia. – Bucuresti: Tritonic Books, 2013. 220 p. URL : http://www.apubb.ro/wpcontent/uploads/2011/02/ Auditing–in–Public–Institutions-Suport-de-curs.pdf

3. Рекомендації Комісії Європейського Співтовариства щодо мінімальних вимог до якості аудиту офіційним аудитором від 15 листопада 2000 року 2001/256/ЄС. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/

4. Directive 2014/56/EU of the European Parliament and of the Council of 16 April 2014 amending Directive 2006/43/EC ON STATUTORY AUDIT OF ANNUAL ACCOUNTS AND CONSOLIDATED ACCOUNTS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eur-lex.europa.eu/

Роман Дудка,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ НЕОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з особливостей сучасного розвитку вітчизняної економіки є значне підвищення конкуренції майже в усіх галузях, що підтверджується як зростанням кількості суб'єктів господарювання, так і значною часткою збиткових підприємств. Для успішного функціонування на ринку будь-якому підприємству необхідна дієва ефективна комплексна система управління його діяльністю [1].

Саме ефективне управління забезпечує інтеграцію всіх економічних процесів на підприємстві, підсилює його адаптивність і конкурентоспроможність. У цьому контексті значним і суттєвим для підприємств сфери послуг є ефективне управління необоротними активами в цілому та розробка ефективної політики фінансування необоротних активів підприємства, зокрема як невід'ємної складової загальної системи управління.

Проблеми управління необоротними активами, а також джерела їх фінансування завжди займали значне місце в дослідженнях таких відомих науковців, як Е. Нікбахт, А. Гроппелі, Е.Ф. Брігхем, Б. Колапс та ін. Проблеми фінансування необоротних активів досліджувалися О.Р. Квасовським, В.В. Ковальовим, М.М. Крейніною, Т.С. Пічугіною, Н.Я. Спасів, О.С. Стояновою, І.Т. Балабановим, Л.О. Костирко, В.Я. Міщенком, В.М. Тимофєєвим, І.О. Бланком, А.А.

Мазаракі, Н.М. Ушаковою, Л.О. Лігоненко, О.В. Березіним, Н.Г. Міценко, Н.О. Власовою, А.П. Грінько, В.І. Оспіщевим та іншими.

Необоротні активи займають важливе місце у діяльності підприємств. За результатами дослідження економічної сутності необоротних активів, специфіки діяльності підприємств сфери послуг, яка обумовлена технологічними особливостями діяльності та технічними параметрами їх потенціалу, запропоновано таке значення поняття "необоротні активи" - це сукупність засобів праці, нематеріальних та фінансових активів підприємств, джерелами утворення яких є матеріальні, природні, інтелектуальні й фінансові ресурси; вони мають такі ознаки: використовуються у процесі виробництва продукці, виконання робіт та надання послуг; термін експлуатації перевищує один рік; вартість поступово розподіляється на виготовлену продукцію та надані послуги і змінюється під впливом інфляції; використовуються з метою отримання прибутку [2].

Необоротні активи потребують постійного управління ними, які здійснюється в різних формах і різними функціональними підрозділами підприємства. Фактична структура пов'язана з ірраціональністю рішень інвесторів і менеджменту: бажання отримати вигоду від невдалої оцінки фондовим ринком, відстеженням можливих шляхів інвестицій, особисті якостямименеджерів, які можу перешкодити, а також дотримання «стадному поведінки». В цілому можна сказати, що дослідження з питань, що стосуються структури капіталу і вартості компанії, тривають і в даний час.

Система управління необоротних активами – це частина фінансової стратегії підприємства, суть якої полягає у фінансовому забезпеченні своєчасного їх оновлення та високої ефективності використання.

Метою управління необоротними активами є визначення форм і методів фінансового забезпечення процесу їх своєчасного оновлення та ефективного використання.

Основними завданнями управління необоротними активами є: визначення можливих форм оновлення основних виробничих засобів на простій та розширеній основі; визначення потреби у нарощенні необоротних активів для розширення обсягів виробництва; визначення можливих способів розширення основних виробничих засобів; забезпечення ефективного використання раніше сформованих та нововведених основних засобів та матеріальних активів; формування необхідних фінансових ресурсів для відтворення необоротних активів та оптимізація їх структури [3].

Отже, необхідно зазначити, що забезпечення процесу підвищення ефективності використання необоротних активів можна розглядати як систему заходів, спрямованих на скорочення потреби в обсязі їх фінансування і підвищення темпів економічного розвитку підприємства за рахунок більш раціонального використання власних та залучених фінансових ресурсів. На п'ятому заключному етапі формується структура джерел фінансування операційних необоротних активів. Процес відновлення і приріст операційних необоротних активів може фінансуватися як за рахунок власного капіталу, довгострокового позикового капіталу, так і за рахунок змішаного їх фінансування.

Список використаних джерел:

1. Господарський кодекс Прийнятий Верховною Радою України від 16.01.2003 № 436-IV. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15.

2. Податковий кодекс. Прийнятий Верховною Радою України від 02.12.2010р. № 2755-VI. URL: http://sfs.gov.ua/nk/.

3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні (з наступними змінами і доповненнями): Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14/.

4. Ткаченко Н. М. Теорія бухгалтерського обліку : навч. посіб. Київ : Алерта, 2020. 192 с.

5. Фінансовий облік : підруч. Вид. 2-ге, перероб. і допов. / Крупка Я. Д. та ін.

Тернопіль : ЗУНУ, 2020. 482 с.

Дмитро Крикун,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РОЗРОБКА ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМТСВА

Однією із важливих проблем фінансового менеджменту на підприємстві є управління оборотними активами. Політика управління оборотним капіталом підприємства спрямована на забезпечення довгострокової виробничої і ефективної фінансової діяльності підприємства, що досягається через пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності та ефективністю роботи. Реалізація даної політики передбачає визначення необхідного рівня оборотних активів та оптимізацію структури джерел їх фінансування.

В господарській практиці при оцінці стану підприємства велику увагу приділяють аналізу та визначенню раціональності розміщення оборотного капіталу, так як саме від швидкості перетворення оборотних коштів у грошову форму залежить ліквідність підприємства, отримання прибутку з кожного обороту. В зв'язку з цим виникає необхідність у встановленні та обґрунтуванні критерію раціонального використання джерел фінансування оборотних коштів та ефективності їх використання.

Від стану та розміщення оборотного капіталу, правильного вибору джерел його фінансування на підприємстві також залежить фінансова стійкість та стабільність діяльності суб'єкта. Фінансово стійке підприємство має переваги в залученні інвестицій, отриманні кредитів, виборі постачальників і споживачів; воно більш незалежне від несподіваної зміни ринкової кон'юнктури, отже, у нього менше ризик бути неплатоспроможним і опинитися на межі банкрутства. Рішення задач стабілізації фінансового стану організації вимагає знаходження джерел фінансових ресурсів, їх раціонального розподілу, ефективного використання в ході проведення фінансового аналізу, який дає оцінку фінансової діяльності господарюючого суб'єкта, та прийняття управлінських рішень.

Визначену проблему досить давно і успішно вивчають науковці та економісти всього світу: Бланк І.А, Брігхем Є., Буряк Л.Д., Гропеллі А., Ковальов В. В., Нікбахт Е., Поддєрьогін А.М., Терещенко О.О., та в умовах постійних змін в оточуючому зовнішньому середовищі та впровадження нових підходів до використання оборотного капіталу в середині господарюючих суб'єктів дане питання завжди залишається актуальним для подальших досліджень, постійно з'являються нові фактори, дію яких необхідно вивчати та оптимізовувати діяльність під їх впливом.

В сучасних умовах конкурентного ринку ефективне управління основними економічними процесами: формування та використання оборотних активів в оперативній діяльності вирішує ряд питань стратегічного розвитку підприємства і забезпечує кінцеві результати господарської діяльності. Більшість вітчизняних підприємств не витримують жорсткої конкуренції, не досягають високого рівня доходності через нестачу оборотних коштів, потоків оборотних активів. Проблема оцінки рівня забезпеченості підприємств оборотними активами, джерел їх фінансування, визначення ефективності використання та їх якісного нормування дуже складна та актуальна з позиції прийняття стратегічних управлінських рішень на кожному підприємстві.

Згідно Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» оборотні активи – це «гроші та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу» [1].

Оборотні активи – термін, який збігається із найменування другого розділу активу бухгалтерського балансу, тобто до оборотних активів відносяться ті активи, які у бухгалтерському балансі відображаються у його другому розділі. До основних елементів оборотних активів належать: запаси, дебіторська заборгованість, поточні фінансові інвестиції, грошові кошти та їх еквіваленти, витрати майбутніх періодів.

Оборотні кошти являють собою гроші та фінансові ресурси, за рахунок яких підприємство забезпечує свої структурні підрозділи усіма необхідними ресурсами, включаючи матеріальні, енергетичні, трудові та інформаційні. Наявність оборотних коштів є життєво важливою умовою функціонування організації [2].

Сьогодні підприємства в своїй більшості вимушені працювати в несприятливих умовах зовнішнього середовища, що пов'язано з низькими темпами економічного зростання, падінням реальних доходів населення, наявністю інфляції і т. п., Тому питання ефективного використання оборотних коштів для стабільного функціонування і розвитку продовжує залишатися актуальним для підприємств і організацій різних галузей і форм власності.

Ефективність використання оборотних коштів характеризує те, з якою результативністю відбувається кругообіг виробничих фондів підприємства. При нормальному виробничому процесі і ефективному функціонуванні підприємства в результаті повного кругообігу оборотних коштів підприємства отримані кошти повинні перевершувати за вартістю ті, які були витрачені в виробничому процесі, підприємство повинно отримувати прибуток. Чим вище значення отриманого прибутку, тим більш ефективним є використання оборотних коштів і вся господарсько-економічна діяльність підприємства [3].

Ефективність використання оборотних коштів знаходиться також в прямій залежності від швидкості їх обігу. Для прискорення оборотності коштів можуть бути зроблені різні заходи, в тому числі: зниження матеріаломісткості продукції за рахунок освоєння нових технологій виробництва, зменшення запасів сировини за допомогою ретельного планування діяльності, вдосконалення системи складського зберігання.

Прискорення оборотності оптимізує роботу виробництва - для виготовлення аналогічних обсягів товарів потрібно менше ресурсів. Завдяки цьому з обороту виводиться певна частина коштів, яка перерозподіляється на потреби розвитку: розробку нових технологій, модернізацію обладнання, поліпшення системи збуту, додаткові маркетингові заходи, підвищення кваліфікації співробітників.

Сучасна організація, яка не використовує позиковий капітал, має високу фінансову стійкість, але одночасно і обмежена в можливостях нарощування темпів розвитку і підвищення рівня рентабельності власних коштів. Це пов'язано з тим, що при сприятливій кон'юнктурі ринку позиковий капітал є додатковим джерелом фінансування активів компанії. Тому вибудовуючи стратегію управління структурою капіталу, необхідно враховувати, що «нарощування позикового капіталу в межах, обмежених значенням фінансового левериджу, дозволяє значно збільшити масштаби діяльності фірми, підвищити ефективність віддачі власного капіталу, стимулювати створення цільових фондів організації, що в кінцевому підсумку спрямоване на зростання її ринкової вартості» [4].

Економічним результатом авансування оборотного капіталу в активи підприємства виступає одержаний прибуток (надлишок над авансованим капіталом), який означає, що авансовані кошти відбулися як капітал (стали капіталом), бо забезпечили отримання прибутку, тобто досягли мети авансування капіталу в оборотні активи підприємств.

Таким чином, раціоналізація використання оборотних коштів призводить до

поліпшення платоспроможності, підвищенню рентабельності та інвестиційної привабливості компанії. Як бачимо, підвищення ефективності використання оборотних коштів підприємства - це один з найбільш доступних і ефективних резервів для підвищення фінансових результатів і розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" За наказом Міністерства фінансів України від 7 лютого 2013 р. № 73. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text.

2. Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. Фінансовий аналіз та звітність: практикум. Вінниця: ВНТУ, 2017. 143 с.

3. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2017. 554 с.

4. Фінанси підприємств: навчальний посібник: курс лекцій / за ред. Кірейцева Г. Г. Київ: ЦУЛ, 2016. 268 с.

5. Фінансовий аналіз: навчальний посібник / за ред. Митрофанова О. Київ : КНТЕУ, 2016. 301 с.

6. Фінансово-економічний аналіз: підручник / за заг. ред. Буряка П. Ю., Римара М. В. Київ: ВД "Професіонал", 2018. 528 с.

7. Цал-Цалко Ю. С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз : навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2016. 360 с.

Іван Нагуляк ,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Ірина Мустеца,
Чернівецький торговельно-економічнимй інститут ДТЕУ,
Чернівці

МЕТОДИ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ

Через збройну агресію та повномасштабне вторгнення російської федерації майже 20% України є фактично ізольованими. Підприємства повинні усвідомлювати, що перебування на тимчасово окупованій території, де не діє українське законодавство та відсутні законні органи влади, є значним ризиком. Наразі більшість заблокованих територій займають підприємства агропромислового, металургійних комплексів та інші, які зі зрозумілих причин не можуть бути перенесені на інші території. Також є важливі інфраструктурні підприємства (наприклад, аптеки, транспорт, житлово-комунальне господарство тощо), які в першу чергу виконують соціальні функції та задовольняють мінімальні потреби громадян. Найбільшу частку в активах вищенаведених підприємств займають основні засоби, амортизація яких є важливим і актуальним питанням.

Термін "амортизація" в перекладі з латинської "amortisatio" – погашення. Отже, амортизація – це процес перенесення авансованої раніше вартості всіх видів основних засобів праці на вартість продукції (товарів, послуг) з метою повного відшкодування вартості цих засобів за період їх функціонування.

Для з'ясування сутності зносу та амортизації досліджені погляди різних авторів, що наводяться в економічній літературі, та розглянута роль даних категорій у сучасних економічних умовах як у нашій країні, так і з використанням міжнародного досвіду.

Амортизація, яка історично виникла приблизно одночасно із промисловим капіталом, використовувалася в промисловому, а потім у сільськогосподарському виробництві та торгівлі не одну сотню років. За цей час причини, що її породили, були ґрунтовно забуті.

Проблема амортизації розглядалася ще в 1825 році англійським економістом Мак-Куллохом Дж.Р., який констатував, що амортизація використовується власниками для вкладення в справу нового основного капіталу. Його теорію про те, що амортизація є джерелом нагромадження тільки при розширеному відтворенні, спростував Маркс К. У праці "Теорія додаткової вартості" він висунув ряд найважливіших положень з теорії амортизації, відзначивши, зокрема, що амортизація служить джерелом розширеного відтворення не тільки при розширеному, але і при простому відтворенні.

Особливості нарахування амортизації основних засобів в умовах воєнного стану досліджували Китайчук Т., та Копчикова І. [1]

У вітчизняній нормативній літературі згідно з П(С)БО 7 "Основні засоби" [2] надано таке визначення зносу та амортизації. "Знос основних засобів – сума амортизації об'єкта основних засобів з початку його корисного використання. Амортизація – систематичний розподіл вартості, яка амортизується, необоротних активів протягом терміну їх корисного використання (експлуатації)".

Дослідження питань відтворення основних засобів, які зруйновані війною займалися Легкоступ К.В. [3], Рубцова О.С., Гусарова Л.В. [4], Солов'янчик К.О. [5], Цимбаревич Є.О. [6].

Для підтримки підприємців було запроваджено різні ініціативи, включаючи гранти, кредити та різноманітні проекти від міжнародних донорів. Не злякавшись випробувань війни, підприємці, влада, волонтерські організації та інші зацікавлені сторони працюють разом, щоб забезпечити ефективне функціонування економічної інфраструктури країни, поки військові утримують лінію фронту.

Визначення напрямів та механізмів удосконалення амортизаційної політики як чинника активізації інвестиційної діяльності в державі є ключовим питанням у Концепції амортизаційної політики [7].

Однак актуальним залишається поглиблене дослідження показників та чинників, які впливають на здійснення раціонального підходу до вибору підприємством методу амортизації та терміну корисного використання об'єктів основних засобів з урахуванням очікуваного зиску від використання цих об'єктів.

Суб'єкти підприємництва отримали можливість самостійно визначати амортизаційну політику підприємства, керуючись п.п. 23, 28 П(С)БО 7 "Основні засоби" [2].

У П(С)БО 7 "Основні засоби" [2] визначений перелік методів, за яким може здійснюватися щомісяця нарахування економічної амортизації основних засобів, тобто дорогоцінних необоротних матеріальних активів. Це – прямолінійний, зменшення залишкової вартості, прискореного (подвоєного) зменшення залишкової вартості, кумулятивний, виробничий. На відміну від П(С)БО 7 міжнародний стандарт МСБО 16 [9] не містить вичерпного переліку методів, які слід використовувати для розрахунку амортизації основних засобів . Єдиною вимогою є те, що метод нарахування амортизації має переслідувати одну загальну мету: забезпечення систематичного та раціонального розподілу купівельної вартості довгострокового активу нарахуванням амортизації протягом всіх майбутніх періодів його корисного використання. Однак кожний метод передбачає визнання витратами відповідного поточного періоду різних частин амортизаційної вартості, яка підлягає розподілу. Підприємство може застосовувати також норми і методи, передбачені податковим законодавством.

Дослідження показало необхідність провести аналіз усіх методів нарахування амортизації, які можуть використовувати українські підприємства згідно з П(С)БО 7 "Основні засоби" [2] та визначити їх переваги і недоліки.

Важливим моментом в організації обліку основних засобів та вибору методу нарахування амортизації є правильне віднесення основних засобів до певної групи, які в бухгалтерському та податковому обліку співпадають.

Список використаних джерел:

1. Китайчук Т.Г., Копчикова І.В. Особливості нарахування амортизації основних засобів в умовах воєнного стану. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 19-20. С. 73-77. URL : https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/602/609.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затв. наказом Мінфіну України від 27.04.2000 р. №92 URL: http://zakon.rada.gov.ua

3. Легкоступ К.В. Удосконалення обліку та ефективність використання основних засобів на підприємстві 2023. – 65 с. URL: : https://dspace.dsau.dp.ua/handle/123456789/7800.

4. Рубцова О.С., Гусарова Л.В. Алгоритм формування втрат від руйнування об'єктів основних засобів внаслідок військової агресії рф. 2022 - (1 (105), 29-33. URL: https://doi.org/10.37734/2409-6873-2022-1-4.

5. Солов'янчик К.О. Облік і аудит основних засобів на підприємстві 2023. – 59 с. URL: https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/60250.

6. Цимбаревич Є.О. Фінансове забезпечення відтворення основних засобів на підприємстві 2023. – 48 с. URL: http://ekhsuir.kspu.edu/123456789/17945.

7. Про Концепцію амортизаційної політики: Указ Президента України від 7 березня 2001р. № 169 // Орієнтир. – 2001, № 13 (28 березня). – С. 7. – Дод. до газ. "Урядовий кур'єр".

8. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 4 «Облік амортизації». URL: www.minfin.gov.ua

9. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби»URL: www.minfin.gov.ua

Дмитро Нагуляк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Ірина Мустеца,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
Чернівці

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ – ФОРМУЄМО В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Протягом останнього десятиріччя в Україні відбувається реформування системи бухгалтерського обліку, викликане зміною економічної системи та включенням країни у світові інтеграційні процеси. Усунення економічних та торговельних бар'єрів, вихід на світові ринки капіталу створюють середовище, в якому виникає потреба у підготовці зрозумілої оперативної и. В цих умовах гармонізації стандартів бухгалтерського обліку приділяється значна увага в Україні і в розвинених країнах.

Існує проблема практичного застосування окремих національних облікових положень та інвестування капіталу відповідно до Міжнародних стандартів оперативної звітності та національних П(С)БО. Зміни, які внесені до Міжнародних стандартів оперативної звітності, передбачають переосмислення окремих процесів, які відбуваються в цьому напрямі, зокрема щодо доцільності перебудови національних П(С)БО відповідно до зміни МСФЗ. Якщо виходити з потреб консолідації відповідно до вимог інвесторів, то досягти незалежного вирішення цього питання складно, адже інвестор із США вимагає ведення обліку згідно з стандартами США (GAAP), а інвестор з європейської країни – згідно з МСФЗ, що становить під сумнів доцільність переходу до МСФЗ.

Геополітична напруженість перетікає в економічну сфері як глобальна конкуренція між Китаєм і США зростає. Зокрема, початок війни в Україні та пов'язана з цим енергетична криза має серйозні наслідки для соціальної, економічної та політичної сфер. Ескалація підвищення цін на енергоносії викликає перебої в постачанні ланцюгах і,

отже, у виробництві товарів і послуг, підштовхнувши інфляцію до рівня, якого не було в минулому чотири десятиліття.

Це призводить до кризи вартості життя та розпалювання соціальних заворушень У тих країнах, які можуть дозволити собі підтримку за рахунок державної допомоги, військові витрати та приватні інвестиції, дослідження та розробки в нові технології продовжуються, приносячи прогрес у важливих технологіях, таких як квантові обчислення, штучний інтелект (ШІ) і біотехнології. Загалом, здається, що технологія посилює нерівність, а не їх зниження, а ризики кібербезпеки залишаються постійними.

У цьому бурхливому соціальному, економічному та політичному сценарій «кризи вартості життя» з інфляційним тиск непропорційно вражає тих людей, які можуть що найменше дозволити собі це, вважається найсерйознішим глобальним ризиком у короткостроковий термін.

Пандемія спричинила найбільший спад у світі зусилля зі скорочення бідності з 1990-х років, і було зроблено гірше через війну в Україні (наприклад, ООН, 2022).

Дослідження Світового банку (2022) показало, що ми навряд чи зустрінемо Сталий розвиток ООН, основна перспективна мета якого подолання крайньої бідності до 2030 року [1]. Враховуючи вищенаведене показники фінансової звітності в багатьох підприємства в Україні та Євросоюзу зазнали негативного тренду, однак перспективний шлях для розвитку і відбудови України це і подальша орієнтація на Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку.

Стандарти бухгалтерського обліку та стандарти фінансової звітності включають комплекс спеціальних принципів та процедури основ практики бухгалтерського обліку, яких слід дотримуватися при вимірюванні, подання та розкриття інформації для підвищення прозорості та якості фінансових звітів. Враховуючи потреби користувачів на ринках капіталу в точній і прозорій інформації зробити раціональним рішення.

Це тому, що невпевненість інвесторів щодо якості фінансових звітів вплине економічного зростання, тому можна порівняти загальноприйняті стандарти бухгалтерського обліку фінансові звіти для зменшення різниці та відмінностей у вимогах до підготовки фінансових звітів і скорочення витрат на їх підготовку, а також з метою досягнення поставлених цілей.

Дослідження базується на наступній основній гіпотезі: «Ефект від прийняття міжнародних стандартів фінансової звітності відрізняється за якістю фінансової звітності до та після застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) для українських підприємств та банків, зареєстрованих фондовій біржі».

Українські підприємства при формуванні показників фінансової звітності використовують Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку, які ґрунтуються на Міжнародних стандартах.

Дослідження мало на меті продемонструвати ефект від застосування міжнародної фінансової звітності, а також Стандарти (МСФЗ) щодо покращення якості фінансової звітності та заклик до застосування компаніями Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) [2].

3 березня 2022 року Верховна Рада ухвалила новий Закон № 2115-IX «Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни» [3].

Згідно даного закону:

1) суб'єкти господарювання (фізичні особи, фізичні особи-підприємці, юридичні особи) подають фінансову звітність, аудиторські звіти та будь-які інші документи, подання яких вимагається відповідно до норм чинного законодавства в документальній та/або в електронній формі, протягом трьох місяців після припинення чи скасування воєнного стану або стану війни за весь період неподання звітності чи обов'язку подати документи;

2) до суб'єктів господарювання не застосовується адміністративна та/або кримінальна відповідальність за неподання чи несвоєчасне подання фінансової звітності та/або документів, зазначених вище, у період дії воєнного стану або стану війни, а також протягом трьох місяців після його завершення [3].

Подібне Рішення № 161 від 13 березня 2022 р. «Щодо розкриття регульованої інформації емітентами цінних паперів» було прийнято Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку [4], відповідно даного нормативу річна регулярна інформація за 2022 – 2023 звітний рік розкривається протягом 90 днів після завершення дії воєнного стану.

Варто також зауважити, що підприємства, котрі застосовують НП(С)БО 25 "Спрощена фінансова звітність" [5], мають подавати опис та приблизну оцінку наслідків воєнних дій як додаткове розкриття інформації в довільній формі, це повністю узгоджується з вимогою ст. 3 Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" [6], де зазначено: "метою ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан та результати діяльності підприємства".

Список використаних джерел:

1. The future of financial reporting 2023: The current debate on intangible assets. Where are we heading? URL: https://www.accaglobal.com/content/dam/ACCA_Global/Technical/FARSIG/PI-FARSIG-2023.pdf

2. Міжнародний стандарт фінансової звітності для малих та середніх підприємств (МСФЗ для МСП). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_063#Text (дата звернення: 7.11.2023).

3. Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни. Закон України. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14

4. Щодо розкриття регульованої інформації емітентами цінних паперів. Національна комісія з цінних папері та фондового ринку. URL: https://www.nssmc.gov.ua/wpcontent/uploads/2022/03/rishennia_161_19_stroky_rozkryttia_rehulovanoi-_info_13_03_2022.pdf

5. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Спрощена фінансова звітність»: наказ Міністерства фінансів України від 25.02.2000 № 39 (заголовок Положення в редакції Наказу Міністерства фінансів України № 226 від 31.05.2019). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text (дата звернення: 17.10.2023).

6. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996–14#Text (дата звернення: 7.11.2023).

Павло Пацарнюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОРГАНІЗАЦІЯ ЧИСЕЛЬНОСТІ ТА СКЛАДУ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Діючий військовий конфлікт здійснив серйозний вплив на усі сфери економіки,

створив серйозні проблеми для торговельних підприємств. З іншого боку, на тлі масового закриття бізнесів споживчий попит також знизився безпрецедентно.

Стратегія управління персоналом – це стратегія діяльності відділу кадрів, спрямовану відбір персоналу, куди входять планування потоків робочої сили в, оцінку кваліфікації, винагороду чи, ширшому сенсі, відшкодування витрат у вигляді зарплати, участі у прибутках, продажу акцій тощо, а також на скорочення плинності кадрів та збільшення продуктивності праці.

Вона виступає як основний напрямок кадрової роботи у вигляді сукупності принципів, методів, форм та організаційних механізмів з вироблення цілей і завдань, спрямованих на збереження, зміцнення та розвиток кадрового потенціалу організації, на створення кваліфікованого та високопродуктивного згуртованого колективу, який здатний своєчасно реагувати на постійно мінливі вимоги ринку з урахуванням стратегії розвитку організації та стратегії управління її персоналом [1].

Дослідженню проблеми планування чисельності та складу працівників підприємства як складного соціального явища присвячено багато наукових робіт вітчизняних Л. Балабанова, Д. Богиня, Л. Богуш, С. Вовканич, В. Воронкова, В. Гончаров, О. Грішнова, А. Колот, В. Колпаков, Д. Котельніков, О. Крушельницька, В. Куценко, Е. Лібанова, В. Лук'янихін, Д. Мельничук, М. Пітюлич, У. Садова, Л. Семів, І. Шевчук, Л. Шевчук, Г. Щокін, Л. Янковська та зарубіжних учених Дж. Гелбрейт, Г. Десслер, Г. Мінцберг, Т. Парсонс, С. Робінс, Г. Сідунова, Ф. Херцберг, Г. Шмідт, Р. Штольберг. Однак, теоретико-методологічні та прикладні аспекти управління людськими ресурсами вивчені недостатньо, головним чином – на макрорівні. Все це підтверджує актуальність обраної теми, а саме планування чисельності та складу працівників підприємств на підприємствах малого бізнесу.

Сьогодні кадрова політика організації обґрунтовується як ключовий елемент системи управління людськими ресурсами сучасної організації. Накопичення людського капіталу на організаційному рівні багато в чому визначається чинною в організації кадровою політикою [2].

Ставлення до кадрів – одне із ключових чинників сталого розвитку організації, відбитком якого є кадрова політика. Наявність чи відсутність ретельно продуманої кадрової політики свідчить про те, яке місце у системі управління організацією займають людські ресурси, і те, скільки уваги приділяється реалізації стратегії управління персоналом.

Кадрова політика - це сукупність принципів, методів, прийомів і форм на трудовий колектив, які у основі процесів, формують ефективну систему управління персоналом, що забезпечує інноваційний розвиток організації та координацію інтересів працівників і потреб підприємства.

Метою кадрової політики є забезпечення оптимального балансу процесів розвитку та збереження чисельного складу кадрів відповідно до потреб і цілей організації, вимог законодавства і станом ринку праці та послуг.

Відмінністю відкритої кадрової політики є прозорість її елементів для персоналу будь-якого рівня. Кваліфікація працівника має вирішальне значення для потенційної побудови кар'єри і має перевагу перед особистим досвідом у конкретній організації. Специфіка такої політики полягає також у переважанні зовнішнього стимулювання трудової діяльності персоналу [4].

Закрита кадрова політика передбачає повільне, поступове зростання та заміщення кадрів з числа співробітників, не вдаючись до залучення необхідних кадрів з інших організацій, за винятком нижчого посадового рівня. Кадрова політика закритого типу характерна для компаній, орієнтованих на створення певної корпоративної атмосфери та формування особливого духу причетності, чи, навпаки, які працюють у обстановці дефіциту кадрових ресурсів [6, с.52].

Кожен із зазначених вище типів кадрової політики є свої переваги і недоліки. Так,

при використанні відкритої кадрової політики у персоналу існують відчутні обмеження кар'єрного зростання, оскільки перевага надається досвідченішим співробітникам ззовні. Закрита кадрова політика, навпаки, спрямовано розвиток власного персоналу, на відміну відкритої у ній можливі велика плинність кадрів і набутий негативний імідж організації.

З метою реалізації кадрової політики фахівці та керівник застосовують різні методи:

- адміністративні методи, що передбачають прийняття важливих управлінських рішень, зміни в організаційній структурі роботи і т.д. До адміністративних методів також належать розробку кадрової документації: робочих планів, штатного розкладу, положень, правил тощо;

- психологічні методи спрямовані регулювання клімату всередині трудового колективу, усунення конфліктів, підтримку сприятливого емоційного тла тощо. З персоналом проводять тренінги, заняття, лекції, збори тощо;

- економічні методи відображають методи стимулювання та мотивації (заробітна плата, премії, надбавки, подарунки, певні нематеріальні інструменти мотивації) [3]. Доцільно також застосовувати методи оцінки ефективності кадрових програм та розроблення методики їх оцінки. Можуть бути застосовані математичні методи або методи статистичного аналізу.

Аналіз економічних досліджень дав зрозуміти, що визначальна роль управління підприємством полягає в мобілізації його ресурсів на досягнення визначених цілей на основі конкретних видів діяльності, задіяних процесів та підтримки балансу між ними. Таким чином, у параграфі проаналізовано види, сутність та зміст кадрової політики.

Для підприємств, що проводять постійний моніторинг персоналу, безліч окремих програм кадрової роботи включаються в єдину систему внутрішньо пов'язаних задач, способів діагностики і впливу, способів прийняття і реалізації рішень. У такому випадку можна говорити про існування кадрової політики як інструменту управління підприємством.

Також розглянуто основні показники ефективності кадрової політики підприємства: продуктивність праці, показник ефективності та результативності кадрової політики, що характеризується співвідношенням обсягу продукції, робіт чи послуг та кількості праці, витраченої на виробництво цього обсягу.

Таким чином, кадрова політика включає досить великий комплекс процедур і методів, які у взаємодії утворюють єдиний тривалий і безперервний процес протягом усього періоду існування організації. Вибір методів та процедур залежить від масштабів підприємства, а також від наявних у нього можливостей та ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Первинний та аналітичний облік на підприємстві : навч. посіб. / П. М. Гарасим, Г. П. Журавель, Р. Ф. Бруханський, П. Я. Хомин. Тернопіль : Астон, 2005. 464 с.

2. Усач Б. Ф., Шурпенкова Р. К. Теорія бухгалтерського обліку : навч. посіб. Київ : Знання, 2004. 301 с.

3. Державна фіскальна служба України. URL: http://sfs.gov.ua/ (дата звернення: 19.11.2022).

4. Бухгалтер 911. Сайт для бухгалтерів №1 в Україні. URL: https://buhgalter911.com/uk/ (дата звернення: 19.11.2022).

5. Регіональна економіка в модернізаційному форматі: підручник / М.П. Бутко та ін. К.: ЦУЛ, 2020. 352 с.

6. Мельникова В.Національна економіка: навч.посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 248 с.

Аліна Рурак,
ІІ курс, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Юлія Маначинська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

АНАЛІЗ СОБІВАРТОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Консервна промисловість є однією з важливих ланок у вирішенні продовольчої проблеми, адже її продукція може забезпечувати людей продуктами з високим вмістом вітамінів протягом усього року, водночас при правильній підготовці та обробці вона не тільки зберігає, але й стабільно покращує його поживну якість. Управління виробництвом підприємства потребує впровадження кваліфікованих методів, що висуває нові вимоги до організації обліку витрат і встановлення обґрунтованого контролю за формуванням собівартості продукції (проектів, послуг). При цьому слід враховувати визначені центри витрат, повноту відображення процесу виробництва та ступінь готовності продукції до продажу, тривалість розрахункового періоду, час формування витрат.

Собівартість продукції є одним із вирішальних факторів і показників рентабельності, які впливають на прибуток підприємства. За даними державного комітету статистики України у 2022 році всього у галузі перероблення та консервування фруктів і овочів господарювало 630 суб'єкти підприємства, з них – 49% юридичних осіб та 51% – фізичних осіб-підприємців.

Аналіз динаміки розвитку суб'єктів господарювання в цілому свідчить про деяке зменшення в останні роки кількості як підприємств – юридичних осіб, так і фізичних осіб-підприємців. Причому, найменша чисельність діючих в галузі підприємств була сім років тому, та складала – 532 одиниць.

Аналізуючи тенденції обсягів виробництва плодоовочевої консервної продукції за суб'єктами господарювання за останні десять років, можна спостерігати щорічну позитивну динаміку виробництва як за підприємствами, так і фізичними особами-підприємцями. Так, обсяги продукції у вартісному виразі в цілому по галузі збільшилися з 8,64 млрд. грн. у базисному періоді до 25,1 млрд. грн. на кінець 2022 р. Частка виробленої продукції фізичними особами-підприємцями досить мала, але до 2021 року збільшилась до 1,8%. У 2022 році намітилося скорочення обсягів виробленої продукції фізичними особами підприємцями до 0,21 млрд. грн.

Від галузевих особливостей та асортименту плодоовочевої консервованої продукції залежить методика бухгалтерського обліку і контролю витрат виробництва продукції, склад і структура калькуляційних статей витрат та способи калькулювання собівартості готової продукції. Оскільки плодоовочева консервна промисловість є однією з найбільш матеріаломістких галузей, то в умовах обмеженості ресурсів важливе значення має раціональне їх використання. Резервом економії ресурсів є використання зворотніх відходів як вторинної сировини [1].

Підприємство ПрАТ «Буковинапродукт» є одним з провідних підприємств Чернівецької області, яке займається виробництвом різної консервованої плодоовочевої продукції. Основними видами продукції є консервовані і мариновані томати, огірки, овочеві і фруктові соки, а також варення, джеми, повидло.

Аналіз витрат на виробництво і собівартості продукції на підприємстві ПрАТ «Буковинапродукт» на 2020 – 2022 рр. виявив такі тенденції.

Виявлено, що темпи зниження собівартості реалізованої продукції на підприємстві практично такі ж, як і темпи зниження чистого доходу від реалізації продукції. У 2021 – 2022 рр. величина собівартості реалізованої продукції практично співпадає з величиною

чистого доходу від реалізації продукції. Така ситуація практично веде до прогнозованих збитків. Різниця між показниками практична незначна. А доходів від фінансової та інвестиційної діяльності підприємство немає.

Загальні витрати господарської діяльності ПрАТ «Буковинапродукт» у 2022 році склали 10844 тис. грн. У порівнянні з 2020 роком це зменшення на 12,6%, порівняно з 2021 роком – збільшення на 3,0%. У структурі витрат значну частину становить собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), яка у 2022 році склала 5676 тис. грн. Це на 32,2% менше порівняно з 2020 роком і на 19,9% – порівняно з 2021 роком. За роки дослідження збільшились адміністративні витрати і витрати на збут. Інші операційні витрати зменшились у 2021 році на 15,1% порівняно з 2020 роком. У 2022 році величина інших операційних витрат знову зросла на 20,5%.

Дослідження операційних витрат підприємства виявили, що матеріальні витрати становлять у 2022 році найбільшу частку 53,8%. Також значну частку складають витрати на оплату праці та інші операційні витрати – 20,9% і 15,3%. Частка відрахувань на соціальні заходи у 2022 році склала 4,6%, а амортизація – 6,2%.

Вважаємо за необхідне здійснювати деталізоване групування витрат за статтями калькуляції, яке залежить від технології виробництва та виду продукції, що дозволить здійснювати оперативний контроль за витратами та формуванням собівартості продукції [1]. Встановлення переліку та складу статей калькулювання виробничої собівартості плодоовочевої консервної продукції повинно бути регламентовано обліковою політикою з врахуванням особливостей технології й організації виробництва галузі, а їх виготовлення здійснюється на основі затверджених рецептур, компоненти та питома вага яких повинні суворо дотримуватися [2].

Факторна модель обсягу виробництва з урахуванням структури.

$$ВП = \sum_{i=1}^{n} C_i \cdot B_i = \sum_{i=1}^{n} C_i \cdot PB_i \cdot B_{заг}, \quad (1)$$

де C_i – собівартість і-ого виду продукції, грн/л,

B_i – обсяг виробництва і-ого виду продукції, л,

$B_{заг}$ – загальний обсяг виробництва продукції, л;

PB_i – питома вага і-ого виду продукції.

Факторна модель (1) відноситься до змішаних. До неї можна застосувати спосіб ланцюгових підстановок та абсолютних різниць. Розрахуємо вплив факторів способом абсолютних різниць. Зміна випуску продукції у грошовому вираженні через зміну: випуску продукції у натуральному вираженні:

$\Delta ВП(B_{заг}) = \Delta B_{заг} \cdot \sum_{i=1}^{n} C_i \cdot PB_i$ = - 40,0 млн. грн.;

$\Delta ВП(C_i) = 28{,}4$ млн. грн;

$\Delta ВП(PB_i) = 5{,}1$ млн. грн.

Зробимо перевірку:

$$\Delta ВП(B_{заг}) + \Delta ВП(C_i) + \Delta ВП(PB_i) = -40{,}0 + 28{,}4 + 5{,}1 = -6{,}5 \text{ млн. грн}$$

$$\Delta ВП = 731{,}8 - 738{,}3 = -6{,}5 \text{ млн. грн.}$$

Таким чином, зменшення обсягу виробництва в натуральному обсязі обумовило скорочення обсягу виробництва у вартісному на 40,0 млн. грн., ціновий фактор і структура сприяли його зростанню відповідно на 28,4 млн. грн. і 5,1 млн. грн.

Таким чином, на основі проведеної аналітичної оцінки в системі управлінського обліку необхідно формувати інформацію щодо створення можливостей для: об'єктивної оцінки доцільності закупок, що проводяться; складання графіка оптимального ритму

постачання та структури заготовлюваних ресурсів; раціональності доставки ресурсів та їх ефективного зберігання; визначення розміру доцільних запасів матеріальних ресурсів, їх цільового відпуску у виробництво та ефективного використання у кожному центрі відповідальності, своєчасне виявлення непотрібних підприємству переробної промисловості ресурсів та їх реалізація.

Список використаних джерел:

1. Крамарчук С.П. Формування управлінським та фінансовим обліком інформації про матеріальні ресурси підприємства. Збірник наукових праць кафедри економічного аналізу. Тернопіль: Видавництво «Економічна думка», 2020. Вип. 13. С. 45-48.

2. Базілінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навчальний посібник; 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 328 с.

Павло Савченко,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Алла Чорновол,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Діяльність підприємства у сучасних умовах ринкової економіки, будь-якої форми власності, організаційно-правового статусу і галузевої спрямованості, напряму залежить від фінансового капіталу та його структури. Сучасна економічна ситуація вимагає від власників та фінансових менеджерів підприємств ефективного управління і моніторингу структури капіталу, оскільки оптимальна структура капіталу сприяє отриманню максимального прибутку, рентабельності, фінансової стійкості, а також високих показників ліквідності та платоспроможності. Для контролю над поточним станом структури капіталу необхідно регулярно оцінювати ефективність управління капіталом підприємства [1].

Оптимізація структури капіталу представляє собою значуще і водночас складне завдання, яке вирішується в процесі фінансового управління підприємством. Оптимальна структура капіталу визначає оптимальне співвідношення використання власних і позичених коштів, що забезпечує баланс між фінансовою рентабельністю та фінансовою стійкістю підприємства і, таким чином, збільшує його ринкову вартість. Проте при вирішенні цього завдання слід враховувати як суб’єктивні, так і об’єктивні фактори, що впливають на структуру капіталу.

Підприємства, які використовують позичкові кошти, зазвичай мають великий фінансовий потенціал для розвитку через формування додаткового розміру активів, але це також супроводжується збільшеним ризиком і небезпекою банкрутства. Основною метою управління структурою капіталу є забезпечення її оптимізації. Формування оптимальної структури капіталу базується на розрахунках показників діяльності підприємства при різних взаємозв'язках власних і позичкових активів. Оптимізація структури капіталу реалізується за критеріями, такими як зменшення середньозваженої вартості сукупного капіталу, зростання рівня прибутковості власного капіталу та мінімізація рівня фінансових ризиків [2].

Проблеми формування капіталу підприємства та його структурою широко висвітлюються провідними вченими-економістами: І.О. Бланком, В.В. Ковальовим, Є.С. Стояновою, Т.В. Тепловою та ін. Однак питання оптимізації структури капіталу не повністю окреслене в сучасній економічній літературі. Тому нас зацікавив саме цей напрям дослідження.

Капітал є ключовою економічною категорією, щодо сутності якої наукова спільнота проводить дослідження протягом значної кількості століть. Основні аспекти, які визначають економічний характер капіталу, включають його роль як об'єкта економічного управління, об'єкта власності та розпорядження, об'єкта купівлі-продажу, джерела доходу, фактора виробництва, накопиченої вартості, носія фактора ліквідності та ризику, а також як інвестиційний ресурс.

Капітал, як носій економічних характеристик, є об'єктом економічного управління на рівнях як мікро-, так і макрорівнів. В ролі об'єкта власності та розпорядження капітал може приймати форму будь-якого виду власності – індивідуальної, колективної або загальнодержавної. Капітал як об'єкт купівлі-продажу формує особливий тип ринку – ринок капіталу, який визначається попитом, пропозицією та ціною. Попит на капітал породжує бажання накопичувати його як інвестиційний ресурс та фактор виробництва.

Однією з основних характеристик капіталу є його потенційна здатність приносити дохід. Розмір доходу, який отримує власник капіталу, формує основу для визначення витрат на його залучення та використання в економічному процесі, і це виражається терміном "вартість капіталу".

Як фактор виробництва, капітал характеризується конкретною продуктивністю, яка визначається як результат виробничої діяльності відносно суми виробничого капіталу.

Капітал, як накопичена цінність розглядається у формі запасів, сформованих в усіх секторах економіки. На підприємствах капітал як накопичена цінність характеризується запасом основних засобів, нематеріальних активів, ринкових цінних паперів, товарно-матеріальних оборотних активів тощо [3].

Рівень ліквідності капіталу визначається періодом часу, протягом якого інвестований капітал у певних його формах і видах може бути конвертованим у грошову форму без втрати його реальної ринкової вартості. Чим нижчим є мотивний період конверсії раніше інвестованого капіталу в грошову форму, тим більш високим рівнем ліквідності характеризується та чи інша форма його використання в економічному процесі. Поняття ризику тісно пов’язано з поняттям доходності капіталу в процесі його використання. Об’єктивний зв’язок між рівнем доходності і ризику використання капіталу носить прямопропорційний характер. [4].

Таким чином, розгляд основних ознак фінансового капіталу підприємства спрямовано на формулювання теоретичних положень, що можуть бути використані фінансовою наукою в практиці керування фінансовою діяльністю сучасних підприємницьких структур.

Список використаних джерел:

1. Ареф’єва О. В., Андрієнко М. М., Кравченко О. Р. Управління фінансовим потенціалом підприємства. Економіка і суспільство. 2018. № 18. С. 252–257.

2. Баранович А. М. Теоретико-методичні засади формування стратегій розвитку підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. № 2. С. 77-81.

3. Краснокутська Н. С. Потенціал торговельного підприємства: теорія та методологія дослідження: [монографія]. Харьків: Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2010. 247 с.

4. Крупка М., Дропа Я., Макаренко У. Інвестиційна поведінка домашніх господарств на фінансовому ринку України. Формування ринкової економіки в Україні. 2018. Вип. 40, Ч. 1. С. 265 – 276.

Микола Федорчук,
ІІ курс, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Людмила Столяр,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ МІСЦЕВИМИ ПОДАТКАМИ І ЗБОРАМИ

Податкові надходження, податки, збори, їх розміри, ставки, пільги на сьогоднішній день це є головна тема у фінансовому просторі, як держави та і суб'єктів господарювання. З точки зору держави важливим є зростання рівня податкових надходжень до бюджетів всіх рівнів, з метою виходу на рівень до 24 лютого 2022р. З точки зору підприємств та бізнесу це питання податкових пільг з метою відновлення та розвитку бізнесу. Війна внесла суттєві корективи в діяльність підприємств та їх виживання. На початку повномасштабного вторгнення законотворці пішли на поступки та затвердили певну кількість нормативних актів, які дещо зменшили податкове навантаження на суб'єктів господарювання. Проте не пройшло і року (ніхто не думав, що війна затягнеться), як ці пільги були скасовані, відновлені перевірки бізнесу (до речі з 2022 року включно), нарахування штрафів та пені. На нашу думку таким чином здійснюються шляхи збільшення податкових надходжень до бюджету, з метою витрачання цих коштів на оборонну здатність країни. Отже, питання розрахунків за податками і платежами на підприємстві є актуальним в умовах сьогодення.

Податковим кодексом України встановленого систему податків, зборів в Україні, які класифікують за певним ознаками. Відповідно до ст. 6 Податкового кодексу податки – це обов'язкові, безумовні платежі до відповідного бюджету, що справляється з платників податку відповідно до норм Кодексу [1]. В свою чергу збором (платою, внеском) є обов'язковий платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників зборів, з умовою отримання ними спеціальної вигоди, у тому числі внаслідок вчинення на користь таких осіб державними органами, органами місцевого самоврядування, іншими уповноваженими органами та особами юридично значимих дій [1]. Сукупність загальнодержавних та місцевих податків та зборів, що справляються в установленому Кодексом порядку, становить податкову систему України. В залежності від рівня державних структур, які встановлюють податки, вони поділяються на загальнодержавні та місцеві.

В Україні до місцевих податків належать податок на майно (плата за землю, податок на нерухоме майно, відмінного від земельної ділянки та транспортний податок) та єдиний податок, а до місцевих зборів – збір за місця для паркування транспортних засобів та туристичний збір [1]. Для визначення ролі місцевих податків та платежів в податковій системі, розглянемо динаміку податкових надходжень за 2022р.

Таблиця 1

Доходи Зведеного бюджету України 2022 р.[2]

Показники	абсолютні обсяги, 2022р. млрд.грн.	темпи приросту 2022/2021, %	
		номінального	реального
Доходи всього	2196,3	32,1	4,2
Доходи без офіційних іноземних трансфертів	1715	3,3	-18,6
Податкові надходження, у т.ч.:	1343,2	-7,6	-27,1

Податок на доходи фізичних осіб	420,7	20,3	-5,2
Податок на прибуток	130,6	-20,3	-37,1
Рентна плата за користування надрами	94,1	5,4	-16,9
Акцизний податок	57,2	-39,6	-52,3
Податок на додану вартість	467	-13	-31,4
Місцеві податки та збори	84,3	-6,2	-26
Єдиний податок	47,2	1,9	-19,6
Неподаткові надходження	368,4	81,9	43,5

Доходи Зведеного бюджету без офіційних іноземних трансфертів у 2022 р зросли на 3,3% відносно 2021року, однак реально скоротилися на 18,6% Розбіжності пояснюються науковцями, як вплив податку на прибуток за 2021 рік, який підприємства сплатили вже в 2022р. Крім того позитивним моментом було швидке відновлення імпорту та позитивним впливом девальвації гривні на надходження від імпорту, неповним відшкодуванням ПДВ (за рахунок зупинення реєстрації податкових накладних та закриття ЄРПН з 02.2022р. по 07.2022р.), зростання фонду оплати праці військовозобов'язаних. У складі доходів бюджету найкраща динаміка спостерігає по власними доходами бюджетних установ (+83,8% у реальному вимірі до 2021 р.) і перерахуванням прибутку державних підприємств (+29,4%).

В свою чергу зменшились надходження від акцизного податку (на 52,3%) і ПДВ з ввезених на територію України товарів (на 47,6%). Це відбулось за рахунок скороченням обсягів імпорту та звільнення від оподаткування окремих груп товарів на початку війни, збільшенням тіньового обігу підакцизних товарів. Запровадження спрощеної системи оподаткування для юридичних осіб зі ставкою 2% (діяла з 01.04.2022р. по 31.07.2023р.) та зниження рівнів прибутку за 2022 рік призвело до скорочення надходження від податку на прибуток на 37,1%.

В структурі доходів, місцеві податки та збору не мають вагомої складової. Так податок на майно склав в 2022р. – 36,8 млрд.грн, або 7% від загального обсягу доходів. Єдиний податок в свою чергу склав 47,2 млрд.грн, або 9%. Приріст надходжень плати за землю в грудні 2022р. показав додатне значення. В березні 2022р. потенційні втрати були на рівні -38% (-1,1 млрд грн. недоотриманих надходжень). Змінами до податкового законодавства на період з березня 2022 року по 31 грудня року, наступного за роком, в якому припинено або скасовано воєнний стан, не нараховується та не сплачується плата за землю на територіях, де ведуться (велися) бойові дії. При цьому, перелік таких територій досі не визначений Кабінетом Міністрів України, що унеможливлює чітке визначення та підстави для стягнення плати за землю [3].

Загалом місцеві бюджети недоотримали більше 5,7 млрд гривень плати за землю. Отже бюджет не до отримує надходження від місцевих податків та зборів в 2022р. та також тенденція спостерігається в 2023р. Крім того слід зауважити на малу кількість податків, які відносяться до місцевих. Як що досліджувати досвід зарубіжних країн, то зокрема, у Франції місцевих податків та зборів понад 40, Німеччині – 55, Італії – близько 70, Бельгії – близько 100 [4]. Заслуговує на окрему увагу досвід Великої Британії у сфері місцевого оподаткування: тут функціонує лише один місцевий податок, який

справляється з нерухомого майна [5]. Суттєвою відмінністю української системи оподаткування від закордонної системи оподаткування є відсутність великої кількості податків, які в зарубіжних країнах переважають. Одна з головних проблем податкових систем зарубіжних країн, що відзначаються багатьма дослідниками, це складність оподаткування як для платників податків, так і для податкових органів. У силу цього виникають проблеми з виявлення схем ухилення від оподаткування, зростають витрати на утримання та навчання податкових працівників.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України : Закон України від 27.07.2020 № 821-IX. Дата оновлення: 03.09.2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text.

2. Виконання бюджету-2022: головні підсумки року // https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/545981_vikonannya_byudzhetu2022_golovni.html.

3. Аналіз виконання місцевих бюджетів за 2022 р. // https://decentralization.gov.ua/news/16105.

4. Бондарук Т.Г. Зарубіжний досвід використання місцевих податків. Формування ринкової економіки в Україні. 2008. № 5. С. 42-46.

Галина Фербей,
IV курс, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Юлія Маначинська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОН-ЛАЙН СЕРВІС «DILOVOD» ДЛЯ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Цифровізація обліку на підприємствах є дуже важливою, особливо в сучасних умовах швидкого розвитку технологій та зростання об'єму даних. Цифрові інструменти для обліку дозволяють автоматизувати багато процесів, що зменшує ручну працю та займає менше часу. Наприклад, електронний облік фінансів і запасів дозволяє швидко і точно реєструвати та аналізувати дані, що сприяє прийняттю обґрунтованих та швидких рішень.

Програми для ведення обліку дозволяють точно записувати та обробляти дані без помилок. Використання цифрових систем обліку дозволяє зручно зберігати та організовувати дані. Електронні бази даних можуть бути легко резервовані та відновлені, що зменшує ризики втрати важливої інформації. Також цифрові інструменти для обліку надають можливість проводити детальний аналіз даних.

Цифрові системи обліку надають зручний доступ до даних з будь-якого місця та в будь-який час. Це особливо важливо в сучасному світі, де багато компаній працюють в розподілених командах або мають віддалені офіси.

Варто зауважити, що у Верховній Раді України зареєстровано законопроєкт № 10186 від 24 жовтня 2023 року, у якому пропонують заборонити продаж програмних продуктів, які створили громадяни країни-агресора. Мета законопроєкту: подолання залежності від програмних продуктів рф та перехід на українське чи міжнародне альтернативне програмне забезпечення [1]. За порушення закону буде встановлений штраф – 1000 мінімальних зарплат. Повторні порушення – 2000 мінімальних зарплат.

В умовах війни важливим є акцент саме на українські програмні продукти. Одною із таких програм для ведення обліку є «Dilovod» [2]. Ця програма є комплексним програмним забезпеченням для ведення обліку на підприємствах.

«Діловод» – це комплексне програмне забезпечення, розроблене для ведення обліку в умовах воєнного стану. Воно надає багатофункціональні можливості для ефективного

управління фінансами, контролю запасів та забезпечення дотримання вимог законодавства.

Основні особливості програмного забезпечення «Dilovod» для ведення обліку в умовах воєнного стану:

1. Бухгалтерський облік: «Dilovod» надає можливість ефективного ведення бухгалтерського обліку, включаючи створення рахунків, облік касових операцій, платежів та забезпечення точності та достовірності фінансової інформації [3].

2. Облік запасів: Програмне забезпечення «Dilovod» дозволяє вести контроль за запасами підприємства, забезпечує ведення складського обліку, реєстрацію прихідно-розхідних накладних, контроль за залишками, а також управління закупівлями та замовленнями [2].

3. Фінансовий аналіз: «Dilovod» надає засоби для аналізу фінансової інформації та генерації звітів, що допомагає керівникам приймати обґрунтовані рішення, виявляти тенденції та прогнозувати фінансові результати умов воєнного стану.

4. Управління документами: «Dilovod» забезпечує електронне управління документами, включаючи створення та зберігання електронних документів, контроль за їх рухом, підтримку електронного підпису та забезпечення безпеки даних.

5. Звітність: Програмне забезпечення «Dilovod» має вбудовані засоби для генерації звітів та забезпечення відповідності звітності вимогам законодавства. Це дозволяє легко складати фінансову звітність та представляти її органам державної статистики та фіскальним органам [3].

6. Безпека даних: «Dilovod» забезпечує захист фінансової інформації в умовах воєнного стану, включаючи регулярне резервне копіювання даних, шифрування і контроль доступу до інформації.

Також, «Dilovod» – це програмне забезпечення, яке використовується для ведення управлінського обліку на підприємстві. Його основним завданням є організація та збереження документів, а також надання швидкого та зручного доступу до них.

Узагальнюючи, «Dilovod» – це комплексне програмне забезпечення, яке дозволяє ефективно вести облік підприємств в умовах воєнного стану. Воно надає засоби для бухгалтерського обліку, управління запасами, аналізу фінансової інформації та забезпечує дотримання вимог законодавства. Крім того, «Dilovod» забезпечує безпеку даних і ефективне управління документами. В умовах воєнного стану таке програмне забезпечення може стати незамінним інструментом для підтримки фінансової діяльності та контролю важливих процесів.

Список використаних джерел:

1. У Раді пропонують заборонити продаж «1С» та іншого російського ПЗ. **URL:** https://biz.ligazakon.net/news/223047_u-rad-proponuyutzaboroniti-prodazh-1s-ta-nshogo-rosyskogo-pz (дата звернення: 16.11.2023).

2. «Dilovod». **URL:** https://»Dilovod».ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=«Dilovod»_PMax_%D0%9F%D0%9E_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%A1%D0%BE%D1%84%D1%82&gad_source=1&gclid=Cj0KCQiAmNeqBhD4ARIsADsYfTf_S3ABqAmfiqjhfuHk4cLqi8u4-pj0p3j80GSYlzZEfBAHjSRLZzQaAp9WEALw_wcB(дата звернення: 16.11.2023).

3. «Діловод» – онлайн сервіс з ведення обліку. URL: https://kubik.com.ua/ua/software/»Dilovod» (дата звернення: 16.11.2023).

Галина Фербей,
IV курс, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Ірина Мустеца,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОНЛАЙН-АУДИТУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Роль аудиту полягає у підвищенні довіри до фінансової звітності компанії з боку інвесторів, банків, засновників, клієнтів, громадськості та регуляторних органів [1].

Ринок онлайн-послуг стрімко розвивається. Багато бізнесів перейшли в онлайн і потребують швидкого реагування на нові ситуації та зміни.

Пандемія та війна продемонстрували важливість та необхідність впровадження віддаленої роботи. Війна триває, і для багатьох компаній, особливо тих, що знаходяться в зонах конфлікту, небезпечно проводити локальні аудити. Крім того, аудитори здебільшого проводять перевірки в компаніях, які знаходяться недалеко від аудиторської фірми, тобто в регіоні. Проведення аудиту у віддалених компаніях збільшує витрати на аудит і є менш вигідним для підприємців-клієнтів, оскільки вимагає багато подорожей та фінансування.

Онлайн-аудит - це дистанційний аудит, який не вимагає відвідування компанії, адже вся робота проводиться онлайн. Це зменшує витрати аудиторських фірм. Оскільки немає необхідності відвідувати компанію, аудитор не наражається на ризик у разі повітряного нальоту [2].

Аудиторська фірма може проводити аудит з будь-якого місця, забезпечуючи зручність та ефективність процесу. Онлайн-аудит також спрощує доступ до даних і забезпечує безпеку, оскільки всі дані можуть зберігатися в електронному вигляді.

У нинішніх умовах особливого значення набувають такі аудиторські послуги: податковий аудит, екологічний аудит, аудит фінансової звітності, експрес-аналіз фінансової звітності компаній, що претендують на отримання іноземних інвестицій, відновлення бухгалтерського обліку, ведення бухгалтерського та податкового обліку. Їх зможе проводити фірма, яка займається онлайн-аудитом [3].

Завдяки онлайн-аудиту можна розширити клієнтську базу [2]. Співпрацювати можна не тільки з компаніями, що знаходяться близько до місця розташування аудиторської фірми, але й з компаніями в будь-якій точці України. Головне – мати інтернет, обладнання (ноутбук або комп'ютер), електрику, приміщення та відповідні знання для виконання роботи.

Сильними сторонами онлайн-аудиту є зручність, економія часу та ресурсів, простота доступу, безпека та конфіденційність, швидкість та точність, легкість співпраці та екологічність.

Слабкі сторони, з іншого боку, включають технічні проблеми (відсутність світла та інтернету), фізичну перевірку та відсутність доступу до документів.

Можливості: економія часу і ресурсів, точний аналіз даних, підвищення безпеки, потенціал для міжнародного співробітництва.

Багато підприємств, розташованих у зоні активних бойових дій, були змушені перенести свою діяльність у безпечніші регіони України. Такі компанії шукають нових інвесторів, банки та ділових партнерів. Тому послуги онлайн-аудиту користуються великим попитом у таких компаній.

Аудиторські фірми, що пропонують послуги онлайн-аудиту в Україні, включають наступні: Deloitte, PricewaterhouseCoopers (PwC), KPMG, Ernst & Young (EY) та інші [4]. Ці фірми є міжнародними та входять до "Великої четвірки". Важливо створити українську компанію, яка виконує онлайн-аудит, що вигідно і для розвитку бізнесу, і для держави.

У воєнний час зростає потреба в ретельному фінансовому моніторингу та контролі витрат з метою ефективного використання ресурсів і збереження фінансової стабільності [1]. Це може збільшити попит на певні аудиторські послуги, зокрема на фінансовий та ризик-орієнтований аудит, який допомагає компаніям управляти ризиками та забезпечувати достовірність їхньої звітності.

За роки війни ринок аудиту суттєво змінився і потребує адаптації до непередбачуваного середовища. Як наслідок, виникла потреба у проведенні онлайн-аудитів, які є вигідними та безпечними для аудиторів та клієнтів.

Онлайн аудит є перспективним з кількох причин. По-перше, він дозволяє ефективно використовувати ресурси і зменшити витрати. По-друге, онлайн аудит забезпечує більшу гнучкість і зручність для клієнтів. По-третє, онлайн аудит може забезпечити більшу точність та доступність великих обсягів даних. Враховуючи ці переваги, онлайн аудит стає все більш популярним і перспективним, особливо в епоху цифрової трансформації та розвитку технологій. Він сприяє зручності, ефективності та якості процесу аудиту, що дозволяє клієнтам та аудиторам досягати більших результатів і досягати більшого взаєморозуміння.

Список використаних джерел:

1. Огляд законодавчих змін в аудиторській діяльності під час війни. URL: https://buh.ligazakon.net/analitycs/215598_oglyad-zakonodavchikh-zmn-v-auditorsky-dyalnost-pd-chas-vyni (дата звернення: 25.10.2023).

2. Аудит після війни. URL: https://abv.org.ua/news/audit-after-war-news (дата звернення: 25.10.2023).

3. Дослідження глобального ринку аудиторських послуг у контексті сьогоденних викликів. URL: https://ena.lpnu.ua/items/9bbf43a1-55a6-4a97-9bd4-b66afa21339f (дата звернення: 25.10.2023).

4. Велика четвірка (визначення, огляд) | Хто такі бухгалтерські фірми «великої четвірки»? URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Deloitte (дата звернення: 25.10.2023).

Галина Фербей,
IV курс, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Ірина Мустеца,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ДОПОМОГА ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИМ ОСОБАМ (ВПО) В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Допомога внутрішньо переміщеним особам (ВПО) в Україні в умовах воєнного часу є надзвичайно важливою та актуальною. ВПО є людьми, які змушені залишити свої домівки через війну, та потребують підтримки та захисту своїх прав. Основні аспекти допомоги ВПО в умовах воєнного часу включають:

1. Забезпечення безпеки та захисту: Важливим аспектом допомоги ВПО є забезпечення їхньої безпеки та захисту. Це включає надання безпечних притулків, захист та застосування необхідних заходів для забезпечення фізичної та психологічної безпеки ВПО.

2. Гуманітарна допомога: ВПО часто опиняються без домівок, їжі та інших основних потреб. Гуманітарна допомога включає надання їжі, води, одягу, медичних послуг та інших необхідних речей для забезпечення мінімального рівня життя ВПО.

3. Пристосування до нових умов: ВПО потребують підтримки у вирішенні практичних питань, пов'язаних з переселенням та адаптацією до нового середовища. Це може включати надання житла, робочих місць, освіти та інших соціально-економічних послуг.

4. Психологічна та соціальна підтримка: ВПО часто переживають емоційний стрес та травми внаслідок втрати домівок та розриву звичного способу життя. Психологічна та соціальна підтримка може включати консультування, психотерапію, групову підтримку та інші послуги, спрямовані на покращення психологічного стану та соціальної адаптації ВПО.

5. Захист прав та доступ до юстиції: Важливим аспектом допомоги ВПО є забезпечення їхнього захисту прав та доступу до юридичної допомоги та юстиції. Це включає правову консультацію, захист від дискримінації, а також участь у правових процедурах.

Починаючи з 1 листопада, змінюється процедура оформлення проживання для внутрішньо переміщених осіб (ВПО) [1]. Відтепер для отримання документів необхідно звертатися тільки одному члену сім'ї, а не всім окремо. Це нове правило стосується ВПО, які раніше ще не зверталася за допомогою. У додаток до цього, нададуть допомогу на 6 місяців на всю сім'ю. Допомога буде надаватися одній особі з родини.

Допомогу від держави для ВПО буде продовжено до 31 січня 2024 року. Виплати здійснюватимуться щомісяця, конкретно 15-го та 28-го числа. Розмір допомоги складатиме 3000 гривень для осіб з інвалідністю та дітей і 2000 гривень для інших осіб.

У разі, якщо сукупний дохід на одну особу в сім'ї не перевищує 4 прожиткових мінімумів, можна отримати ще один шестимісячний термін допомоги. Додатково, за умови наявності таких категорій осіб у сім'ї:

- троє і більше неповнолітніх дітей;
- діти з інвалідністю;
- особи, які займаються доглядом за інвалідом;
- пенсіонери [1].

Громадяни, які змушені були покинути території, де тривають бойові дії або тимчасово окуповані території, або втратили своє житло через війну, мають право на отримання фінансової допомоги.

Однак, були скасовані права на отримання допомоги для таких категорій осіб:

• осіб, які перебувають за кордоном без поважної причини протягом більше місяця;
• осіб, які мають депозит у банку на суму більше 100 000 грн;
• осіб, які повернулися на раніше покинуте місце проживання;
• осіб, які відбувають ув'язнення;
• осіб, які не мають офіційної реєстрації на території України.

Для отримання перепризначення допомоги внутрішньо переміщеним особам потрібно, щоб вони відповідали наступним критеріям:

– загальний місячний дохід на одну людину менше або дорівнює 8372 грн;
– середній місячний дохід на одну людину менше або дорівнює 6279 грн;
– отримувати пенсію, яка менше або дорівнює 6279 грн;
– студент, який навчається на денному або дуальному режимі навчання та не проживає в гуртожитку [2];
– особи, які займаються наданням соціальних послуг;
– особи, які мають трьох або більше неповнолітніх дітей; у сім'ї присутні особи працездатного віку, які доглядають за дітьми віком до 6 років; особи з інвалідністю.
– особи, що надають піклування особам з інвалідністю першої категорії; особи, що надають піклування дітям з інвалідністю; особи, що надають піклування особам з інвалідністю першої або другої категорії (інвалідність, пов'язана з психічним станом); особи, що надають піклування людям, які досягли віку 80 років [2].

Після 30 вересня і до 31 березня особи, які займаються прийомом переселенців, отримують щоденну компенсацію в розмірі 30 гривень за кожну таку особу (приблизно 900 гривень на місяць). У інші періоди року сума компенсації становить 14,77 гривень на день (приблизно 443 гривень на місяць).

Переспективи забезпечення внутрішньо переміщених осіб роботою:

1. Створення робочих місць в районах, куди переміщені особи знаходяться, може забезпечити їм можливість заробітку та економічної самостійності.

2. Забезпечення переселенців роботою може сприяти їх інтеграції в новому середовищі.

3. Забезпечення роботою внутрішньо переміщених осіб може зробити їх активними учасниками відновлення та розбудови постраждалих регіонів.

4. Робочі місця для внутрішньо переміщених осіб можуть сприяти зменшенню економічної нерівності та зміцненню соціальної впевненості.

Крім того, платоспроможні внутрішньо переміщені особи можуть скористатися кредитною програмою на житло (іпотека 3%), яку фінансує Німеччина через KWF. Також є іпотечна програма "єОселя", якою можуть скористатись громадяни, які не мають власного житла та проживають в Україні не менше 3-х років. Є така іпотечна програма під 3% та 7% річних [3].

Також, важливо знати, що українці, що проживають в областях, таких як Харківська, Херсонська, Донецька, Запорізька, Луганська та Миколаївська, можуть отримати економічну допомогу від Естонської Ради у справах біженців, яка надає міжнародну підтримку постраждалим внаслідок війни.

Грошова допомога надається на суму 3600 гривень на місяць для кожної особи та виплачується протягом трьох місяців. Якщо потреба в допомозі продовжується, можна звернутися повторно протягом наступних шести місяців.

Також, Естонська Рада у справах біженців надає фінансову допомогу сільським і приміським домогосподарствам у шести регіонах для опалення. Ці кошти можна використовувати на придбання твердого палива або оплату газу для опалення. Протягом всього опалювального сезону, кожне домогосподарство може отримати допомогу в розмірі 17 500 гривень [1].

Починаючи з жовтня, Агентство ООН у справах біженців в Україні збільшило розмір допомоги з 2 200 грн до 3 600 грн на сім'ю щомісячно. Ця допомога надається на протязі трьох місяців. Крім того, ООН також надає фінансову підтримку у розмірі 2 220 грн для підготовки до зимового періоду.

Організації громадського сектору, міжнародні організації та урядові структури активно працюють над наданням допомоги ВПО в Україні в умовах воєнного часу. Вони співпрацюють з урядом та партнерами, щоб забезпечити всебічну підтримку та захист ВПО, сприяють їхній реінтеграції та побудові стабільного майбутнього.

Список використаних джерел:

1. Тарифи, ВПО, виплати за знищене житло і жіночі купе: що зміниться з 1 листопада. URL: https://fakty.com.ua/ua/ukraine/suspilstvo/20231101-taryfy-vpo-vyplaty-za-znyshhene-zhytlo-i-zhinochi-kupe-shho-zminytsya-z-1-lystopada/(датазвернення: 12.11.2023).

2. Коли приходять гроші для ВПО: терміни виплат 2023. URL: https://fakty.com.ua/ua/ukraine/suspilstvo/20231030-koly-pryhodyat-groshi-dlyavpo-terminy-vyplat-2023/ (дата звернення: 12.11.2023).

3. Кредити на житло для переселенців. Огляд іпотечних програм, які працюють під час війни. URL: https://svoi.city/articles/268899/krediti-na-zhitlo-dlya-vpo (дата звернення: 12.11.2023).

Марія Фірчук,
IV курс, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Юлія Маначинська,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Основою побудови інформаційно-аналітичного забезпечення ефективного управління діяльністю підприємств є, перш за все, формування системи аналітичних баз даних, необхідних для своєчасного та якісного прийняття управлінських та оперативних рішень на основі повної, достатньої, достовірної та точної інформації, з сучасними механізмами її збору та аналітичним інструментарієм для її обробки.

Існує кілька можливих підходів до систем підтримки бізнес-аналізу, зокрема: обліково-аналітична орієнтація; широка спеціалізація аналітичного забезпечення управління підприємством; інструментальні засоби аналітичне забезпечення; організаційно-управлінські механізми цифрового середовища підприємств. Тому розглянемо більш детально кожен із підходів.

1. Обліково-аналітична орієнтація, акумулює в собі систему аналітичної підтримки управління, яка є процесом збору, перевірки, обробки та аналізу інформації та в основному базується на первинній бухгалтерській інформації, управлінській інформації, статистичній інформації, технічній інформації, соціальній інформації та моніторингу бізнес-процесів [1].

Недоліком такого підходу є обмеженість первинної інформації, що використовується в аналітичній роботі. Це пов'язано з тим, що вона не включає в себе ресурси онлайн-аналізу ринку або інформацію про макросередовище, що оточує підприємство, тому виникають обмеження в інформації про зміни у внутрішньому та мікросередовищі підприємств.

2. Широка спеціалізація аналітичного забезпечення управління підприємством – характеризується використанням методів, спрямованих на організацію управлінської діяльності на підприємствах та формування експертних оцінок і висновків про стан економічних процесів, які розглядають можливість використання методів експертних оцінок в аналітичному дослідженні економічної інформації, отриманої підприємствами, із застосуванням математичного інструментарію для обробки даних з метою підвищення достовірності аналізу [2]. Під експертними методами слід розуміти «сукупність логічних, математичних і статистичних прийомів і процедур, спрямованих на отримання від експертів інформації, необхідної для раціональної підготовки та вибору рішень» [2].

Незважаючи на широке використання математичних, статистичних, економетричних, статистичних, актуарних методів та інструментів аналізу інформації, основним недоліком методичного інструментарію виступає його орієнтація на експертну думку, достовірність якої, як правило, є сумнівною. Основними причинами цього є те, що в нинішніх політичних та економічних умовах може бути складно отримати достатню кількість кваліфікованих експертних висновків для аналізу і лише великі компанії можуть дозволити собі проведення експертних досліджень, в свою чергу «актуарне» опрацювання результатів є трудомістким і дорогим. З цих причин покладатися на цей напрям аналітично-інформаційного забезпечення при розробці стратегій управління ризиками в економіці недоцільно.

3. Інструментальні засоби аналітичного забезпечення засновані на використанні аналітичних систем показників як інструменту прийняття управлінських рішень, що є частиною управлінського, організаційного та економічного механізмів підприємства. Прихильники цього напряму вважають, що управлінські рішення повинні ґрунтуватися на розрахунку показників для оцінки ефективності використання управлінського інструментарію. Як і в попередніх двох напрямах, у цій сфері існують недоліки, зокрема пов'язані зі складністю формування відповідного інформаційного забезпечення.

4. Організаційно-управлінські механізми цифрового середовища підприємств (комп’ютерно-технічний), передбачають наявність та використання цифрових технологій як інформаційно-аналітичне забезпечення. Даний фактор, який успішно вирішує проблему підвищення ефективності діяльності та формування баз даних за допомогою інформаційних технологій. Це також називається створенням автоматизованого робочого місця, де фахівці можуть приймати управлінські рішення.

Програмний продукт, незалежно від того, універсальний він чи унікальний, часто є аналітичним інструментом, який використовує вхідну інформацію. Основна функція програмного продукту, що розробляється, полягає в обробці та аналізі інформації і створенні звітів, які дають змогу керівникам різних рівнів приймати управлінські рішення.

Тому жоден з перерахованих вище напрямків аналітичної підтримки бізнес-діяльності не є пріоритетним. Однак очевидно, що переваги кожного аналітичного підходу відповідають типу оброблюваної інформації.

Стратегічне планування антикризових заходів компанії зачіпає всі аспекти та рівні функціонування і розвитку бізнесу, а тому вимагає формування комплексної системи аналітичних інструментів обробки інформації.

Список використаних джерел:

1. Бенько М.М. Обліково-аналітичне забезпечення економічної безпеки підприємства: підручник. Київ : В-во «Ліра-К», 2021. 560 с. URL: https://lira-k.com.ua/preview/12833.pdf. (дата звернення: 13.10.2023).

2. Шкромида Н.Я. Обліково-аналітичне забезпечення управління структурними компонентами потенціалу підприємства: теоретичний аспект. *Облік і фінанси.* 2019. № 4. С.155 – 161. URL: URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2019_4_22. (дата звернення: 13.10.2023).

Марія Фірчук,
IV курс, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Ірина Мустеца,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПИТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ, ПОВ'ЯЗАНІ З ОПОДАТКУВАННЯМ

Корпоративна соціальна відповідальність впливає на прибутковість та ефективність компанії. Питання корпоративної соціальної відповідальності є особливо актуальними у воєнний та післявоєнний періоди відбудови. У цьому випадку компаніям складно самостійно взяти на себе корпоративну соціальну відповідальність, тому вони потребують підтримки з боку держави різними способами (зокрема податковою системою) [2].

Податкова політика характеризує себе як комплекс заходів щодо яких встановлюються нові та скасовуються діючі податкові та інші обов’язкові бюджетні платежі, зміни податкових ставок, об’єктів оподаткування та пов’язаних з ним об’єктів, бази оподаткування податками з метою забезпечення в країні фінансові потреби, які базуються на основі підтримки балансу між економічними інтересами країни та платників податків [1]. З наведеного визначення вбачається, що національна податкова політика створює умови для ефективної діяльності підприємств та виконання своїх основних функцій, у тому числі у сфері корпоративної соціальної відповідальності.

Корпоративна соціальна відповідальність - відповідальне ставлення компанії до своїх товарів чи послуг, споживачів, співробітників і партнерів; позитивний соціальний статус компанії полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [2].

В умовах воєнного стану відбулися суттєві зміни в податковому законодавстві, які по-різному вплинули на діяльність суб’єктів господарювання, в тому числі на їх корпоративну соціальну відповідальність. Відтак зміни стосуються звільнення від сплати єдиного соціального внеску, оподаткування різних видів підприємців, розподілу дотацій на розвиток підприємництва тощо.

Особливостями воєнного стану є [1]: тимчасове призупинення строків сплати податків, зокрема не можна накопичувати строки сплати податків та вилучати накопичені періоди, якщо їх порушення є наслідком введення воєнного стану; заборона податкових перевірок під час воєнного стану: податкових перевірок не проведено та зупинено (за винятком); звільняє платника податків від відповідальності за невиконання податкових зобов'язань: якщо податкові зобов'язання не виконуються внаслідок конфлікту або воєнного стану, платник податків повинен виконати такі зобов'язання протягом 6 місяців після закінчення або скасування воєнного стану.

Можна виділити основні напрямки потенційного впливу податкової політики на КСП [3]:

1) Створення умов та можливостей для продовження підприємницької діяльності, в тому числі релокація бізнесу. Держава намагається стимулювати подальшу підприємницьку активність, реалізуючи податкову політику, усвідомлює проблематику втрати сотнями тисяч людей роботи, активів, майна, бізнесу. Податкова політика з початку введення воєнного стану не завжди є раціональною через неврахування диференціації платників податку за територіальним принципом та за ступенем воєнних втрат та ризиків.

Для забезпечення армії, потреб військовослужбовців, у тилу працює бізнес, сплачує податки, військовий збір, тому створення нових робочих місць, розвиток малого бізнесу є запорукою функціонування та подальшого відновлення економіки.

2) Формування та розвиток людського капіталу. Ця сфера є важливою для гармонізації відносин між підприємцями та найманими працівниками. Держава заохочує своїх громадян до проходження різних курсів (навчання, отримання нової професії, підвищення кваліфікації), частина з яких передбачає подальше працевлаштування. Водночас вплив податкової політики проявляється через зменшення податкового навантаження на супутні витрати підприємців. До цього напряму можна віднести податкові пільги на медичні витрати (оплата медоглядів, спортивних клубів тощо).

3) Формування іміджу компанії стимулює додатковий споживчий попит, що, в свою чергу, призводить до збільшення зайнятості, податкових виплат та контрактної зайнятості професіоналів. Відповідальне ставлення до податкових зобов'язань має вирішальне значення у формуванні іміджу компанії та допомагає зменшити невиробничі витрати, пов'язані з податковими перевірками та штрафними санкціями.

4) Залучення інвесторів, бізнес-партнерів та нових працівників. Податкові інвестиційні пільги є ключовим інструментом стимулювання зацікавленості та розвитку інвестиційної активності серед потенційних вітчизняних та іноземних інвесторів. Залучення додаткових інвестицій є основою для розвитку бізнесу, збільшення обсягів продажів, розширення кола ділових партнерів та створення нових робочих місць.

5) Соціальне страхування. Роль роботодавця у соціальному страхуванні полягає як у сплаті обов'язкових внесків, так і у створенні власних фондів, резервів та заощаджень для своїх працівників. Говорячи про корпоративну соціальну відповідальність, варто відзначити ставлення компаній до соціального страхування як до гарантії соціального захисту за рахунок грошових фондів. Крім того, великі підприємства створили власні фонди, акумулюючи грошові кошти, які можуть бути використані у разі необхідності надання допомоги своїм працівникам.

6) Зменшити тіньову зайнятість. Працівники хочуть бути офіційно працевлаштованими, отримувати заробітну плату відповідно до законодавства та бути соціально захищеними. Це сприяє сплаті податків і зборів до бюджетів різних рівнів, але при цьому необхідна прозорість у витрачанні коштів бюджетів і соціальних фондів. Традиційно вважається за доцільне зменшувати податкове навантаження на працю, але цей податковий захід не буде ефективним без інших заходів державного регулювання.

7) Працевлаштування людей з інвалідністю. Бізнес створює умови для таких людей як в обов'язковому порядку (кількість за штатним розписом, як того вимагає

законодавство), так і добровільно. Соціально відповідальний бізнес прагне працевлаштовувати людей з інвалідністю не для отримання пільг чи звітності, а для заповнення професійних посад, заохочення працевлаштування таких людей, надання рівних можливостей, слугувати прикладом для інших підприємств та виконувати соціальні функції.

8) Розвиток філантропії та меценатства. Наразі відбувається ефективний збір коштів як приватними особами, підприємцями, так і великими корпораціями на підтримку Збройних Сил України, окремих бійців та благодійних фондів. Тому такий збір коштів на благодійність, будівництво, створення робочих місць та парків має продовжуватися і в післявоєнний період. Варто відзначити волонтерство та інші форми участі працівників бізнесу та малого і середнього підприємництва (фізичних осіб-підприємців та самозайнятих осіб), які надають допомогу в умовах воєнного стану.

9) Сприяння природоохоронним заходам. При створенні або реконструкції небезпечних підприємств компанії зобов'язані брати до уваги стан довкілля та мінімізувати шкідливі викиди - як це вже давно відбувається в ЄС та розвинених країнах - і це не лише регулювання, а й соціальна відповідальність. Вплив війни на довкілля України є жахливим, тому будь-яка компанія-виробник зобов'язана виконувати свою соціальну відповідальність. Це дослідження показує, що існує опосередкований зв'язок між оподаткуванням та корпоративною соціальною відповідальністю.

Отже, післявоєнний період має характеризуватися тим, що всі підприємства повинні бути соціально відповідальними і не лише мати на меті отримання прибутку, але й займати активну соціальну позицію, яка полягає в гармонійному співіснуванні з суспільством, взаємодії, постійному діалозі та участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України №2755-VI від 02.12.2010р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text.

2. Корпоративна соціальна відповідальність 2023. – 138 с. URL: https://ela.kpi.ua/handle/123456789/55882.

3. Краузе О. І., Юрик Н. Є. Соціальна відповідальність суб'єктів ринку праці. Електронне наукове видання «Публічне адміністрування та національна безпека» 2023. №4. URL: https://doi.org/10.25313/2617-572X-2023-4-8859.

Ігор Юрку,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Людмила Столяр,
Чернівецький торговельно-економічнимй інститут ДТЕУ,
Чернівці

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА РОЗРАХУНКІВ ЗА ПОДАТКАМИ І ПЛАТЕЖАМИ

Важливим регулятором економіки держави є досконала система оподаткування підприємств малого бізнесу, яка позитивно впливає на розвиток виробництва, торгівлі, науково-технічний прогрес, збільшення кількості робочих місць і соціальні стандарти для населення, шляхом обмеження інфляції. Однак одночасно вона стримує інвестиції, зменшує споживання, сповільнює процеси заощаджень і нагромадження.

В сучасних умовах господарювання податки це суттєвий фактор впливу на фінансово-господарську діяльність суб'єкта малого бізнесу. З метою досягнення визначених пропорцій всіх фінансових аспектів суб'єкта господарювання головним є процес податкової оптимізації, особливо дана проблема актуальна при погіршенні фінансового стану підприємств малого бізнесу у 2020 році під впливом COVID 19 та з 2022 року після початку війни.

В наслідок реформ Податкового законодавства України, за останні роки здійснилось кілька змін у кращу сторону в області оподаткування.

Найважливіші з них:

1. Зменшилася кількість малоефективних податків і зборів.
2. Адміністрування податків і зборів стало значно простішим, шляхом надання звітів в електронному виді, скорочення часу податкових перевірок, врегулювання кількості та мотивів цих перевірок.
3. Введення нових штрафів, наприклад, за невиконання узгодженого податкового повідомлення-рішення.
4. Врегулювання спрощеної системи оподаткування для суб'єктів малого підприємництва.
5. Скорочення та переорієнтація податкових пільг (авіа-, суднобудування, харчова промисловість і сільське господарство, готельний бізнес, ІТ-сектор).

Головне призначення облікової політики полягає в розподілі обов'язків і повноважень між працівниками з метою формування процедур і правил, які визначають для підприємства оптимальний режим оподаткування, у тому числі й облік податкових розрахунків за місцевими податками та зборами. З позиції бухгалтерського обліку, облікова політика виходить за коло питань, окреслюваних податковою політикою підприємства. Враховуючи доведене нами вище, що податкові розрахунки є складовою єдиної системи бухгалтерського обліку, можна стверджувати, що положення податкової політики підприємства стосовно обліку податкових розрахунків на підприємстві можуть бути лише складовою (одним із розділів) Наказу про облікову політику, а не окремим документом.

Облікова політика в частині розрахунків за податками й платежами, в тому числі і за місцевими податками та зборами, націлена на пошук раціональних шляхів зниження навантажень на облікових працівників у частині здійснення вибірки необхідних даних із облікової інформації та здійснення відповідних податкових розрахунків, забезпечення утворення такої методики бухгалтерського обліку податкових розрахунків, яка б дала змогу зменшити податкове навантаження на підприємство, уникати помилок та убезпечувала підприємство від штрафних санкцій за недостовірно відображену інформацію у податковій звітності [1, с. 174].

Однак, облікова політика це ще й вибір такої методики обліку, яка дасть можливість застосувати різні варіанти відображення фактів господарського життя. Тому в широкому розумінні її доцільно встановити як управління обліком, а в більш вужчому – як сукупність способів ведення обліку, тобто вибір підприємством конкретних форм і методик обліку [2, с. 174].

На формування облікової політики розрахунків за податками також впливають положення вже діючої облікової політики підприємства в частині тих положень, які взаємопов'язані з обліком розрахунків за податками.

Також процес формування облікової політики полягає у виборі та розробці методичних прийомів, способів і процедур ведення й організації бухгалтерського обліку з числа затверджених нормативними актами з бухгалтерського обліку та аналізі їх придатності до умов діяльності підприємства. Але послідовність дій підприємства при формуванні облікової політики в частині питань, які не регламентовані однозначно чинним законодавством не передбачена, а рекомендації щодо складання розпорядчого документа про облікову політику підприємства повною мірою не враховують облікового стандарту бухгалтерського обліку (далі - МСБО) № 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки», при відсутності прописаних чинними МСБО вимог, слід використовувати домовленості, національні правила та облікову практику [3].

Отже, обліковці під час формування облікової політики можуть спиратися на власне професійне бачення та досвід, виходячи з галузевої практики, щодо конкретних

операцій, а також використовувати теоретичні розробки науковців і фахові літературні джерела.

Основним завданням облікової політики є вибір найбільш прийнятних для конкретного підприємства методів обліку та на їх основі складання фінансової звітності, що відповідає встановленим якісним характеристикам. Зазначене дає можливість накопичити необхідну для користувачів інформацію та своєчасно її надати, тобто реалізувати інформаційну функцію обліку. Оскільки складовими обліку, що ведеться на підприємстві, є фінансовий, управлінський та облік для потреб оподаткування, тому не можна розглядати облікову політику, базуючись лише на Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» та П(С)БО [4, 51]. Підприємство, крім фінансової звітності, складає інші види звітності, в тому числі і податкову, тому до складу його облікової політики треба віднести також добір елементів обліку для потреб оподаткування, форми його ведення з урахуванням умов господарювання підприємства. Потрібно зважити і на норми ПКУ, оскільки при формуванні робочого плану рахунків доцільно включити до нього не тільки рахунки для ведення фінансового обліку, а й ув'язати їх із рахунками, які дозволяють накопичувати інформацію для податкової звітності. Отже усі складові обліку потребують розробки переліку форм первинних документів, облікових регістрів, що використовуються підприємством для узагальнення інформації тощо.

Список використаних джерел:

1. Іванов Ю. Б., Крисоватий О.М., Десятнюк О.М. Податкова система – К. : АТІКА, 2006. – 920 с.

2. Крисоватий А. І., Десятник О.М. Податкова система: Навчальний посібник – Тернопіль: Карт-бланш, 2004. – 331 с.

3. МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» URL: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publ (дата звернення 15.10.2023)

4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-14-ВР URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14. (дата звернення 20.10.2023)

5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755 (із змінами та доповненнями) URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення 20.10.2023)

6. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2017 році: Закон України від 20.12.2016 № 1791-VIII, станом на 15.04.2017 URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1791-19/page. (дата звернення 20.10.2023)

Андрій Андрійчук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Юрій Королюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: ПРОБЛЕМА ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Успішна діяльність будь-якого підприємства напряму залежить не лише від рівня кваліфікації працівників, але і від умілого використання потенціалу працівників та ефективного управління персоналом [1, с. 1]. Дослідження процесу управління людьми потребує дедалі більше уваги, тому що це ключовий фактор успіху не лише в межах одного конкретного підприємства, але і країни в цілому. В умовах війни дана тема набуває все більшої актуальності на всіх ланках суспільства, починаючи від підприємств і закінчуючи армією.

Менеджмент з'явився в умовах ринкової системи господарювання. Управління персоналом – сукупність взаємопов'язаних організаційних, економічних та соціально-психологічних методів, що сприяють ефективності діяльності та конкурентоспроможності підприємства [2, с. 41]. Це систематизований організований вплив на працівників, спрямований на забезпечення максимальної продуктивності працівників та створення умов нормального розвитку персоналу. До основних складових управління відносяться планування, формування, перерозподіл і раціональне використання людських ресурсів.

Практично будь яку поведінку людей можна пояснити мотивацією або ж конкретними причинами. Задача менеджера полягає в тому, що правильно визначити потреби працівників та направити їх поведінку в правильне русло, мотивуючи їх виконувати правильні завдання [1, с. 2]. Саме тому ключовою складовою управління є поняття мотивації. В процесі розвитку цивілізації мотивація розвивалась в 2 етапах: застосування методу «батога і пряника» та використання методів психології та фізіології. Мотивація – спонукання до певних дій, психологічний та фізіологічний процес, який керує поведінкою людини. Мотив – це внутрішня сила, яка несе спонукальний характер та примушує людину здійснювати певні дії.

Знання взаємозв'язку між трудовою мотивацією, характеристиками виконуваної роботи та трудовою поведінкою працівників дозволяє підвищити робочі показники підприємства [3, с. 5]. Одним зі способів досягти цієї цілі є об'єднання завдань. Його суть полягає в тому, щоб доручити завдання одному працівнику замість того, щоб розподіляти задачу між кількома працівниками. Цей принцип дозволяє досягти великої цілісності завдання та урізноманітнює навички персоналу. Також варто доручати працівникам виконувати задачі від початку до кінця, що допоможе підвищити ступінь відповідальності та осмисленості задач. У свою чергу можна встановлювати взаємовідносини між кінцевим споживачем та працівниками. Це підвищить різноманітність професійних навичок та рівень самостійності персоналу.

У свою чергу керівник може делегувати частину обов'язків своїм підлеглим, це допомагає зміцнити значимість та мотивацію. Варто давати людям більше зворотного зв'язку, тоді працівники будуть мати краще уявлення про те, як вони працюють, яку користь несе їхня праця та удосконалить мотивацію для досягнення необхідних робочих показників.

Ментальні особливості у ставленні до інновацій є дуже важливим нюансом в організації управління персоналом. Західноєвропейська спільності орієнтується на результат та кінцеву мету, натомість східна частина цивілізації більше орієнтована на організацію процесів та постійне їх удосконалення.

Прикладом східних інновацій є філософія «Кайзен», суть якої полягає у постійному вдосконаленні процесів та систем, що може стимулювати творчі роздуми працівників. Проте на практиці даний підхід може погіршити здатність працівника розмірковувати самостійно [2, с. 51].

На Заході використовується альтернативна модель – система «Top-Down», яка орієнтована на нововведення з акцентом на технологічному розвитку. Даний підхід сприяє притоку грошових інвестицій.

Для роботи з людьми та ефективної взаємодії менеджерам потрібно мати високі морально-психічні якості, такі як порядність, чесність, доброзичливість, дисциплінованість. Якщо керівник не володіє даними якостями, він не зможе створити колектив однодумців, завоювати авторитет, забезпечити сприятливий моральний клімат та підтримувати імідж надійних та порядних партнерів.

Соціально-психологічний клімат – це якісний аспект міжособистісних стосунків, що виявляється сукупністю психологічних умов, які сприяють чи перешкоджають продуктивній роботі та розвитку персоналу. Вивчення цього аспекту є дуже складним, оскільки залежить від багатьох психологічних компонентів та психологічних особливостях кожного працівника.

Якість та продуктивність праці в колективі в першу чергу залежать від рівня групового розвитку, міжособистісних стосунків, згуртованості та психологічній сумісності працівників між собою. Позитивно на результат впливають дружелюбність, взаємовиручка, простота у взаєминах та переважання позитивних емоцій.

Якщо говорити про таке поняття, як рівень конфліктності, то він напряму залежить від рівня згоди між працівниками з питань спільної роботи. Тому варто уникати конфліктів, шукати компроміси та виявляти повагу до своїх колег та підлеглих. Інколи виникають розбіжності у ставленні керівника до різних співробітників, що призводить до дестабілізації відносин у колективі та погіршенню соціально-психологічного клімату [1, с. 3]. Керівник зобов'язаний проявляти уважність одночасно з вимогливістю до кожного члена колективу.

Для покращення мікроклімату в компанії керівнику варто сформувати відносини, базовані на взаємодовірі, підтримці та позитивній психологічній атмосфері, тому варто більше уваги приділяти спілкуванню з людьми.

Часто у групі формується неформальна структура, яка має своїх лідерів, що може викликати конфлікти в колективі та загалом погіршує клімат в команді. Тому потрібно дбати про те, щоб формальний керівник був одночасно і неформальним.

Мотивація досягнення успіху – це стратегія поведінки людини, базована на активності, досягнення результату та не боїться помилок. На противагу існує мотивація уникнення невдачі, в основі якої лежать пасивність, острах помилок та невдач та уникнення прийняття відповідальних рішень. Якщо керівник, для досягнення цілей, вдається до залякувань звільнити чи оштрафувати співробітника, то ці дії призведуть до нульової мотивації та прагнення ухилитись від роботи. Поняття мотивація трансформується в тотальний контроль зі сторони керівника, тому варто змінити цю ситуацію на мотивацію досягнення успіху.

Управління людськими ресурсами є одним з найважливіших напрямів діяльності будь-якої компанії та вважається основним критерієм її успіху. В сучасному світі управління реалізується на професійному та комплексному підході з використанням психологічного аналізу персоналу [3, с. 6]. Тому варто використовувати мотивацію як надійну основу управління та уникати негативного впливу на психологічний клімат в компанії. Кожен керівник повинен мати високі моральні та етичні якості та користуватись широким авторитетом і повагою серед колег.

Список використаних джерел:

1. Кравченко Е.А., Кикоть С.В. Психологічні аспекти управління персоналом. Черкаський навчально-науковий інститут Університету банківської справи, 2016. 3 с.

2. Рульєв В.А., Гуткевич С.О., Мостенська Т.Л. Управління персоналом: навч. посіб. ТДАТУ. – 2012. 321 с.

3. Бойда С.В. Соціально-психологічні аспекти управління персоналом підприємств у нестабільних зовнішніх умовах. ЧНУ ім. Ю.Федьковича – 2022. 6 с.

Микола Анциперов,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. - Леонід Мільман,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

КАДРОВА ПОЛІТИКА В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Функціонування будь-якого підприємства цілком і повністю залежить від трудової діяльності його працівників. На сьогоднішній день мотивація персоналу займає центральне місце в системі управління персоналом компанії, так як саме вона по суті виступає причиною поведінки співробітників. Від того наскільки мотивовані співробітники, залежить їх орієнтація на цілі компанії, бажання їх досягати, забезпечувати необхідний результат. А це, в свою чергу, є основою для ефективної роботи компанії в цілому. Однак, незважаючи на значимість системи мотивації на сучасному підприємстві, активну роботу над цим питанням як в області теоретичних досліджень, так і в області їх практичного застосування, до сих пір залишається проблема організації системи мотивації та управління нею на конкретному підприємстві.

Основною рушійною силою компанії є її кадрова політика, вона ж є інструментом не тільки в процесі управління людськими ресурсами, а й в розробці стратегії розвитку компанії на довгострокову перспективу. Працюючи на результат, кадрові департаменти займаються розробкою організаційних принципів роботи з персоналом, вдосконалюють кадрову політику, націлену на виявлення потенціалу співробітників, формують і раціонально використовують кадри.

Кадрова політика в Україні під впливом воєнного часу потребує гнучких та виважених управлінських рішень, а ситуація на ринку праці залежатиме від тривалості бойових дій, а також повернення українських мігрантів. У квітні 2022 р. трудова активність почала поступово відновлюватись, припинилося зниження кількості вакансій. Так, на 100-й день війни маже 50% великих підприємств-членів ЄБА відновили свою роботу; решта працює з певними обмеженнями або частково. Відбувається оптимізація діяльності бізнесу, значно частина працівників працює віддалено, частина працівників на своїх робочих місцях, частина у відпустках.

Червневі результати дослідження ділової активності бізнесу показують, що частка підприємств, які повідомили про зменшення виробництва, знизилася з 70,5% до 44,9%. Однак порівняно з довоєнним періодом, 8% підприємств припинили діяльність і лише 12% підприємств працювали на повну (або велику) завантаженість виробничих потужностей [1].

Станом на 1 червня 2022р., в середньому по Україні, на одне вільне робоче місце претендувало 12 безробітних (на 1 червня 2021р.- 5 осіб)16.

Останні дані Державної служби статистики України датуються кінцем 2021р., коли статус офіційного безробітного мали 10,3% працездатного населення у віці від 15 до 70 років (1,7 млн. осіб). Водночас, згідно з опитуванням групи Рейтинг, унаслідок бойових дій у середньому по країні залишилися без роботи 53% працездатного населення, а на сході України цей показник сягає 74%.

За даними Державної служби зайнятості, станом на кінець травня 2022р. зареєстровано менше безробітних, протягом січня-травня 2022р. в Державній службі

зайнятості кількість зареєстрованих безробітних становила майже 580 тис., що на 28% менше, ніж у відповідний період 2021р. [2]

Закон України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану» від 15.03.2022 2136-IX визначає особливості трудових відносин працівників усіх підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, виду діяльності і галузевої належності, а також осіб, які працюють за трудовим договором з фізичними особами [2]. На період дії правового режиму воєнного стану даний Закон обмежує деякі конституційні права і свободи громадян. Протягом воєнного стану роботодавець має право відмовити працівнику у наданні будь-якого виду відпустки (крім відпустки у зв'язку вагітністю та пологами та відпустки для догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку), якщо такий працівник залучений до виконання робіт на об'єктах критичної інфраструктури. Крім того, роботодавець має право протягом періоду дії воєнного стану на прохання працівника надавати йому відпустку без збереження заробітної плати без обмеження строку, встановленого частиною першою статті 26 Закону України «Про відпустки» [3].

На потребу ринку в умовах війни відреагували кадрові портали, так оцінка баз даних відкритих вакансій та резюме, показував критичне зниження кількості резюме в перші тижні війни. Найбільше падіння відбулося у Київській області та в Києві, у Дніпропетровській області, Сумській, Запорізькій та Харківській областях. Причина полягала в пріоритетності для людей власної безпеки та безпеки своїх сімей. Цей період характеризувався активним пошуком роботи як для тих, хто залишився на місцях та лишився роботи, так і для тих хто переїхав у інші регіони країни. При цьому пошук відбувається часто не за спеціальністю, а відповідно до пропозицій роботи на місцях.

Попит на робочу силу різко зменшився через неможливість працювати у зонах бойових дій, зниження попиту на товари та послуги, проблеми з логістикою та невизначеність майбутнього. У січні-квітні 2022р. було заявлено лише 173 350 вакансій, тоді як кількість претендентів на них — близько півмільйона офіційних безробітних. На квітень ситуація ще більше погіршилася - 25 326 вакансій та 283 356 безробітних, тобто конкурс майже по 12 осіб на одну вакансію [1]. Відтак, суттєвим став дисбаланс між попитом та пропозицією робочої сили. Зменшення кількості вакансій складає понад 70% довоєнного рівня. За даними сайту з пошуку роботи Robota. ua середня кількість актуальних вакансій до 24 лютого 2022р. становила близько 100 000/день, а кількість нових резюме, створених користувачами - 25 000-30 000/день. У перші ж декілька тижнів війни роботу більшості підприємств та організацій було призупинено а ринок праці майже торкнувся «дна». Так, за підрахунками сайту, порівняно з довоєнним часом кількість вакансій на другий тиждень війни впала на 55%-85% залежно від міста [2].

На іншому пошуковому сайті Work.ua до війни активних вакансій щоденно було 90 000, а у перші кілька тижнів війни їх кількість не перевищувала 6 000. З кожним тижнем від середини березня 2022р. ситуація почала потроху покращуватися - зростання кількості вакансій щотижня було на рівні 10% і станом на 24 червня 2022р. кількість актуальних вакансій досягла 30 000 тис [4].

Особливістю ринку праці сьогодні є вакансії волонтерів, переважно кухарів, прибиральників, операторів координаційних центрів та спеціалістів по роботі з персоналом. Велика пропозиція участі у волонтерських рухах громадських або міжнародних організацій існує в Київській, Харківській, Чернігівській, Сумській, Запорізькій, Львівській та Дніпропетровській областях.

Говорячи про географію вакансій за даними сайтів з пошуку роботи, понад третина всіх вакансій припадає на київських роботодавців, але й конкуренція на одне робоче місце в столиці залишається найвищою по Україні. На одне робоче місце в столиці претендує 10 осіб, тоді як торік у цей час було лише дві особи. Водночас, вимушене внутрішнє переміщення людей призвело до демографічної концентрації трудових ресурсів на територіях західних та центральних областей України.

Через внутрішню міграцію та передислокацію українського бізнесу, найбільша активність пошукачів спостерігається в Закарпатській, Чернівецькій, Львівській, Хмельницькій та Вінницькій областях. Найменша активність – в областях, на територіях яких відбуваються бойові дії.

Дослідження показало, що станом на червень 2022р. сферами, які найбільше потребують працівників загалом по Україні, є роздрібна торгівля, сільське господарство, перевезення та логістика, нафтогазовий сектор, сектор металургії, фармацевтика, харчова промисловість, будівництво, державне управління.

Список використаних джерел:

1. Аналітична та статистична інформація. Державна служба зайнятості України URL: https://www.dcz.gov.ua/analitics/67

2. «Ринок виживання». Через війну кожен другий українець втратив роботу. Що буде далі? Ліга.Бізнес, 30 березня 2022р., URL: https://biz.liga.net/ekonomika/all/article/rynok-vyjivaniya-iz-za-voyny-kajdyy-vtoroy-ukrainets-poteryal-rabotuchto-budet-dalshe.

3. Про відпустки: Закон України від 15 листопада 1996 р. № 504/96-ВР, із змінами і доповненнями. https://jurliga.ligazakon.net/ru/news/210289_oplata-prats-v-umovakh-vonnogo-stanu-shcho-peredbacheno-v-zakonodavstv

4. Ринок праці в умовах війни: основні тенденції та напрями стабілізації URL: https://razumkov.org.ua/images/2022/07/18/2022-ANALIT-ZAPIS-PISHULINA-2.pdf

Антон Гатрич,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Наталя Шупрудько,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Інноваційна діяльність підприємства виступає одним із найвагоміших чинників, що дає змогу підприємству займати стійкі ринкові позиції і отримувати перевагу над конкурентами у галузі, яка виступає сферою його інтересів. Інновації є важливою частиною господарської діяльності підприємства, яка спрямована на оновлення і покращення його діяльності та організаційно-економічних відносин. Проблема інноваційного менеджменту та його значення для комерційної діяльності є загальнонауковою, оскільки це предмет досліджень багатьох наук: менеджменту, економіки, соціології, психології. Зазначимо, що теоретично існує підготовка до інновацій в управлінні, однак прийняття певної низки заходів не гарантує вирішення всіх питань. При цьому проблема залишається складною і суперечливою.

Діяльність підприємства передбачає велику сферу організаційної роботи, яка спрямована на задоволення попиту населення та одержання прибутку. Управління діяльністю підприємства направлене на підвищення ефективності його функціонування та досягнення кінцевих запланованих цілей підприємства, підвищення його ринкової вартості [1].

Інноваційний процес є спрямованим на втілення наукових досліджень і розробок у практичну діяльність. Він забезпечує вдосконалення структури підприємства відповідно до визначених цілей, ефективність системи управління, злагодженість і чіткість взаємозв'язків підсистем. Розвиваючи інноваційний механізм управління, запроваджуючи інноваційні перетворення, підприємство має враховувати закономірності та закони розвитку навколишнього середовища, виробити систему методів і принципів розробки та реалізації управлінських рішень у сфері інноваційної діяльності [2]. Завдання, які покликані виконувати систему менеджменту організацій

при використанні інноваційного підходу до розвитку і функціонування підприємства, а саме забезпечити платоспроможність та фінансову стабільність суб'єктів підприємництва у процесі впровадження інноваційних програм; максимізувати прибутки від введення нововведень; забезпечити високий темп економічного розвитку підприємства через провадження ефективної інвестиційної діяльності.

Діяльність підприємства проводиться на основі визначеної стратегії, за допомогою впровадження нововведень, які визначають рівень його ефективності, організованості та конкурентоздатності. Кожен керівник має пам'ятати про те, що процес управління інноваційною діяльністю повинен носити комплексний характер, потребує від керівника створення певних відповідних умов, дотримання здійснення впровадження інновацій за визначеними етапами. Необхідною умовою вдосконалення інноваційної діяльності має стати визначення можливостей підвищення її результативності за рахунок настання ефекту від впровадження інновацій [3, с. 57]. Для ефективного розвитку інноваційної діяльності підприємства потрібно, щоб керівництво та персонал володіли необхідною системою знань, що передбачають наявність у них наявність професійних, базових знань, що засновані на універсальних законах розвитку, та управлінських знань, що дають можливість керувати інноваційною діяльністю для розвитку підприємства, що у кінцевому результаті несе позитивний вплив на інноваційний розвиток, як самого підприємства, так і всього суспільства .

Отже, інноваційний менеджмент націлений на забезпечення ефективного функціонування інноваційного процесу в рамках підприємства з метою створення можливості підвищення його конкурентоспроможності на ринку в довгостроковій перспективі. Інноваційне управління створює умови як виживання, так і зростання підприємства, підвищення його ринкової вартості, нарощення капіталу та розширення діяльності.

Список використаних джерел:

1. Артеменко Л. П. Формування конкурентоспроможності інноваційно-активних підприємств. Економіка і організація управління. 2020. № 1 (17) – 2 (18). С. 19-26.

2. Chychun Valentyna, Petrunenko Iaroslav, Shuprudko Nataliia, Kalynichenko Yuliia, Ali Issa Manal Ibrahim. Trends in the management of global economic development in the post-pandemic period. Faculty of Business Economics and Entrepreneurship International Review. 2021. №1-2. PP. 76-86.

3. Шевченко Л. С. Стратегічний інноваційний менеджмент: навч.посіб. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2019. – 155 с.

Дмитро Глиняний,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Юрій Королюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УПРАВЛІНСЬКЕ КОНСУЛЬТУВАННЯ, ЯК ВИД КОНСУЛЬТАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Керівництву будь-якого підприємства доводиться рахуватися з мінливими умовами ведення бізнесу. Як лідерам ділового світу, так і невеликим підприємствам потрібно мати чітке розуміння масштабів і суті змін, що відбуваються, а також знання нових концептуальних підходів, необхідних для успішного ведення справ.

Для використання консультування на підприємстві існує одна значима причина, очікуваний позитивний економічний ефект. Він може бути негайним, або відкладеним, отриманий за рахунок додаткових вступів, або за рахунок економії. Як економічний ефект, може розглядатися вчення персоналу або зменшення ризику в ухваленні рішень.

Великі консультаційні проекти, такі як розробка стратегій, оптимізація організаційної структури управління, націлені на довгострокову перспективу [1]. В цьому випадку складність оцінки діяльності консультантів полягає в тому, що результати можуть бути видні не відразу, особливо це має місце при реорганізації структур підприємства.

На нашу думку, управлінське консультування слід розглядати як послугу, яка надається консультантом з метою допомогти підприємству в питаннях діагностики, аналізі та практичному рішенні проблемних ситуацій. Також, консультування може використовуватися для спеціальних разових заходів, що вимагають високої кваліфікації і спеціального досвіду. Такими заходами можуть бути: пошук ринкових можливостей, розробка стратегій, реструктуризація підприємств, експертиза бізнесу-проектів.

Заходи такого роду носять разовий характер, і в той же час можуть бути надзвичайно об'ємні. Підприємство просто не має персоналу необхідної кваліфікації, оскільки в «нормальному» режимі функціонування він не потрібний. Консультування надає необхідний персонал і максимально ефективну роботу. Економічний ефект в різних випадках досягається по-різному, а саме знаходження ринкових можливостей і розробка стратегій дають довгострокову перевагу у вигляді економії засобів на непродуктивних витратах, конкурентна перевага, перевага в часі [2, 3].

Ефективність реструктуризації може виразитися в збільшенні збуту або скороченні витрат, у вивільненні потужностей підприємства. Коректування бізнес-проекту за результатами експертизи запобіжить непродуктивним витратам. Також, консультування застосовується при вирішенні складних і значимих проблем, коли необхідно мати об'єктивну альтернативну точку зору.

Слід зазначити, що основним завданням управлінського консультування є надання допомоги клієнтам у вирішенні їх управлінських та ділових проблем, оптимізації їх бізнесу, підвищенні ефективності функціонування підприємства. Перелік консалтингових продуктів формується під впливом потреб клієнтів. Отже, розглядаючи управлінське консультування як індустрію, рівень розвитку якої перебуває під впливом загальноекономічного та політичного становища країни, її інтеграції у світову співдружність.

Список використаних джерел:

1. Кравченко С., Корнєва О. Формування ефективності інтелектуального капіталу підприємства / ред. кол. Амоша О. І. Джвігол Х. Мішкєвіч Р. Інноваційне промислове підприємство у формуванні сталого розвитку: монографія // НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2018. С. 276-296

2. Бутиліна О. В.Б Управлінське консультування: навч.-метод. посіб. / О. В. Бутиліна –Х.: Видавництво «Форт», 2014. – 165 с.

3. Семеняк І. В. Основи управлінського консультування: навч. посібник /І. В. Семеняк, Д. В. Мангушев. – Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2012. – 128 с.

Христина Голодин,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Ірина Лошенюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СУТНІСТЬ І ХАРАКТЕРНІ РИСИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Усі господарські процеси на підприємстві, в його підрозділах та в об'єднаннях підприємств спрямовуються їх керівництвом. В основу управління цими процесами покладаються управлінські рішення. Головною особливістю управлінських рішень є те, що їх приймають для забезпечення безперебійного функціонування об'єкта управління.

Тому призначення, принципи та методи підготовки й прийняття управлінських рішень, вимоги до них, їхній зміст принципово відрізняються від рішень іншого характеру.

Теорією управлінських рішень сформульовано основні поняття щодо характеристики таких рішень, обґрунтовано теоретичні положення, методологію й організацію підготовки та прийняття рішень. Управлінські рішення не можна розглядати як довільну дію. Передумовою підготовки та прийняття управлінського рішення завжди є наявність проблеми, тобто встановлення невідповідності між фактичним і бажаним станом діяльності виробничого, комерційного чи іншого об'єкта, невідповідності, яка перешкоджає ефективному функціонуванню, а також розвитку об'єкта[3; 4]. Потреба в прийнятті рішення постає тоді, коли є кілька можливих варіантів, з яких треба вибрати найприйнятніший. Вибір відповідного варіанта рішення здійснюється з урахуванням системи критеріїв та з дотриманням заздалегідь установленого порядку на базі науково обґрунтованих принципів.

Для підготовки та прийняття ефективного управлінського рішення необхідно своєчасно одержати вичерпну інформацію про внутрішні й зовнішні умови діяльності об'єкта управління. Оскільки комплекс цих умов практично ніколи не буває однаковим, зміст конкретних рішень навіть за управління тим самим об'єктом, як правило, буває різним. Проте загальні принципи та вимоги до рішень можуть і мусять бути незмінними протягом певного часу (як правило, до зміни конкретних економічних умов).

Важлива роль належить якості рішення, яка виражається через його економічність та своєчасність. Економічність рішення характеризується ефективністю використання залучених в обіг трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів виробництва, а своєчасність є співвідношенням між часом виникнення проблеми та часом прийняття рішення. Якість управлінського рішення визначає кінцеві результати управління. За значущістю та часовими параметрами управлінські рішення поділяються на поточні, які приймають для вирішення проблем, що виникають безпосередньо в процесі виробництва, і стратегічні, котрі мають на меті вирішення перспективних проблем. Управлінське рішення – це творчий процес мислення суб'єкта управління, в результаті якого визначається, які заходи треба здійснити в даній фактичній виробничій ситуації або в ситуації, що передбачається, для розв'язання певної проблеми й одержання бажаного результату [1; 2; 5].

Отже, однозначного поняття управлінського рішення ще не сформульовано. Підготовка та прийняття управлінського рішення є не тільки органічною частиною процесу управління, а й головним етапом циклу управління. Тому, якщо сутність управління розглядати як цілеспрямований вплив суб'єкта управління на об'єкт, яким управляють, то під сутністю управлінського рішення слід розуміти обґрунтування й формування змісту цього впливу. Управлінське рішення – це, власне, відповіді на запитання, в які строки, з витратою яких сил і коштів, в якому порядку, за якого розподілу обов'язків, прав і відповідальності, за якої організації контролю, з якими результатами має здійснюватися управлінський вплив. Характеристика сутності управлінського рішення дає можливість повніше уявити собі його роль і місце в процесі управління не тільки в масштабі окремого виробничого об'єкта, а й на вищих рівнях – на рівні регіону, галузі та економіки країни в цілому. Значення науково обґрунтованих управлінських рішень як засобу, що забезпечує ефективне функціонування й розвиток виробничих об'єктів, досягнення поточних і перспективних цілей на всіх рівнях управління, важко переоцінити.

Список використаних джерел:

1. Вдовічен А. А., Чичун В. А. Менеджмент : навчальний посібник у схемах, питаннях та відповідях. Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2018. 263 с.

2. Лугова В. М., Голубєв С. М.Основи самоменеджменту та лідерства : навч.посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 212 с.

3. Управління командами: навчальний посібник. / О.В. Хитра - Хмельницький: ХНУ, 2017. - 495 с.

4. Федоренко В. Г. Менеджмент: підручник. 3-тє вид., перероб. і доповн. К. : Алерта, 2015. 492 с.

5. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник. Київ. : Академвидав, 2015. 608 с. 24. Хомяков В.І. Менеджмент підприємства. – 2-ге вид., Х76 перероб. і доп. Київ : Кондор, 2018. 434 с.

Олег Гоменюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Ірина Лошенюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В РОБОТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний інформаційний сервіс ставить на перше місце користувача як центральну фігуру, навколо якої концентрується вся діяльність. Питання аналізу різних груп споживачів та розгляд проблем, які стоять перед ними у поєднанні з дослідженням ресурсних можливостей є першими кроками у розробці системи інформаційного сервісу. Вивчення комунікацій є етапом, що передує всій подальшій діяльності установи щодо інформаційного забезпечення. Він визначає стратегію пошуку та логічного опрацювання інформації, можливості якісного задоволення користувачів.

Відомо, що роль інформації в управлінському процесі надзвичайно велика. Циркуляція інформації в суспільстві це головний показник, завдяки якому можна судити про необхідність і потенційність цілісності її існування. Потік інформації, з яким кожен день зустрічається індивід, представляє собою дуже складне, багаточисленне та полісемантичне утворення. Вивчення його структури призводить до аналізу взаємодії людей в процесі виробництва, передачі та використання інформації. Інформація є пов'язуючою основою процесу управління, оскільки містить необхідні для оцінки ситуацій та прийняття управлінських рішень відомості, завдяки яким керівник отримає змогу діяти свідомо та аргументовано [2, с. 128]. Процес управління потребує постійного засвоєння та оброблення інформації, необхідного для підтримання стабільності та розвитку виробничо-господарської організації. Інформація у роботі менеджера є засобом обґрунтування рішення. Вона необхідна йому для успішного виконання виробничих і соціальних завдань організації у конкурентному середовищі.

Інформація використовується менеджером як засіб організації виробництва і торгівлі, маркетингової діяльності у конкурентному середовищі. Ця властивість інформації проявляється у процесах обґрунтування управлінських рішень. Відбираючи відомості для обґрунтування рішень, менеджер повинен дотримуватися деяких принципів. Відбір необхідної інформації є важливою та складною процедурою, тому що недостатність інформації, як і її надлишковість знижує результативність праці в системі управління [1, с. 97]. Менеджер повинен правильно організувати доведення потоків інформації до кожного структурного підрозділу та виконавців. Інформація, яка не відповідає функціям, які виконуються працівником, не дає ніякої користі. При цьому у працівника забирається частина його робочого часу, який можна було б використати для виконання необхідних робіт. Окрім відомостей, які потрібні безпосередньо для рішення поточних і стратегічних завдань, менеджеру для розширення професійного кругозору необхідна інформація і конкуруючих організацій [3, с. 129]. При цьому треба враховувати, що повністю задовольнити потреби в

інформації неможливо, та і не треба, тому що в якийсь момент витрати на одержання додаткових даних стають більше від того ефекту, який вони можуть дати при обґрунтуванні рішення.

Отже, інформаційне забезпечення відіграє важливу роль в роботі організації, більше того, воно забезпечує конкурентну здатність організації. Інформація використовується менеджером, як засіб організації виробництва, маркетингової діяльності у конкурентному середовищі. Для того, що ефективно управляти організацією, необхідно постійно одержувати нову інформацію як керівнику так і його підлеглим. Оволодіння змістом, та порядком організації систем інформаційного забезпечення менеджменту сприяє ефективності процесів управління, дає змогу вдосконалити технологію розроблення управлінських рішень, раціонально витрачати кошти на підтримання функціонування організацій загалом.

Список використаних джерел:

1. Козирєва О. В., Глєбова Н. В., Ковальова В. І. Навчальний посібник з дисципліни «Офісний менеджмент» : для здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Менеджмент». – Х.: Видавництво Іванченка, 2021. – 274 с.

2. Назарчук Т. В. Менеджмент організацій : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. – 559 с.

3. Нестеренко О.В. Інтелектуальні системи підтримки прийняття рішень: навч. посібн. Київ: Національна академія управління. 2016. 188 с.

Іван Гончарюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Любов Гут,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ЯК ЕЛЕМЕНТУ СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Проблеми нестачі фінансових ресурсів, нестабільності фінансових джерел, а також збільшення витрат постають перед вітчизняними підприємствами особливо гостро, а застосування традиційних методів вирішення цих проблем не забезпечує належного рівня ефективності та призводить до згортання діяльності, або ж до банкрутства. Від цього страждає економіка в цілому, через те, що з одного боку держава втрачає реальних та потенційних платників податків, а з іншого – програє у конкурентній боротьбі на міждержавному рівні.

Діяльність підприємств в сучасних умовах передбачає відшкодування усіх витрат, понесених у зв'язку із прийняттям неефективних рішень за рахунок доходів власників, що зумовлює підвищення відповідальності за економічні та фінансові результати роботи. У таких умовах діагностика фінансового стану, покликана сформувати інформаційну систему підтримки прийняття управлінських рішень, яка базується на комплексному та систематичному дослідженні усіх сторін діяльності підприємства.

Ефективність механізму функціонування діагностики фінансового стану підприємства як системи взаємопов'язаних елементів, застосування яких сприяє досягненню цілей управління, залежить також від складу та зв'язків між елементами цієї системи; цілі, функції і механізм функціонування діагностики фінансового стану підприємства. При розробці концептуальної моделі фінансової діагностики слід звернути увагу на базис її реалізації, що, на нашу думку, є системою елементів потенціалу (інформаційна, фінансова, трудова, інфраструктурна, інноваційна, техніко-

технологічна, організаційна, маркетингова). Ця модель інтегрує процеси взаємодії її функціональних елементів, надає можливість визначати критерії підвищення ефективності управління розвитком господарюючих суб'єктів.

На рівень потенціалу діагностики фінансового стану підприємства як систему багатофакторних складових найбільший влив мають фактори впливу зовнішнього середовища (політичні, загальноекономічні, науково-технічні, психографічні) та фактори внутрішнього середовища підприємства (маркетингова стратегія, конкурентна позиція, товарна політика, цінова політика, комунікаційна політика) та учасники (або користувачі) системи діагностики.[3] Стрімкі зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі підприємства стимулюють появу нових методів, систем та підходів до управління і зумовлюють появу нових зв'язків між елементами підсистем підприємства.

Для розуміння впливу сил, що виникають внаслідок внутрішньої структури управління підприємством та зв'язків між її елементами, доцільно провести групування цих факторів [1].

Сукупність факторів впливу на діяльність підприємства, учасників системи діагностики та складових базису її реалізації становлять ядро діагностики фінансового стану підприємства. яке характеризує ефективність діяльності підприємства на сучасному етапі розвитку, описати напрями та інтенсивність дії сил, що можуть змінити ситуацію, встановити залежності та зв'язки між елементами в системі діагностики, визначаючи можливості та загрози подальшого розвитку підприємства.

Механізм функціонування діагностики фінансового стану варто розглядати як найбільш активну частину системи діагностики, що забезпечує вплив на фактори, від стану яких залежить результат дослідження об'єкта. Він покликаний спрямувати дослідження у правильному руслі через дотримання ряду принципів, виконання функцій та досягнення визначених цілей. У ході здійснення діагностики фінансового стану підприємства пропонуємо дотримуватися наступних принципів: автентичності, точності, визначеності, формалізації, відповідності, об'єктивності, інформативності, своєчасності, комплексності. Дотримання системи перелічених принципів сприяє виконанню у повному обсязі функцій, що покладені на діагностику фінансового стану підприємства.

У контексті розгляду діагностики як елемента системи антикризового управління підприємством під функцією діагностики фінансового стану пропонуємо розуміти вид спеціалізованої управлінської діяльності, об'єктивно необхідної для забезпечення цілеспрямованого впливу на об'єкт дослідження з урахуванням реальних ситуацій задля одержання певного конкретного результату.

Формулювання цілей, визначення функцій та характеристика принципів фінансової діагностики підприємства, що забезпечують механізм її реалізації на окремо взятому підприємстві, спрямовані на досягнення ефективної системи фінансового менеджменту підприємств, яка охоплює систему принципів, методів, форм і прийомів регулювання ринкового механізму в області фінансів, загальна мета яких полягає в підвищенні конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта [2, с. 102].

Таким чином, функціональні елементи реалізації механізму діагностики фінансового стану є тими напрямами втілення її результатів, за якими слід здійснювати роботу з метою підвищення ефективності діяльності підприємства загалом та системи фінансового менеджменту, зокрема.

Список використаних джерел:

1. Концепція створення системи рейтингової оцінки регіонів, галузей національної економіки, суб'єктів господарювання: Розпорядження Кабінету міністрів України 01.04.2004 р. №208-р: станом на 06 квіт. 2012р.URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/208-2004-р.

2. Кизим М. О., Забродський В. А., Зінченко В. А., Копчак Ю. С. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства: монографія. Харків: Інжек, 2003. 144 с.

3. Савчук Я.О. Моделювання фінансової діагностики підприємства Інфраструктура

ринку. 2017. Вип. 3. С.83-88.

Іван Горащук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Любов Гут,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАТКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Економічна стратегія діяльності підприємств в умовах нестабільного податкового середовища будується з урахуванням комплексного дослідження системи податкового менеджменту та взаємозв'язок податків із показниками фінансово-господарської діяльності. Корпоративний податковий менеджмент охоплює рівень управління податковими потоками на підприємствах і спрямований на мінімізацію податків, які сплачуються конкретним підприємством на підставі ухвалення управлінських рішень. Кінцевою метою корпоративного податкового менеджменту є збільшення доходів (грошових потоків) підприємства за рахунок мінімізації і оптимізації податків [1, с.29]. Показник фактичних витрат, які пов'язані зі сплатою податків, повинен обов'язково враховувати імовірнісні характеристики, тобто коригується з врахуванням факторів невизначеності та ризику. Регулюючі впливи, спрямовані на оптимізацію цільового критерію, повинні враховувати фактори зовнішнього та внутрішнього середовища для підприємства. Тому прийняття управлінських рішень, а також формування ефективної системи податкового менеджменту мають ґрунтуватися на аналізі зазначених показників у поточному та перспективному періодах. Основними ендогенними характеристиками є показники фінансово-господарської діяльності підприємства. Екзогенна дія зазвичай представлена на підприємствах показниками податкового ризику, аналіз якого повинен доповнюватись обмеженнями валютного, кредитного, інфляційного, інвестиційного ризиків.

У процесі синтезу керуючої системи вирішальним є виділення основних регулюючих важелів, сприятливих досягненню сформульованої мети. У даний час податковий менеджмент на підприємствах реалізується в двох напрямах: організаційно-правове регулювання та фінансово-податкове керування.

Організаційно-правове регулювання носить стратегічний характер, характеризується факторами, які пов'язані з визначенням форми власності та управлінської структури підприємства; розміщенням бізнесу у податкових гаванях та ВЕЗ; укладанням договорів з підприємствами, які забезпечують зниження податкових зобов'язань; конкретною формою розрахунків із постачальниками та покупцями; обраною обліковою політикою тощо.

Елементи механізмів окремих податків та заходи щодо оперативного управління податковими потоками служать важелями регулювання податкової бази або безпосередньо фінансово-податкового управління. До основних напрямів управління податковою базою підприємства слід віднести:

1. механізми податків, об'єктом оподаткування яких є дохід від реалізації (ПДВ, акцизні збори, митні платежі) меншою мірою, ніж інші податки, впливає на фінансовий результат діяльності підприємства. Однак в умовах України вони виступають значним гальмом у просуванні окремих видів сировини та товарної продукції по виробничому та логістичному ланцюгу, ускладнюють реалізацію готової продукції та призводять до суттєвого вимивання поточних обігових коштів.

2. Податки, об'єктом оподаткування яких є прибуток підприємства (податок на

прибуток, податок на дивіденди, і т. д.) безпосередньо впливають на фінансовий результат діяльності підприємства, і повинні бути основним об'єктом регулювання в система податкового менеджменту підприємства.

3. Податки, об'єктом оподаткування яких є фонд оплати праці підприємства (єдиний соціальний внесок), має соціальну спрямованість.

4. Регулюючі механізми інших податків базуються на об'єднанні всіх інших податків, що пояснюється такими обставинами: низькою часткою платежів обсягами одержуваного прибутку, високими витратами адміністрування зазначених відрахувань, впливом на фінансово-господарську діяльність підприємства.

Важливим аспектом податкового менеджменту є податкове планування, яке в сучасних умовах високих податкових ставок відіграє велику роль: з однієї сторони неправильне або недостатнє врахування податкового фактора може привести, з одного боку, до дуже несприятливих наслідків (іноді навіть викликати банкрутство підприємства), з іншої – правильне використання передбачених податковим законодавством пільг і альтернатив може забезпечити не тільки збереженість отриманих фінансових накопичень, але і можливість фінансування розширення діяльності і нових інвестицій за рахунок економії на податках [2, с.230-231].

Система податкового менеджменту підприємства таїть у собі суттєвий потенціал, і ефективніше використання розглянутих механізмів на мікрорівні може призвести до значної фінансово-економічної віддачі. Короткий порівняльний аналіз національної системи оподаткування зі світовими аналогами показав, що нині в Україні назріла гостра необхідність реформування підсистем прямого та непрямого оподаткування (податку на доходи фізичних осіб і податку на додану вартість). На наш погляд, зміни податкового законодавства, що проводяться в останні роки, не відповідають у повній мірі заявленим масштабам лібералізації системи оподаткування, тому очікувати на суттєву економічну віддачу від дії ефекту Лаффера в сучасних умовах невизначеності не слід.

На нашу думку, для підвищення ефективності системи податкового менеджменту на підприємстві доцільно:

- побудувати єдину систему класифікації управлінської інформації по нарахуванню і сплаті податкових платежів;

- уніфікувати взаємозв'язки механізмів основних податків у системі фінансового менеджменту та розробити комплексну методику проведення податкового аналізу на підприємстві;

- проводити економіко-математичний аналіз окремих податкових процесів з метою оцінки взаємозв'язку податкових та матеріальних потоків, прогнозування сум обов'язкових платежів;

- оцінити можливість коротко- та середньострокового прогнозування параметрів нормативно-правового поля у сфері оподаткування з обгрунтуванням методики оцінки та прогнозування параметрів податкового ризику.

Запропоновані заходи дозволять підприємствам підвищувати ефективність системи оподаткування.

Список використаних джерел:

1. Бечко П. К., Лиса Н. В. Податковий менеджмент: навч. посіб. [для студ.вищ. навч. закл.] Київ: Центр учбової літера тури, 2009. 288 с.

2. Мороз Е. Г. Податковий менеджмент : навч. посібник. [Електронне видання]. Рівне: НУВГП, 2020. 412с. ERL: https://ep3.nuwm.edu.ua/18860/1/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87._%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%9C%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B7%20%D0%95.%D0%93.10.10..pdf

Іван Гривул,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Галина Полянко,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ФОРМУВАННЯ СКЛАДОВИХ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Визначальними рисами сучасного світу є високий ступінь невизначеності, підвищена динамічність, глобалізація, жорстка конкуренція, які обумовлюють необхідність ретельного обґрунтування стратегії розвитку підприємства та створення умов для її ефективної реалізації.

Комплекс складних та важливих завдань, таких як: аналіз зовнішнього середовища та потенціалу підприємства, визначення його місії та системи цілей, формування стратегічного плану, організація та контроль його виконання є елементами стратегічного управління підприємством. Ефективне вирішення цих завдань передбачає освоєння теоретико-методологічних основ стратегічного управління підприємством та оволодіння специфічним методичним інструментарієм довгострокового прогнозування, планування і аналізу в умовах невизначеності та ризику.

Аналіз самої суті поняття стратегічного управління підприємства можна охарактеризувати як систему управління підприємством, що базується на певному поєднанні теорії та практики; системному, ситуаційному та цільовому підходах до діяльності підприємства; орієнтує на вивчення умов, в яких функціонує підприємство [1,2].

Беручи до уваги, що в сучасних умовах ідеологія стратегічного управління базується також і на припущенні того факту, що неможливо створити достатньо точний прогноз розвитку тенденцій у довгостроковій перспективі, можемо констатувати, що, власне, розроблена відповідна стратегія управління дозволяє підприємству створювати адекватні зовнішним умовам системи управління, які відрізнятимуться одна від одної залежно від характеру зовнішнього середовища конкретного підприємства [2]. Саме тому вчасний та детальний аналіз та застосування інформації дає змогу визначити в стратегії зміст та послідовність дій щодо змін на підприємстві, таким чином даючи можливість звести до мінімуму можливі ризики, пов’язані із нинішньою нестабільністю зовнішніх умов, в яких працює підприємство.

При виборі певного стратегічного інструментарію розвитку необхідно враховувати такі особливості підприємств як об'єктів стратегічного управління як необхідність маневрувати між економічною доцільністю та соціальною місією.

Ефективна реалізація управлінської стратегії на підприємстві можлива лише за умови стратегічно орієнтованого підприємства [2]. Це надає ряд характеристик, що створюють суму певних переваг перед конкурентами, зокрема:

- ✓зменшення до мінімуму впливу можливих негативних змін;
- ✓можливість враховувати об’єктивні (зовнішні і внутрішні) фактори, що формують зміни, та зосередитись на вивченні цих факторів;
- ✓спрощення роботи по забезпеченню довго – та короткострокової ефективності та прибутковості;
- ✓можливість зробити підприємство більш керованим, оскільки за наявності системи стратегічних планів є змога порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями, конкретизованими у вигляді планових завдань. Наразі ми можемо побачити, як вітчизняні підприємства навчилися реалізовувати досвід, здобутий під час пандемії та відбуваються процеси планування не лише у короткотерміновій, а й у довготерміновій

перспективі. Цей фактор дозволяє здійснювати більш ефективне керівництво підприємствами та сприяє забезпеченню прибутковості.

✓можливість встановлення системи стимулювання для розвитку гнучкості та пристосованості підприємства до змін;

✓забезпечення динамічності змін через прискорення практичних дій щодо реалізації стратегічних планів на основі відповідної системи регулювання, контролю та аналізу;

✓розвиток потенціалу та системи зовнішніх зв'язків, що є сприйнятливими до змін і дають можливість досягти майбутніх цілей, особливо щодо налагодження партнерства з метою реалізації комерційних і соціальних проєктів, які набули нового значення в умовах воєнного стану;

✓чітко формується загальне бачення підприємства, довгострокові та середньострокові цілі, що дисциплінує всю його діяльність;

✓з'являється змога передбачити можливі ризики діяльності підприємства.

Для успішної реалізації та формування системи стратегічного управління підприємством надзвичайно важливим є також фактор мотивації персоналу підприємства в напрямку досягнення цілей. Керівництво повинно мотивувати персонал до роботи і заохочувати за досягнуті результати. Тут хотіли б наголосити на необхідності різновекторної за своїми характеристиками та підходами мотивації, звертаючи увагу на особливості кадрового складу.

Формування ефективної системи стратегічного управління підприємством також допускає вирішення проблем і завдань на основі застосування сучасних підходів, методів і моделей стратегічного управління. Серед різноманіття методологічних підходів стратегічного управління можемо порекомендувати реінжиніринг бізнес-процесів, АВС-метод, методологію загального управління якістю та методи управління знаннями [3].

Водночас, хотіли б детальніше зупинитися на реінжинірингу бізнес-процесів, оскільки за своєю суттю цей метод полягає у реконструюванні або створенні нових бізнес-процесів з метою підвищення ефективності діяльності підприємства [4, с. 345]. Відмітною ознакою цього підходу порівняно з іншими методами, особливо в нинішніх умовах діяльності підприємств є спрямованість на кардинальну зміну бізнес-процесів, а не на поступове їх поліпшення. Застосування методу реінжинірингу бізнес-процесів в побудові сучасної системи стратегічного управління може мати ряд позитивних наслідків [1,4]:

✓зменшується кількість рівнів управління, тобто відбувається «спрощення» структури управління і, як наслідок, розширення діапазону контролю (числа співробітників, безпосередньо підлеглих менеджерові);

✓багатоплановість роботи окремого співробітника приводить до збагачення його роботи, що служить додатковим мотиваційним фактором;

✓співробітникам делегуються додаткові повноваження, що дозволяє їм ухвалювати самостійно багато рішень, без узгодження з вищим керівником;

✓ефективність роботи співробітника оцінюється за досягнутими результатами, а не за його участю в діяльності;

✓змінюються критерії підвищення на посаді: від ефективності виконання роботи до можливості виконувати роботу й ін.

Стратегічне управління в нинішніх умовах дає можливість спланувати та вибудувати таку систему управління, яка буде максимально стійкою до викликів часу та ризиків, які постають перед усіма підприємствами та організаціями. Адже стратегія – це систематичний план потенційної поведінки підприємства в умовах певної невизначеності майбутнього розвитку середовища та підприємництва, що включає формування місії та цілей підприємства, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і

можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості.

Але виходячи із сучасних реалій підприємництва в Україні, соціально-економічної ситуації та діючого воєнного стану, стратегію кожне підприємство має розробляти виходячи із власних особливостей, оскільки розробка системи стратегічного управління – це складний багатоетапний процес, що передбачає використання різносторонньої інформації стосовно діяльності підприємства, зовнішніх і внутрішніх факторів конкретного підприємства та загальних тенденцій розвитку ринку в регіоні.

Список використаних джерел:

1. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання. К.: КНЕУ, 2000. 360 с.

2. Отенко І. П. Стратегічні пріоритети підприємства: монографія. Харків: ХНЕУ, 2008. – 108 с.

3. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія. КНЕУ, 2001. 227 с.

4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник 2006. Київ. нац. екон. ун-т. К., 2006. 699 с.

Сергій Гунда,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Любов Гут,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

МОНІТОРИНГУ КРИЗОВИХ ЯВИЩ ЯК ЕЛЕМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах велика кількість підприємств постійно зіштовхується із впливом різного характеру кризових явищ. Існує безліч випадків виникнення кризового стану суб'єктів господарювання, що призводять до різкого зниження випуску продукції, неплатоспроможності і навіть до їх фінансового банкрутства, свідчить про те, що не створено надійної системи моніторингу стану підприємств, системи профілактики кризи. У той же час, моніторинг є одним з найбільш дієвих інструментів прогнозування і коригування розвитку підприємства, антикризового управління його діяльністю. Саме процес постійного моніторингу причин виникнення криз на підприємстві, та пов'язані з цим труднощі зумовлюють розробку системи антикризового управління підприємством [1, с. 132].

Для того, щоб мати змогу ефективно здійснювати антикризове управління необхідно чітко усвідомлювати та розрізняти як самі види криз і фактори, що їх зумовлюють, так і механізми боротьби з кризовими явищами. Розглядаючи механізм антикризового управління варто зупинитися на методах, які він використовує [3]. На наш погляд, слід погодитися з точкою зору Н. К. Жукової, яка в своїх наукових дослідженнях виокремлює шість методів антикризового управління: моніторинг, диверсифікацію, зовнішню санацію, внутрішню санацію, реструктуризацію та контролінг [2].

Моніторинг як складова частина управління – це постійний процес спостереження за економічними об'єктами та аналіз їх діяльності [5]. З цього можна зробити висновок, що моніторинг заснований на принципі безперервного вивчення змін у зовнішньому ринковому середовищі, його впливу на внутрішнє середовище підприємства і відповідної адаптації до цих змін. Як зазначають автори, метою моніторингу виступає створення основи для зниження наслідків впливу ризиків при управлінні капіталом, основними та оборотними активами, фінансовими результатами і, врешті решт,

персоналом.

Моніторинг – це постійне та безперервне дослідження, проведення оцінки та аналізу і здійснення прогнозування взаємозв'язку зовнішнього та внутрішнього середовища суб'єкта господарювання. Моніторинг – це один з методів антикризового управління. Даний метод має застосовуватися протягом всього періоду життя підприємства і повинен бути спрямований на виявлення факторів кризи та ідентифікацію симптомів кризових явищ з метою уникнення чи локалізації їх наслідків, мінімізації втрат, подолання складних проблем організаційного характеру в руслі підтримки економічної стабільності підприємств. Безліч випадків виникнення кризового стану підприємств, що призводять до різкого зниження виробництва продукції, неплатоспроможності і навіть до їх фінансового банкрутства, свідчить про те, що в економіці країни, на підприємствах не створено надійної системи моніторингу стану підприємств, системи профілактики кризи [4, с. 120].

Об'єктом моніторингу є фінансовий стан підприємства, фінансові результати і ефективність його фінансово-господарської діяльності. За умови ознак кризових явищ об'єктом моніторингу має стати безпосередньо кризові явища та ті чинники, які їх спричинили.

Головна мета моніторингу – своєчасно виявляти і усувати недоліки у діяльності і знаходити резерви поліпшення фінансового стану підприємства і його платоспроможності. У загальному вигляді процес моніторингу повинен включати в себе наступні етапи: 1) визначення цілей і планування процесу моніторингу, розробка системи показників, параметрів моніторингу, а також їх цільових значень, вибір засобів і методів збору інформації; 2) спостереження, збір і узагальнення інформації відповідно до визначених параметрами моніторингу; 3) аналіз і оцінка параметрів господарської діяльності на основі інформації, отриманої на попередньому етапі: аналізуються тенденції зміни показників, оцінюються фактичні значення параметрів моніторингу, а також фактори, що впливають на них, оцінюється вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства; 4) підготовка рекомендацій для прийняття управлінських рішень з метою своєчасного коригування та вдосконалення діяльності підприємства; 5) контроль за результатами управлінських впливів і формування інформації для подальшого спостереження.

Моніторинг потрібен, насамперед, самим підприємствам і більш правильно було б покласти обов'язок проведення моніторингу на підприємства і організації, а також аудиторські фірми, а державні повинні контролювати його проведення в методичному і часовому аспектах. Моніторинг поточного стану підприємства здійснюється для оперативної діагностики, яка повинна своєчасно сигналізувати про негативні тенденції зміни в діяльності підприємства [6, с. 390].

Система моніторингу також повинна відображати формування і реалізацію як стратегічних, так і поточних тактичних цілей підприємства. Досягнення стратегічних цілей проявляється через цінність капіталу (вартість компанії), поточних (оперативних) цілей через традиційні фінансово-економічні показники. Тому доцільно вводити в систему моніторингу показники вартості компанії і основні показники фінансової стійкості та внутрішньовиробничого обліку та планування [1, с. 135].

На етапі моніторингу обсягів кризи та прогнозування можливих напрямів її розвитку відбувається порівняння фактичних значень фінансових показників із плановими та нормативними, визначення масштабів впливу кризи на фінансовий стан підприємства. Крім того, на цьому етапі визначають напрямки впливу кризи на фінансовий стан підприємства, а також відбувається ідентифікація факторів, що мають прямий вплив на обсяги кризи, та тих, що непрямо впливають на діяльність підприємства. Такий підхід дає змогу визначити проблеми в діяльності підприємства та вчасно підготуватися до можливих кризовий явищ та відповідним чином здійснити коригування параметрів його діяльності [1, с. 136].

Отже, послідовне впровадження та удосконалення системи моніторингу кризових явищ дасть змогу розробити ефективну стратегію антикризового управління, що сприятиме розробці заходів щодо попередження виникнення кризових явищ та плану проведення наступних моніторингів кризи.

Список використаних джерел:

1. Єпіфанова І. Ю. Моніторинг як інструмент антикризового управління підприємствами. Вісник ЖНАЕУ. 2016. №2 (57). С. 130-139.

2. Жукова Н. К. Сучасні методи антикризового управління підприємством. Формування ринкових відносин в Україні. 2008. № 10. С. 14-18.

3. Завадський Й. С., Осовська Г. В., Юшкевич О. О. Економічний словник : наукове видання. Київ: Кондор, 2007. 358 с.

4. Рекова Н. Ю. Антикризові засади управління економічним розвитком машинобудівних підприємств вертикально-інтегрованої корпоративної структури. Інституціональний вектор економічного розвитку: зб. наук. праць МІДМУ «КПУ». 2013. Вип. 6(2). С. 119-127

5. Рудик О. Р. Методичне забезпечення антикризової діагностики вітчизняних підприємств. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного 53

6. Чібісова І. В. Методи оцінки і прогнозування банкрутства підприємств. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2012. Вип. 22(2). С. 389-394

Володимир Долгий,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Валентина Чичун,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА-КЕРІВНИКА В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Успішна реалізація менеджерами своїх професійних функцій передбачає вираженість у них відповідних особистісних якостей. Тому на сьогодні надзвичайно важливим і актуальним є дослідження особливостей діяльності менеджера, його характеру, особистісних якостей, психологічного портрету. Менеджер-керівник займає ключове положення у системі управління організації [2, с. 201]. Ця важлива роль менеджера визначається тим, що він наділений повноваженнями приймати рішення, вирішує що, кому, коли і як робити; несе за це відповідальність перед власником майна організації.

Знання теорії менеджменту: потрібні керівники для розуміння суті і змісту управлінської діяльності в умовах ринку та здатності виробити власні управлінські підходи до підлеглих. Здібності до керівної роботи. Вони можуть розвиватися і вдосконалюватися при цілеспрямованій роботі над собою.

Конкретизація необхідних якостей для ефективного виконання менеджером своїх обов'язків залежить від його посади і соціальної ролі. За змістом посадових обов'язків менеджер може бути керівником організації чи керівником підрозділу (управління, відділу); організатором конкретних видів робіт в окремих підрозділах чи в програмно-цільових групах; адміністратором будь-якого рівня управління, покликаним організувати роботу, застосовуючи сучасні методи менеджменту.

Організація не може існувати без менеджерів, і для цього існує ряд причин, а саме менеджери забезпечують виконання організацією її основного призначення; менеджери проектують і встановлюють взаємодію між окремими операціями-діями, що виконуються в організації; менеджери розробляють стратегії поведінки організації в оточенні, що змінюється; менеджери забезпечують служіння організації інтересам тих

осіб і установ, які контролюють організацію; менеджери є основною інформаційною ланкою зв'язку організації з оточенням; менеджери несуть формальну відповідальність за результати діяльності організації; менеджери офіційно представляють організацію в церемоніальних заходах [1, с. 96-99].

Діловитість, насамперед, проявляється у здатності знаходити, в рамках компетентності наданих повноважень і наявних засобів оптимальний підхід до ситуацій, що виникають і самим коротким шляхом досягати мети. У керівника мусять бути розвинуті організаційні здібності, вміння згуртувати колектив, мобілізувавши його на виконання прийнятих рішень, досягнення поставлених цілей.

Керівник повинен демонструвати самостійність підлеглим, створювати їм умови для успішного виконання службових обов'язків без втручання зверху. Із самостійністю тісно пов'язана ініціативність у роботі. Дійсно, самостійність тільки тоді правомірна, якщо керівник розв'язує назрілі питання без вказівок і порад зверху, не чекає покращення загальної економічної ситуації в країні, а завзято шукає нетрадиційні засоби вирішення проблем, що постійно виникають.

Сучасний менеджер повинен мати фундаментальні знання з макро- і мікроекономіки, наукового менеджменту, теорії розпорядництва і лідерства, соціології, психології та права, інформаційної технології і комп'ютерної техніки [3, 270-272]. Важлива риса менеджера − реалізм. Хороший менеджер характеризується здоровим оптимізмом і упевненістю. Керувати людьми без упевненості в собі неможливо. Хороший керівник повинен уміти забезпечувати співучасть співробітників до роботи. Але найголовніше − менеджер повинен вміти керувати, організовувати і підтримувати роботу колективу, бути готовим до дій, ризику.

Список використаних джерел:

1. Біляк Ю. В., Самофалова М. О. Менеджмент: навч.посібн. Київ : ЦП «Компринт», 2019. 360 с.

2. Кеннеді Д. Безжальний менеджмент та ефективність людських ресурсів / пер. з англ. Т. Мухамедшиної. Харків : Фаула, 2019. 304 с

3. Сучасний менеджмент у питаннях і відповідях. Навч.посібн. За ред.. Балашова А.М., Мошека Г.Є. К.Алерта. 2018. 620 с.

Костянтин Дроник,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Оксана Зеленюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Поняття «ризик» зустрічається у багатьох економічних, суспільних та природничих науках, при цьому кожна з них має власні цілі та методи дослідження ризику. Сучасна економічна наука представляє ризик як ймовірну подію, в результаті настання якої можуть відбутися позитивні, нейтральні або негативні наслідки.

Слово ризик (від грецької risikon – скеля, прірва) – можлива небезпека будь-якого неблагонадійного перебігу.

Проблема вивчення ризику гостро постала у XX столітті. Особливу роль ризик відіграє в економіці та менеджменті. Ці сфери неможливі без невизначеності, випадковості і конфліктності, які зумовлені найрізноманітнішими причинами: природними явищами, політичними подіями, змінами у законодавстві, податковим регулюванням, коливанням цін і курсів валют, конкуренцією, виконанням договірних зобов'язань, особистими уподобаннями та іншими факторами [2].

Ризик властивий усім ринковим процесам. Без ризику неможливі нагорода та прогрес, але невміле керівництво ним у межах організації унеможливлює реалізацію можливостей та мінімізацію загроз.

В свою чергу хочемо зауважити, що виробничий ризик – це вірогідність збитків або додаткових витрат, пов'язаних зі збоями або зупинкою виробничих процесів, порушенням технології виконання операцій, низькою якістю сировини або роботи персоналу та інше.

Виробничий ризик пов'язується з виробництвом продукції, товарів та послуг, і здійсненням будь-яких видів виробничої діяльності, в процесі якої перед підприємцями постає проблема неадекватного використання сировини, збільшення собівартості, збільшення втрат робочого часу, використанням нових методів виробництва [2, 3].

Також важливим факторами ризику прийнято вважати нестачу сировинних ресурсів та невисокий рівень її якості; знос обладнання; високу собівартість продукції; недостатній рівень фінансових ресурсів; низький рівень організації виробництва; недосконалу систему управління виробничими процесами; недостатню систему контролю проходження виробничих процесів; види пакування готової продукції, тощо.

Прояв ризику на практиці характеризується певними особливостями, які найбільш повно виявляють усю його природу:

1. Ризик супроводжує всі процеси, що йдуть в компанії, незалежно від того, чи є вони активними або пасивними.
2. Ризик не існує поза діяльністю, поза процесами, що йдуть в компанії.
3. Кожна компанія має власний рівень ризику.
4. Ставлення інвестора до рівня прибутковості і ступеня ризику залежить від його віку.
5. Як і кожна економічна категорія, ризики виражають свою сутність у функціях.
6. Аналіз фактора ризику.
7. Чим вище оцінка інвестором рівня ризику, тим більшу ставку доходу він очікує.
8. Практично всі сектори економіки мають передумови для благополучного розвитку [2, 3].

Ризики впливають на різні сфери роботи підприємства і, як правило, вплив це носить негативний характер. Особливо шкідлива присутність і вплив фактора ризику на підприємство, що вже знаходиться в кризі. Тому, на нашу думку, роботу зі стабілізації положення в ризикових ситуаціях підприємствам необхідно починати з управління ризиками, тобто розробляти і впроваджувати економічно доцільні для підприємства рекомендації і заходи, спрямовані на зменшення фінансових втрат, пов'язаних з ризиком.

Оскільки управління ризиками – це системний підхід до виявлення, аналізу, мінімізації та моніторингу ризиків. Таким чином, вважаємо за доцільне розглянути схему системи управління ризиками, яка складається з п'яти елементів [2]:

- Виявлення ризиків
- Аналіз і пріоритезація
- Мінімізація ризиків і звітність
- Моніторинг і перегляд
- Культура управління ризиками

Запропонована система включає п'ять елементів, найголовнішим з яких, на нашу думку, є культура управління ризиками – це створення в організації такого середовища, яке б сприяло виявленню, оцінці та зниження ризиків, а також відкритої комунікації про ризики. Яким би гарним або простим процес управління ризиками не був, якщо співробітники і керівники його відкидають, компанія не зможе управляти ризиками.

З метою створення ефективної системи управління ризиками зусилля керівництва підприємства мають спрямовуватися на те, щоб хоча б частково мінімізувати, компенсувати, попередити негативний вплив несприятливих чинників. З огляду на те,

що ліквідувати чи обмежити вплив всіх ймовірних загроз неможливо, фінансово-господарська діяльність підприємства ведеться в умовах прийнятного ризику – досягнення умов, за яких можливі збитки чи втрати внаслідок несприятливого розвитку подій є значно меншими, ніж можливі вигоди.

Результатом остаточного формування програми цільових заходів щодо управління ризиками є розроблена програма управління ризиками, що включає план превентивних заходів як обов'язковий блок програми. Також програма повинна містити [1, 2]:

- план проведення превентивних заходів, як уже зазначали;
- перелік ризиків, що підпадають під план превентивних заходів;
- перелік ризиків, що не підпадають під план превентивних заходів;
- конкретні методи управління по всіх ризиках.

Керівництву підприємства взагалі належить ключова роль у вирішенні проблем керування ризиком, тому що воно затверджує програми заходів щодо зниження ризику, ухвалює рішення щодо початку їхньої реалізації в критичних ситуаціях, приймає запропоновані пробні рішення разом з антиризиковими програмами або відкидає їх.

Як пропозицію щодо вирішення даної проблематики, хотіли б звернути увагу на той факт, що окремий підрозділ, функціональними обов'язками якого буде управління ризиком, є логічним доповненням до традиційно самостійних функціональних підсистем підприємства й розташовується на одному управлінському рівні з ними [2]. Це дозволяє координувати діяльність функціональних підрозділів підприємства через відповідальних виконавців.

Отже, в сучасних непростих умовах економічної трансформації українські підприємства вимушені приймати рішення враховуючи нові, специфічні аспекти прояву зовнішніх і внутрішніх ризиків діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Мостенська Т. Л. Ризики в системі антикризового управління. *Вісник ЖДТУ*. Серія : Економічні науки. 2010. № 1 (51). С.

2. Сулим М. В., Пенцак О. С. Обгрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : підручник для студ. вищ. навч. закладів. Львів: Новий Світ – 2000, 2012. 330 с.

3. Шегда А. В., Голованенко М. В. Ризики в підприємництві: оцінювання та управління : навч. посібник. К.: Знання, 2008. 271 с.

Андрій Журба,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Валентина Чичун,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПІДПРИЄМСТВО, ЯК ВІДКРИТА СИСТЕМА У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Управлінська діяльність являється одним з найважливіших факторів функціонування і розвитку підприємств. Ця діяльність постійно удосконалюється відповідно до об'єктивних вимог виробництва і реалізації продукції, ускладненням господарських зв'язків, підвищенням ролі споживача у формуванні техніко-економічних і інших параметрів підприємства. Незалежно від сфери діяльності, складу і структури зовнішнього середовища, ці завдання є обов'язковими для керуючої системи будь-якої організації, оскільки їх вирішення формує її внутрішнє середовище.

Знання основних закономірностей існування та функціонування підприємств, як відкритих систем, допомагає керівникам визначати вплив кожної із них на процес діяльності, оперативно формувати цілі та завдання, реагувати на зміни факторів

зовнішнього середовища, визначати порядок та організацію управління цією системою[1].

Підприємство як відкрита система функціонує на основі взаємодії елементів, з яких вона складається. Це проявляється в тому, що система як визначена цілісність повинна підпорядковувати властивості і дію своїх складових елементів для досягнення загальної мети [2, с.57]. Внутрішня організованість підприємства як відкритої системи визначається його структурою, тобто сукупністю взаємозв'язаних і взаємодіючих елементів. Зв'язки підприємства як відкритої системи поєднують елементи у системному процесі. Оскільки зв'язки між елементами і підсистемами підприємства змінюються під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, то підприємство відноситься до динамічних систем[3].

Для переведення системи, якою керують у новий стан або для усунення відхилення її складових елементів від намічених програм та досягнення загальних цілей системи слід за допомогою визначених методів забезпечувати цілеспрямований вплив на основні елементи системи.

Для забезпечення ефективної діяльності всієї системи її керуюча система та керована підсистема мають постійно підтримувати прямі і зворотні зв'язки за допомогою обміну інформацією.

Отже, розрив або тимчасове припинення зв'язків у системі з різних причин завжди призводить до неефективного управління чи інших негативних наслідків. Керуюча система може змінювати свій стан під впливом різноманітних факторів. Найбільш істотними змінними елементами керуючої системи є функції, структура та інформація.

Список використаних джерел:

1. Біляк Ю. В., Самофалова М. О. Менеджмент: навч.посібн. Київ : ЦП «Компринт», 2019. 360 с.

2. Вдовічен А. А., Чичун В. А. Менеджмент : навчальний посібник у схемах, питаннях та відповідях. Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2018. 263 с.

3. Рудінська О. В., Яроміч С. А. , Молоткова І. О. Менеджмент. Теорія менеджменту. Організаційна поведінка. Корпоративний менеджмент. : навчальний посібник. Київ : Ельга Ніка – Центр, 2016. 335 с.

Назарій Кавулич,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Оксана Зеленюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ

Сучасний етап розвитку суспільства зумовлює якісні зміни у системі управління, що вимагає зміни підходів до вибору адекватного інструментарію управління. Сучасний інструментарій менеджменту повинен націлюватися на зміцнення інноваційного потенціалу підприємства, підвищення його конкурентноздатності та адаптаційних можливостей.

Оскільки у XXI столітті головними чинниками інноваційного розвитку стають знання та культура, то інструментарій менеджменту буде ефективним за умови його спрямування не лише на технічну складову, а саме на людський фактор

В останні роки менеджмент підприємств та організацій не тільки змінив відношення до культури організації, але і зайняв активну позицію у використанні її як фактору підвищення конкурентоспроможності, адаптивності, ефективності виробництва та управління.

Корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на роботу підприємства в цілому [1]. Так, чим вище рівень корпоративної культури, тим у меншому ступені персонал має потребу у чіткому регламентуванні діяльності, в директивах, настановах, детальних схемах і докладних інструкціях. До того ж, чим вищий рівень корпоративної культури, тим вище престиж і конкурентоспроможність підприємства.

Корпоративна культура у системі управління підприємством є як стратегічним інструментом, що дає змогу орієнтувати усі його підрозділи та усіх працівників на загальні цілі, підвищувати ініціативу персоналу, забезпечувати відданість загальній справі, полегшувати спілкування.

Корпоративна культура – зразок того, як розвиток цивілізації, науково-технічний прогрес приводять суспільство до потреби в розвитку духовної культури і навіть до того, щоб у трудовій діяльності вимоги високої культури, етики були пріоритетними щодо вимог чистої економіки.

Корпоративна культура виявляється у філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях, віруваннях, очікуваннях, нормах поведінки. Корпоративна культура регламентує поведінку людини і дає можливість прогнозувати її реакцію в критичних ситуаціях.

Функціональні визначення корпоративної культури описують функції корпоративної культури в організації: роль культури як комплексного механізму регуляції поведінки і передачі цінностей між працівниками організації, а також її соціальну роль [2, 3].

Психологічні визначення корпоративної культури описують особливості адаптації працівника до організаційного середовища, формування звичок та навчання працівника.

Описові визначення корпоративної культури включають перелічення усіх елементів корпоративної культури – вичерпний список усього, що охоплює корпоративна культура [1, 2].

Історико-генетичні визначення корпоративної культури – автори, що пропонують визначення даного характеру, включають до поняття корпоративної культури процеси соціального та культурного наслідування, традицію, здатність корпоративної культури до розвитку та участь працівників в її перетворенні та зміні.

Нормативні визначення корпоративної культури – даний тип визначень об'єднує в собі ті інтерпретації культури, які орієнтовані на норми і зразки поведінки, загальноприйняті або очікувані схеми вчинків і дій працівників організації.

Узагальнюючи дослідження цього поняття, хотіли б підсумувати, що корпоративна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також дієвих принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів і т.д., які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників.

Також вважаємо, що загальне визначення корпоративної культури, яке визначає, що це система особистих і колективних цінностей, які сприймаються і поділяються членами організації, а також набір прийомів і правил вирішення проблеми зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції працівників, що виправдали себе в минулому й підтвердили свою актуальність у сьогоденні, є досить актуальним та найбільш повно описує дане поняття [1].

Практична цінність корпоративної культури та покращення ділової активності підприємства взагалі полягає в тому, що вона дає змогу формувати різні сценарії діяльності. Культурні сценарії є своєрідними еталонними програмами життєдіяльності, які задаються людям соціальними умовами, нормами і правилами поведінки, вони конкретизують стратегічні й тактичні цілі й напрями діяльності організації.

Для підприємства доцільно було б акцентувати на таких культурних сценаріях діяльності, які відображають культуру мислення, спілкування, праці, навчання,

відпочинку. В сучасних умовах великого значення набуває мова як чинник формування корпоративної культури, яку відображають її функції [1]:

- Комунікаційна, яка забезпечує спілкування у професійній сфері робочого колективу.
- Гносеологічна, яку використовують як знаряддя і спосіб фахового пізнання, запам'ятовування, оволодіння фаховим досвідом. Мова є основним засобом репрезентації професійних знань.
- Творча – повязана із розумінням того факту, що фахова мова щільно пов'язана з абстрактним мисленням шляхом широкого, однозначного і доречного використання загальновживаного або внутрішнього понятійного апарату.
- Номінативна передбачає уведення фахових реалій, понять і термінів. Фахова мова у конкретній мовній ситуації змістово трансформується залежно від галузі знань і предмета спілкування, збагачується професійною лексикою і фразеологією.
- Ідентифікаційна функція дозволяє сформувати корпоративну спорідненість персоналу у часі і просторі.
- Культуроносна сприяє збереженню і передаванню фахових та професійнийх знань і корпоративної культури.
- Експресивна функція використовує мову як інструмент фахової та морально-етичної оцінки. Реалізація посадових обовязків та професійна діяльність персоналу організації потребує спілкування між співробітниками, обміну думками, обговорення, тощо, тому фахівці вступають у безпосередній словесний контакт з використанням мовних засобів.
- Імпресивна – також її називають апелятивною, контактивною або прагматичною, і полягає вона у у мові ділового спілкування, зокрема, у текстах нормативних і директивних матеріалів.
- Естетична функція передбачає використання моностилістичних текстів тощо. Естетичність професійної мови та фахової комунікації співробітників спирається на точність, логічність, виразність, доречність та лаконічність, усного чи письмового інформаційного повідомлення, сформованого тексту документів та комунікаційних повідомлень, які використовуються на підприємстві..

Головна мета впровадження корпоративної культури у функціонування організації – це створення одностайності фахівців при прийнятті рішень. Корпоративна культура припускає передбачуваність і керованість поведінки, тактичну або стратегічну спрямованість; об'єктом її впливу є люди. Оцінка корпоративної культури як «успішна» може бути надана тільки тоді, коли вона сприяє формуванню відчуття добробуту і сприяє досягненню поставлених цілей.

В сьогоднішніх умовах акцентуємо увагу на цьому понятті ще й тому, що формування корпоративної культури – це спроба виходу з кризи, пережитої суспільством. Ефективна діяльність сучасних підприємств потребує високого рівня розвитку людини в особистій та професійній сфері. Корпоративна культура дає працівникам відчуття їхньої ідентичності, несе в собі позитивні, часом неписані настанови про те, як в підприємстві можна чогось домогтися, а також сприяє стабільності даної соціальної системи. Позитивна корпоративна культура здатна ефективно впливати на персонал організації взагалі та створює належний та сприятливий соціально-психологічний клімат в колективі.

Список використаних джерел:

1. Брич В. Я., Корман М. М. Креативний менеджмент: підручник. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 220 с.

2. Діденко В. М. Менеджмент: навчальний підручник. Київ: Кондор, 2008. 584 с.

3. Скібіцька Л. І., Скібіцький О. М. Менеджмент : навч. посіб. К. : Центр учб. л-ри, 2007. 416 с.

Ігор Кашул,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Готельно-ресторанна справа»,
наук. кер. – Валентина Чичун,
Чернівецький торгівельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ПІДПРИЄМСТВОМ

Викликані стрімким розвитком інтернет- технологій нові умови і можливості створення, поширення та споживання інформації, а також надвисока швидкість руху інформаційних потоків в сучасному світі та їх постійно зростаюча інтенсивність формують кардинально нові поведінкові патерни персоналу, підприємств, їх клієнтів. Соціальні мережі вважають якісно новим явищем, яке за останні роки зруйнувало традиційні підходи підприємств до управління комунікаційними стратегіями, і динаміка трансформаційних змін стрімко зростає. Використаннясоціальних мереж для формування інтерактивних відносин із цільовими контактними аудиторіями вже є необхідною умовою забезпечення перспективрозвитку підприємств.

Управління ефективністю використання соціальних мереж підприємством потребує розробки чіткої стратегії. Вибір стратегії залежить від чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, сфери діяльності підприємства, цілей, які мають бути досягнені методом використання соціальних мереж, поточних загальних цілей підприємства, вектор яких можез часом змінюватися. Відсутність стратегії використання соціальних мереж підприємством призводить до низької ефективності даного інструменту, нераціонального використання ресурсів і, як наслідок, до недоотримання прибутку, фінансових та іміджевих втрат. Вибір стратегії управління ефективністю використання соціальних мереж підприємством має враховувати логічний взаємозв'язок релевантних до загальних завдань підприємства, цілей та ключових показників ефективності, відповідних обраним цілям. На основі зазначених чинників для кожної стратегії мають бути розроблені методи її реалізації [1, 3]. З урахуванням таких основних складових, як цілі використання соціальних мереж підприємством, ключові показники ефективності використання даного інструменту та методи реалізації означеного стратегічного плану сформованопортфель із трьох функціональних стратегій управління ефективністю використання соціальних мереж підприємством.

Стратегія комплексного формування представництв підприємства в соціальних мережах доцільна для реалізації на великих та середніх підприємствах переважно з широким ринком збуту товарів та послуг,що означає великі кількісні показники цільової аудиторії. Важливим чинником, при цьому, є рівень присутності цільової аудиторії даних підприємств в соціальних мережах, обраних для використання [2]. Спільноти підприємства в соціальних мережах тут виступають його постійно діючими активними представництвами і мають функціонувати безперервно, зі стабільним рівнем інтенсивності, високим рівнем інтерактиву. Дані комунікаційні майданчики, можуть працювати як самостійні платформи та надавати цільовій аудиторії повний комплекс інформації та сервісів для здійснення завершеного комунікаційного циклу.

Повноцінним представництвом в соціальній мережі, спільнота підприємства вважається коли: цільова аудиторія може в інтерактивному режимі отримати всю необхідну інформацію щодо роботи підприємства, товарів, послуг; розміщення публікацій є системним, безперервним і відповідає розробленій контентній стратегії; в спільноті організований процес реакції на різні види коментарів та звернень у відповідності із затвердженими протоколами та мапами реакції[4]. При постійному активному режимі використання соціальних мереж, необхідним є введення системного моніторингу отриманих результатів, співставлення досягнутих результатів із

запланованими значеннями KPI. Стандартною частотою формування поточних звітів, доцільно вважати один календарний місяць. При використанні оплачуваної реклами в соціальних мережах необхідним є постійне відслідковування результатів та корегування рекламних кампаній, A/B тестування, корегування рекламних бюджетів.

При проведенні активних дій, таких як: конкурси, опитування, спеціальні акції, флешмоби – також важливим є моніторинг проміжних результатів використання соціальних мереж підприємством до настання дати щомісячного звіту, оскільки може виникнути необхідність корегуванні дій та виділених бюджетів щодо конкретних заходів. Оцінювання ефективності обраної стратегії в довготривалому розрізі часу, доречно проводити 1-2 рази на рік. При виборі підприємством стратегії комплексного формування представництв підприємства в соціальних мережах, його представництва на соціальних платформах мають бути гармонійно включені до загального комплексу комунікаційних інструментів і можуть стати потужним засобом вирішення багатьох видів завдань, підвищити або стабілізувати економічні показники та рівень конкурентоспроможності, сформувати або відкоригувати імідж у сприйнятті контактних аудиторій.

Список використаних джерел:

1. Васильченко Л. С. Використання соціальних мереж у маркетингових комунікаційних стратегіях підприємств. Стратегічні напрямки розвитку науки: чинники впливу та взаємодії : матеріали міжнар. наук. конф. (Суми, 22.05.2020). 2020. Т. 1. С. 20–21.

2. Менеджмент : навч. посіб. / за заг. ред. Г. О. Дорошенко. Харків : ВСВ-Принт, 2015. 300 с.

3. Пасенченко Ю. А., Назаренко О. І. Моделювання сценаріїв розвитку ланцюгів створення вартості товарів на основі збалансованої системи показників та референтної моделі опису процесів ланцюга постачання (SCOR). Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2015. № 12. С. 503–508. URL: http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/44161.

4. Петропавловська С. Є., Лисак Н. Ю. Малаховська Г. В. Соціальні медіа як інструмент управління лояльністю споживачів. Проблеми системного підходу в економіці. 2018. Вип. 1 (63). С. 166–173.

Богдан Коваль,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Ірина Лошенюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема конкурентоспроможності українських товарів займає одне із центральних місць у зовнішньоекономічній діяльності вітчизняних підприємств. Особливої гостроти вона набуває стосовно продукції будівельної галузі та інших галузей з високим ступенем обробки виробів, що стало однією з серйозних перешкод для розширення її експорту і подолання на цій основі сировинного перекосу в загальній структурі експорту. Обмежений доступ до багатьох видів матеріальних ресурсів, а також дефіцит грошових засобів ставить підприємницькі структури у дуже жорсткі рамки. Тому підприємства, що підпадають під дані обмеження, продовжують формувати свою виробничу програму методом, зворотнім до орієнтиру, прийнятому у високорозвинутих країнах.

Для того щоб уникнути кризових явищ, керівництво підприємства керує процесом розвитку насамперед через систему управління, організаційну структуру, які, у свою чергу, теж постійно перебувають у процесі змін і цей процес відповідає циклічності, включаючи три фази: рівновага, дисгармонія, зміни [1, 4, 6]. При цьому приділяється увага плануванню на підприємстві. Це пов'язано із подальшою роботою щодо розвитку підприємства та вибору потрібного напряму. Теж слід пам'ятати, що звертається увага на прогноз ситуації яка формується.

У період управління розвитком підприємства, також здійснюваними змінами можна представити, як циклічний процес, що складається із п'яти основних блоків:

- діагностичний аналіз, під час якого вивчається стан підприємства, що його чекає при впливі внутрішніх та зовнішніх, контрольованих та неконтрольованих факторів;
- підготовка, прийняття та реалізація ділових настанов, цілей діяльності;
- стратегічне планування, при якому у відповідності з наміченими цілями формується ієрархія стратегій (ділові, функціональні);
- тактичне планування, яке передбачає розробку та реалізацію оперативних дій;
- управлінський контроль включає в себе збір та оцінку даних щодо діяльності підприємства, рішення про проведення ревізії, а далі діагностичного аналізу [2, 4, 5].

Ми можемо стверджувати те, що цикл повторюється. Оскільки організація складається із керованої та керуючої підсистем і існування однієї без другої неможливе Зміни відбуваються в одній, обов'язково пов'язані зі зміною в іншій. Доречно підкреслити, що управління змінами забезпечує одночасно додержання принципів стабільності діяльності виробництва та його змінюваність. Відбувається забезпечення функціонування та розвиток підприємства. Таке співвідношення дії вказаних принципів стосується взаємодії підприємства та оточуючого середовища, що вказує на необхідність розгляду підприємства як відкритої системи.

Список використаних джерел:

1. Біляк Ю. В., Самофалова М. О. Менеджмент: навч.посібн. Київ : ЦП «Компринт», 2019. 360 с.

2. Бровкова О. Г. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 224 с.

3. Кеннеді Д. Безжальний менеджмент та ефективність людських ресурсів / пер. з англ. Т. Мухамедшиної. Харків : Фаула, 2019. 304 с

4. Нестеренко О.В. Інтелектуальні системи підтримки прийняття рішень: навч. посібн. Київ: Національна академія управління. 2016. 188 с.

5. Шевченко Л. С. Стратегічний інноваційний менеджмент: навч.посіб. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2019. – 155 с.

6. Valentyna Chychun, Oleksandr Kunitsyn, Oksana Motuzenko, Mykola Serbov, Oleksandr Shashyn. Theoretical and methodological principles of management: an innovative approach. AD ALTA: Journal Of Interdisciplinary Research (12/02-XXXI.) P.200-205

Іван Косован.
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Готельно-ресторанна справа»,
наук. кер. – Ольга Вдовічена,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ НА ЗАСАДАХ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Сучасні підприємства сфери гостинності, які функціонують у складному соціально-економічному середовищі, повинні постійно створювати і впроваджувати різного роду інновації, що забезпечують їх ефективну діяльність. Адже успіх економічного розвитку підприємства вирішальною мірою залежить від впровадження у його діяльність нововведень та, на цій основі формування конкурентних переваг.

Діяльність українських підприємств в нинішніх умовах вимагає від керівництва все більш творчо та нестандартно підходити до організації діяльності підприємств, зокрема і сфери гостинності. Саме тому в управлінській діяльності наразі все частіше використовуються інструменти креативного менеджменту, які показують свою актуальність та ефективність для сучасного розвитку українського суспільства, мають велике значення, так як вихід України із кризи базуються на нових підходах менеджменту [1].

Креативний тип розвитку готельного підприємства накладає особливий відбиток на загальну організацію діяльності підприємства, особливості функціонування системи менеджменту, його цілі, функції, методи, структуру тощо, формуючи в його складі особливе автономне ядро, що спрямовує і регулює всю сукупність інноваційно-інвестиційних процесів у господарській системі для забезпечення складної інтеграції науки, виробництва і ринку. Основною метою усіх цих процесів є забезпечення конкурентних переваг готелю, стабільності його прибутків та інтенсивного типу розвитку. Успішний креативний менеджмент дає можливість підприємству сформувати позитивний імідж, підвищити конкурентоспроможність, ефективніше використовувати обмежені ресурси, збільшити прибуток [2]. Так, в багатьох країнах цей підхід активно використовується в управлінні підприємствами сфери гостинності, оскільки саме креативні методи управліннядзволяють домогтися більшої ефективності та результативності діяльності.

Сьогодні, коли наша держава стоїть перед викликами воєнного стану, заклади сфери гостинності часто поставали перед необхідністю вирішення нових завдань. Адаптація внутрішньо-переміщених осіб, соціально-важливі проекти із підтримки життєдіяльності міста та регіону і при цьому забезпечити життєстійкість підприємства та планувати подальші напрямки розвитку – ось сьогоднішні вимоги до керівників сфери гостинності. При цьому за жодних обставин не ставити всі процеси на паузу, планувати нові напрямки та проєкти повоєнної відбудови галузі та місця свого підприємства в ній – все це забезпечує сьогодні можливість планувати і мріяти про нові горизонти. Поряд із цим використовуючи нові можливості євроінтеграційних процесів, швидкого розвитку технологій, глобалізації ринку і частих непередбачуваних змін змінилися вимоги до управлінців, зокрема до їх навиків розробки і реалізації нестандартних ідей і рішень, підходів до управління загалом, виникла необхідність у нових методах, які сприяли б покращенню ефективності роботи організацій, які за своєю природою є організаціями, що потребують підвищеної уваги та гнучкості в процесі управління ними.

Термін «креативність» (англ. «creativity» (творчість), латин.«creatio» (створення)) означає створення чогось нового [2]. Є два основних критерії оцінки креативності:

- результат (кількість та якість);
- відмова від стратегічних стереотипів мислення та дій.

Цими критеріями вимірюється і ефективність праці управлінця. Ефективність завжди співвідноситься між результатом і витратами на його реалізацію.

Результатом роботи менеджера є успішне вирішення проблем та передбачення і розуміння як розвиватись, куди і як рухатись після досягнення певного ефекту. За допомогою використання інструментів та методів і методик креативного менеджменту можна вирішити цілий рід важливих завдань, зокрема:

- ✓ формування стратегічної політики;
- ✓ встановлення стратегічних, довго- і короткострокових цілей діяльності;
- ✓ створення творчої атмосфери в колективі;

✓розвиток креативного потенціалу працівників організації;

✓формування та розвиток потенціалу менеджера креативного типу;

✓створення ефективних креативних команд;

✓забезпечення здатності будь-якого працівника підприємства висувати креативні ідеї;

✓створення можливостей застосування на підприємстві різноманітних методик і технік креативності для генерації, оцінювання та відбору креативних ідей;

✓стимулювання творчої активності персоналу .

Креативний процес в управлінні готельними підприємствами характеризується відповідними фазами [2, 3]:

- рецесія (спад) – супроводжується зниженням інтересу до праці, рівня мотивації, що призводить до продуктивного породження спонтанних ідей, доречних чи недоречних;
- депресія (дно) – характеризується відсутністю організаційної підтримки, страхом критики висловлених ідей, незадоволення умовами праці, що призводить до небажання креативно мислити та пропонувати неординарні рішення (якщо і висловлюються ідеї, то вони стандартні та шаблонні);
- пожвавлення – розкривається через спрямований інтерес і готовність до зародження принципово нових і нестандартних ідей;
- пік – характеризується легкістю та швидкістю генерації оригінальних, нестандартних ідей, стійкістю і глибиною інтересу до відповідної роботи.

Для забезпечення стійкого, сталого та ефективного організаційного розвитку готельного підприємства актуальним є впровадження інновацій, а саме: розробка нових послуг, розширення бази потенційних клієнтів, скорочення рівня витрат та, зрештою, збільшення прибутковості – а це неможливо без креативного підходу до управління.

Що стосується закладів сфери гостинності, управління такими організаціями і підприємствами завжди відрізнялося. Адже підприємства, що створюють такі особливі послуги, як розміщення поза людей поза їхнім домом, потребують абсолютно відмінних методів реалізації управлінських функцій. Також необхідність утримання балансу між системами готелю як організації, координації її дій та ефективність використаних ресурсів. Саме тому, на наш погляд варто нараз спробувати альтернативні управлінські системи, зокрема і креативного менеджменту, в закладах такого типу, адже це дасть можливість створення нового за своєю суттю або формою продукту, нових шляхів взаємодії зі споживачами послуг та нових форматів реалізації інноваційних ідей.

Список використаних джерел:

1. Брич В. Я., Корман М. М. Психологія управління : навч. посіб. К. : Кондор-Видавництво, 2013, 384 с.

2. Брич В. Я., Корман М. М. Креативний менеджмент: підруч. [для вивч. дисципліни студ. денної та заочної форм навч. екон. спец.]. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 220 с.

3. Мала Н. Т. Креативність як складова ефективного управління. Електронний науковий архів Науково-технічної бібліотеки Національного університету «Львівська політехніка», 2011. С. 18–23.

4. Скібіцька Л. І., Скібіцький О. М. Менеджмент : навч. посіб. К. : Центр учб. л-ри, 2007. 416 с.

Олександр Костюченко,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Готельно-ресторанна справа»,
наук. кер. – Анатолій Вдовічен,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УПРАВЛІННЯ ВНУТРІШНІМ СЕРЕДОВИЩЕМ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасній діяльності готельних підприємств досить популярною є теза про те, що внутрішнє середовище готелю є джерелом його життєвої сили. Внутрішнє середовище будь-якого підприємства містить в собі потенціал, необхідний для його функціонування. А сучасні умови явно вимагають нових підходів до розуміння того, що є внутрішнім середовищем та формує такий важливий резерв життєздатності підприємства.

Внутрішнє середовище підприємства – це елементи та фактори, що визначають внутрішній стан, сильні і слабкі сторони і, значною мірою, ефективність діяльності підприємства [1, 2, 3], зокрема і готельного. Елементи внутрішнього середовища – це частини самого підприємства, ситуативні чинники всередині нього, його складові та внутрішні взаємозв'язки. Внутрішнє середовище підприємства має декілька елементів, стан яких в сукупності визначає той потенціал і ті можливості, якими воно володіє [2].

Водночас із цим внутрішнє середовище підприємства характеризується достатньою динамічністю, тому фактори внутрішнього середовища розглядаються як змінні величини, оскільки вони перебувають у постійному розвитку.

У всі часи ефективна діяльність підприємств сфери гостинності нерозривно пов'язана із тим, який персонал забезпечує роботу даного підприємства. «Людський чинник», як його традиційно називають, чітко визначає задоволеність відвідувачів закладу та їхнє бажання повернутися у це місце та рекомендувати його знайомим, а також виставити рейтингові оцінки на різних онлайн-платформах [1]. Саме тому в сьогоднішніх умовах так важливо віднаходити ті інструменти та шляхи підвищення ефективності застосування внутрішнього середовища готельного підприємства саме в частині управління персоналом з метою забезпечення високого рівня продуктивності праці та якості послуг.

Кадрова політика підприємств сфери гостинності сьогодні є доволі складним і багатовекторним процесом, оскільки кожна людина індивідуальна та неповторна, також в умовах воєнного стану зростають виклики, пов'язані із необхідністю наявності у співробітників нових знань, умінь та навиків[2, 3, с.211]. Саме тому маємо констатувати той факт, що рівень вимог до кожного члена трудового колективу сучасних готельних підприємств зростає та зумовлює необхідність застосування нових методів професійного відбору в процесі їхнього найму.

Вважаємо за доцільне використовувати в діяльності готельних підприємств для підтримання належного стану внутрішнього середовища та формування ефективної команди співробітників готелю наступні методи відбору персоналу [2, 3, 4]:

Headhunting (хедхантинг) (англ. head – голова і hunt – полювати, ловити) – пошук висококваліфікованого фахівця, виявлення сильної мотиваційної складової та переманювання ексклюзивного працівника з однієї компанії у компанію замовника.

Staff leasing (лізинг персоналу) передбачає, що спеціалізована агенція надає співробітників, які знаходяться у штаті, клієнту на відносно довгий термін – від трьох місяців до кількох років.

Краудсорсінг (англ. crowdsourcing, crowd – «натовп» і sourcing – «використання ресурсів») – залучення до вирішення певних проблем інноваційної виробничої діяльності широкого кола осіб для використання їх творчих здібностей, знань і досвіду.

Інтерим-менеджмент (від латинського «ad interem» – тимчасово виконувати обов'язки) дозволяє в короткий час оперативно використати управлінський персонал для вирішення бізнесових завдань для досягнення конкретних цілей.

Outstaffing (аутстафінг – вивід персоналу за штат) передбачає, що спеціалізована агенція оформлює у свій штат існуючий персонал компанії-клієнта або спеціально наймає для неї співробітників.

Preliminaring (омолодження персоналу) – це ключовий метод омолодження штату компанії-замовника через залучення молодих, талановитих і перспективних випускників закладів освіти, які легко проходять процес адаптації

Outplacement (аутплейсмент від out – поза, + placement – призначення на посаду) надають кадрові та рекрутингові агентства і полягає у процедурі звільнення працівників у результаті реорганізації, реінжинірингу для пом'якшення негативних наслідків для особи і збереження позитивного іміджу компанії.

Метод підбору на основі фізіогноміки визначає взаємозв'язок зовнішнього вигляду людини та її характеру. Проте його застосування має обмежений характер і підходить як допоміжний захід до традиційних технологій.

Метод підбору за допомогою соціоніки опирається на такі поняття, як логіка, етика, інтуїція, сенсорика, екстраверсія, інтроверсія, раціональність, ірраціональність. Використання цієї методики дозволяє проводити відбір персоналу, котрий найбільше підходить для виконання даного роду роботи при збереженні цінностей компанії, поваги до колективу, любові до виконуваної роботи, підтримки загальної політики організації.

Наступним важливим елементом покращення ефективності реалізації потенціалу внутрішнього середовища готелю є культура організації. Кожне підприємство, а особливо сфери послуг, має власну нематеріальну сутність – характер, структуру, специфіку, стиль функціонування. Все це впливає на процеси, що відбуваються всередині та на її контакти із зовнішнім середовищем.

Культура організації – характер, особливості, стиль функціонування кожного конкретного підприємства, які виявляються в поведінці і реакціях особистостей та соціальних груп її працівників, в їх судженнях, відносинах, у способах вирішення проблем організації праці і виробництва, в обладнанні і внутрішній естетиці, техніці й технології, що використовуються[3, с.475]. Саме така яскраво виражена культура готелю дозволить підприємству побудувати хороший сталий колектив, що і надалі забезпечуватиме стабільну якість послуг цього підприємства. Система цінностей, якими керуються на підприємстві, формується, з одного боку, в контексті самозародження основних загальних цінностей організації, а з іншого – впливає на їх склад і суть. Усі цінності організації менеджмент відбирає і оцінює і тільки після такої селекції впроваджує їх, дбаючи, щоб вони оволоділи свідомістю працівників.

До обставин, які характеризують формування культури організації готельного підприємства варто віднести наступні [3]:

1. Співробітник, приймаючи, підтримуючи і сповідуючи цінності та норми готелю, до якої він належить, не втрачає власної індивідуальності в культурній сфері.

2. Прийняття співробітником норм і цінностей підприємства не має бути абсолютним, а лише достатнім для функціонування як повноцінного працівника.

3. Палітра індивідуальних цінностей і норм співробітника у більшості випадків значно багатша за спектр цінностей і норм культури організації. Та частина цінностей і норм індивіда, яка виходить за межі культури організації, що являється у побутовій і соціальних сферах.

4. Культура організації готельного підприємства і культура суспільства не є простими арифметичними сумами культур співробітників організації або всіх організацій, які існують у суспільстві.

Тому вважаємо, що загальна культура управління поліпшує його організацію в готелі, спрощує і здешевлює його виробничі процеси, забезпечує злагодженість і чіткість роботи працівників, підвищує трудову дисципліну в організації.

Отже, підсумовуючи, хочемо відзначити, що, на нашу думку, основними заходами, спрямованими на підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства за допомогою розвитку внутрішнього середовища є можливість виявляти і забезпечувати перевагами свої послуги у порівняно з його замінниками; віднаходити і використовувати нові пріоритетні способи та методи надання послуг; покращити систему менеджменту у готелі; підтримувати сформований імідж та культуру організації та продовжувати забезпечення високої якості продукції та послуг; посилення впливу на споживачів (просування);

проведення систематичних маркетингових досліджень; вдосконалити рекламну кампанію тощо.

Список використаних джерел:

1. Аблязов Р. А., Падурець Г. І., Чудаєва І. Б. Командний менеджмент : навч. посіб. К.: Вид. дім «Професіонал», 2008. 352 с.
2. Крушельницька О. В. Управління персоналом . К. : Кондор, 2003. 296 с.
3. Скібіцька Л. І., Скібіцький О. М. Менеджмент : навч. посіб. К.: Центр учб. л-ри, 2007. 416 с.
4. Хміль Ф. І. Управління персоналом: підруч. К. : Академвидання, 2006. 487 с.

Артем Кулібаба,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Валентина Чичун,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ, ЯК СКЛАДОВА ПОВЕДІНКОВОГО МЕХАНІЗМУ

Система мотивації в Україні, враховуючи соціально-економічний стан країни в цілому, дає підстави стверджувати, що система мотивації знаходиться у кризовому стані. Це пов'язано з військовим станом, з військовою агресією росії, з поганим матеріальним становищем громадян та з нечіткими орієнтирами в системі мотивів до праці. Тому в основному перевага віддається матеріальному стимулюванню, а значення нематеріального стимулювання відводиться на другий план. Людина відіграє визначальну роль у досягненні очікуваних результатів праці. Проблема полягає в тому, що однакові трудові процеси різні працівники здійснюють з усілякими результатами. Відмінності результатів є наслідком складної взаємодії ряду чинників і об'єктивного, і суб'єктивного характеру: освіти, кваліфікації, виробничого досвіду, стану здоров'я, індивідуальних психофізіологічних якостей тощо.

Мотивуюча сила заробітку на українських підприємствах постійно зростає. Працівник прагне правильно і якісно зробити свою роботу і отримати за це гроші, це і є його мотивацією. І якщо вона його не спонукає до роботи, то підприємство наймає іншого[4]. Тому щоб забезпечити залученість працівників та підвищити мотивацію і, що є ще більш важливим, надати змогу персоналу перетворити залученість на продуктивність, підприємства слід використовувати нові інноваційні методи мотивування, враховуючи зарубіжний досвід. Характерною особливістю систем зарубіжних компаній є те, що вони приділяють належну увагу методам як матеріального, так і нематеріального стимулювання.

Особливістю підбору персоналу на підприємстві є те, що персонал часто обирається серед випускників університету або тих, хто ще не працював, оскільки в них немає стереотипів і вони швидко сприймають психологію, стиль роботи і мислення. Це забезпечує функціонування підприємства як єдиного злагодженого механізму, а наймані працівники, переймаючи досвід і знання своїх керівників, можуть реалізувати себе як спеціалісти своєї справи [1, 2]. Тобто працівники мають свободу у своїх діях і в той же час зацікавлені у результатах своєї діяльності задля одержання прибутку і кар'єрного росту. Ще одним фактором мотивування є стимуляція робітників часткою прибутку, отриманої за рахунок росту продуктивності праці й досягнення економії витрат. Перехід на вільний графік роботи сприяв взаємозамінності співробітників. Тобто у них з'явився реальний стимул переймати досвід один в одного, щоб мати можливість час від часу відлучатися у своїх справах, знаючи, що справа від цього не постраждає.

Значну увагу керівництву підприємства необхідно приділити також санітарно-гігієнічним умовам праці. Більша частина офісних площ повинна припадати на просторі, повні світла зали з мінімум стін, перегородок і максимум вікон і вільного простору [3]. Така система одночасно гарантує свободу від диктату зі сторони колективу і дає можливість кваліфікованим працівникам заробляти стільки, скільки вони можуть. Ще одним сучасним способом удосконалення мотивації є мотивація вільним часом, або модульна система компенсації вільним часом. Особливість її в тому, що розходження в навантаженні працівників, які обумовлені роботою в різний час доби і дні тижня, компенсуються наданням вільного часу, а не грошовими надбавками. Ця форма мотивації ще не одержала поширення в практиці українських підприємств, але досвід використання її зарубіжними фірмами свідчить про необхідність її впровадження. Використання гнучких форм зайнятості (гнучкий графік роботи, скорочений робочий день, надання відгулів, збільшення відпустки) надає можливість працівникам раціонально розподіляти свій час роботи й відпочинку.

Отже, у нинішній ситуації для удосконалення своєї системи мотивації праці, для успішної і злагодженої роботи слід використовувати комплекс методів як матеріального, так і нематеріального стимулювання.

Список використаних джерел:

1. Баніт О. В. Системи професійного розвитку менеджерів у транснаціональних корпораціях: досвід Німеччини і Польщі: монографія / О. В. Баніт. – Київ: ДКСЦентр, 2018. – 414 с.

2. Менеджмент персоналу: навч.-методич. посіб. / Дяків О. П., Коцур А. С., Островерхов В. М., Надвиничний С. А., Шкільняк М. М., Шушпанов Д. Г. / за заг. ред. М. М. Шкільняка. Тернопіль. 2022. 280 с.

3. Овсієнко А. Зовнішній вигляд як запорука позитивного іміджу ділової людини. Соціум. Документ. Комунікація : зб. наук. ст. ДВНЗ «Переяслав-Хмельн. ДПУ ім. Г. Сковороди». Переяслав-Хмельницький, 2019. Вип. 7. С. 160-172.

4. Олійник Т. Г. Стратегічне управління людськими ресурсами : опорний конспект лекцій для здобувачів вищої освіти третього освітньо-наукового ступеня PhD спеціальності 073 «Менеджмент». Миколаїв : МНАУ, 2019. 62 с.

Назар Лаврук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Любов Гут,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ АКТИВІВ З МЕТОЮ ЇХ ОПТИМІЗАЦІЇ

Зміни регуляторної політики держави вимагають оперативних змін щодо політики управління підприємством, щоб утримати свої позиції на ринку. Велику роль у фінансовій політиці будь-якого економічного суб'єкта відіграють оборотні активи та ефективне управління ними, оскільки саме оборотні активи забезпечують фінансові результати діяльності підприємства та його платоспроможність.

Оборотні активи організації - це фонд коштів, і навіть джерела цих коштів, що застосовуються на фінансування поточної діяльності, тобто формування оборотних активів, з допомогою власних, позикових та інших джерел.

Більшість сучасних вчених в частині управління активами розуміють діяльність підприємства, спрямовану на досягнення поставлених цілей шляхом раціонального використання наявних ресурсів із застосуванням принципів і методів економічного механізму управління. Зокрема, І.А. Бланк під управлінням активами розуміє «...

систему принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з їх формуванням, ефективним використанням в різних видах діяльності підприємства і організацією їх обороту» [2, с. 321].

Між активами підприємства і джерелами їх формування існують певні співвідношення. Згідно з правилами фінансового менеджменту передбачається, що оборотні активи фінансуються за рахунок короткострокових джерел, а необоротні кошти – за рахунок власного капіталу або довгострокових зобов'язань.

Можна зробити висновок про взаємозв'язок структури капіталу і структури активів, тобто оптимізуючи структуру капіталу, підприємство одночасно оптимізує структуру активів відповідно до цілей і завдань, що стоять перед підприємством. Рішення про вибір структури капіталу не можна приймати ізольовано. Воно повинно бути частиною обгрунтованої стратегії фінансування, в якій враховуються ринкова позиція компанії, майбутні інвестиційні можливості, очікувані грошові потоки, фінансова політика і потреба у фінансуванні».

Матрицю з управління активами можна уявити як систему, що складається як мінімум з чотирьох частин загального, і кожна його частина розвиває наступну, дозволяючи розвиватися підприємству в цілому.

Гончаровою А.І. запропонований підхід до управління структурою активів на основі «функціональної моделі оптимізації вибору політики управління структурою капіталу» [2, с. 69], яке полягає у моделюванні процесу продажами високоліквідного активу за умови заданого обмеження на мінімальний обсяг продажів та встановленого цільового рівня обсягів реалізації активу. Дана модель містить в собі фінансові інструменти, механізми внутрішньої та зовнішньої структурної оптимізації капіталу і фінансової політики. На підставі сформульованої стратегії розвитку підприємства, розробленої на підставі обґрунтованої стратегії фінансування, в якій враховуються ринкова позиція компанії, майбутні інвестиційні можливості, очікувані грошові потоки, фінансова політика і потреба у фінансуванні (SWOT-аналіз) або іншої концепції, проводиться розробка стратегії розвитку підприємства.

Вибір фінансової політики відповідно до розробленої стратегії розвитку здійснюється у два етапи:

На першому етапі фінансовий менеджер підприємства обирає одну з чотирьох фінансових політик, кожна з яких передбачає вибір основного напрямку фінансової політики зміни структури підприємства:

1) об'єднання даного підприємства з іншими, більш потужними компаніями (синергія капіталів);

2) збільшення капіталу підприємства;

3) зменшення капіталу підприємства в процесі оптимізації структури для усунення зайвого майнового тягаря;

4) дроблення капіталу підприємства, як вимушений захід, сприяє фінансовому оздоровленню і подальшому розвитку господарюючого суб'єкта по частинах.

На другому етапі для обраного напрямку фінансовий менеджер підприємства обирає набір фінансово-господарських інструментів, що забезпечують формування нових підприємств, до їх складу входять:

1) приєднання до фінансово-промислової групи;

2) злиття капіталів двох і більше підприємств;

3) виділення з діючого двох і більше підприємств при відновленні платоспроможності підприємства в силу «відсікання» фінансово проблемної його частини, але найчастіше - за рахунок інтересів держави як одержувача податків або власника;

4) перетворення підприємства в іншу організаційно-правову форму;

5) поділ майна на два і більше підприємства;

6) продаж підприємства як єдиного майнового комплексу.

До складу фінансово-господарських інструментів, що забезпечують розвиток діючого підприємства входять:

1) продаж непрофільних активів і допоміжних виробництв;

2) концентрація фінансово-збутових потоків через власну територіальну мережу;

3) фінансовий лізинг дає суттєву економію фінансового потоку на тривалу перспективу;

4) лістинг акцій;

5) фінансові механізми технологічних інновацій сприяють економії;

6) передача в оренду майна.

На основі використання основного напрямку фінансової політики зміни структури підприємства та фінансово-господарських інструментів фінансовий менеджер обирає найбільш оптимальний варіант фінансової політики.

Для оптимізації структури капіталу в умовах кризи основним напрямом фінансової політики є зменшення капіталу підприємства.

Фінансова політика, спрямована на формування нових підприємств, передбачає такі напрями:

- злиття капіталів двох і більше підприємств дозволить консолідувати і наростити фінансові потоки, розширить перспективи технологічного розвитку;

- поділ майна на 2 і більше підприємства;

- виділення з діючих 2-х і більше підприємств сприятиме «відсікання» фінансово проблемної його частини, найчастіше - за рахунок інтересів держави як одержувача податків або власника.

Грамотне управління активами дозволить зробити обгрунтованим вибір керівництва. Якщо вибрати стратегію щодо збільшення активів підприємства, необхідно зробити прогнозний розрахунок, на скільки залучення нових коштів скоротить витрати і визначити додаткову вартість вкладень капіталу і їх можливість окупатися. Цей моніторинг дозволить спрогнозувати отримання прибутку тільки через певний період часу, якщо такий варіант не підходить для господарюючого суб'єкта, то необхідно вибрати варіант фінансової стратегії при скороченні пасивів.

На підставі вищевикладеного можна зробити висновок: результати аналізу структури активів дозволяють уточнити вибір політик оптимізації структури капіталу підприємства, тим самим оптимізувати управління структурою активів на підставі обраної стратегії розвитку підприємства. Раціональність в управлінні активами - найважливіше завдання керівництва, яка дозволить домогтися ефективності і прибутковості бізнесу. Тому для рентабельності виробничого циклу можна вводити в фінансовий процес тільки той обсяг оборотних коштів, який належить використовувати і на необхідний мінімальний період часу.

Список використаних джерел:

1. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент. Київ : Ніка-Центр, 2006. 653 с.

2. Гончарова А. І. Відновлення платоспроможності підприємства: модель оздоровлення фінансів // Фінанси. 2014. № 8. С.68-78

Максим Молдован.
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,
наук. кер. – Любов Гут,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Підвищення ефективності управління прибутком підприємства передбачає узгодження стратегії управління прибутком із загальною стратегією управління підприємством. Як складова стратегічного управління підприємством управління прибутком потребує уточнення таких аспектів, як підходи до управління прибутком, завдання та принципи управління прибутком, елементи системи управління прибутком тощо.

Гуменюк В. С. систематизував основні підходи до управління прибутком: стратегічний (розробка системи управління прибутком з урахуванням стратегічної спрямованості розвитку підприємства); організаційний (процес управління прибутком розглядається як комплекс організаційно-управлінських рішень); системний (система управління прибутком є сукупністю функціональних підсистем управління, які у процесі взаємодії забезпечують економічну ефективність від управління прибутком). [3, с. 51-52]

Завдання управління прибутком спрямовані на реалізацію окремих аспектів діяльності: стратегічний аспект управління прибутком (формування оптимального розміру фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до стратегічних цілей), маркетинговий аспект (отримання прибутку від впровадження маркетингових заходів), виробничий аспект (забезпечення максимізації прибутку з урахуванням ресурсного потенціалу підприємства) та інвестиційний аспект (забезпечення зростання ринкової вартості підприємства).

При управління прибутком в системі стратегічного управління підприємством доцільно застосовувати такі принципи [3, с. 52]: системності (забезпечення економічної ефективності процесу управління прибутком); комплексності (урахування при управлінні прибутком потреб основних функціональних підсистем управління підприємством); безперервності (реалізація процесу управління прибутком підприємства на постійній основі з урахуванням впливу факторів екзогенного та ендогенного середовищ); варіативності (реалізація сценарного підходу при управлінні прибутком); орієнтації на стратегічні цілі розвитку підприємства (узгодження цілей управління прибутком із стратегічними цілями розвитку підприємства); динамічності (управління швидка адаптація до нових завдань при управлінні прибутком).

Жигалкевичем Ж. М. та Фісенко Е. С. визначені елементи системи управління підприємством, які повинні бути підпорядковані системі стратегічного управління підприємством: концепція управління прибутком; політика підприємства щодо управління прибутком; принципи управління прибутком; механізм управління прибутком; інформаційна система; методи аналізу та планування прибутку. [6, с. 146].

Необхідність управління прибутком з позиції концепції стратегічного управління обумовлюється тим, що саме прибуток характеризує економічний ефект від здійснення господарської діяльності підприємства, він одночасно є і фінансовим результатом, і основним елементом фінансових ресурсів підприємства як джерело формування бюджетів різних рівнів [5, с. 191].

Аналізуючи управління прибутком як складову системи стратегічного управління, необхідно достатньо уваги приділяти питанням узгодження загальної стратегії розвитку підприємства та стратегії управління прибутком. Вишневський О. О. пропонує для досягнення цієї мети застосовувати категорію «цінності», яка безпосередньо пов'язана із місією підприємства [1, с. 103].

Результатом узгодження стратегії управління прибутком та стратегії розвитку є певний синергетичний ефект, який проявляється у зростанні швидкості досягнення стратегічних цілей підприємства. Для удосконалення процедури узгодження цих стратегій необхідно визначити, які ознаки має потенційно ефективна стратегія. Основні характеристики ефективної стратегії підприємства систематизовано В. П. Мікловдою, І. Г. Брітченко, Н. Ю. Кубіній, Ю. О. Дідовичем [4, с. 59].

Ефективність стратегії характеризується класичними показниками ефективності інвестиційних проектів (чистий дисконтований дохід, внутрішня норма дохідності,

термін окупності), і реалізується протягом певного проміжку часу, тому адекватне оцінювання співвідношення надходжень та видатків грошових коштів можливе лише за умови дисконтування цих потоків.

В процесі стратегічного управління прибутком ключового значення набувають питання формування прибутку, з одного боку, та його розподіл – з іншого. Прибуток підприємства може бути отримано внаслідок провадження операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Розподіл прибутку в системі стратегічного управління підприємством складається з такого комплексу заходів [8, с. 301]: управління сплатою податкових зобов'язань з прибутку; оптимізація пропорцій розподілу прибутку на частини, що капіталізуються та споживаються; управління частиною прибутку, що капіталізується, та, що споживається.

Коваленко Д. І. та Бейгул В. І. аналізуючи стратегічне управління прибутком в системі стратегічного управління підприємством, підкреслюють, що оцінювання ефективності управління прибутковістю підприємства з позиції економічної збалансованості повинно здійснюватися на основі обраного критерію економічної збалансованості та порогів економічно збалансованого розвитку підприємства [7, с. 47].

Циклічні причинно-наслідкові зв'язки між підсистемами управління прибутком дослідили Власенко Т. Ю. та Стародубцева О. С. [2, с. 257] і встановили, що з позиції системного підходу управління прибутком – складна система, яка складається з таких функціональних підсистем: планування прибутку; аналіз прибутку; прогнозування прибутку; контроль за фактичними даними.

Таким чином, управління прибутком підприємства є вагомою складовою системи його стратегічного управління. Стратегія управління прибутком належить до функціональних стратегій підприємства, є частиною його стратегічного набору, тому взаємоузгодження стратегії управління прибутком із стратегією управління потенціалом підприємства та загальною стратегією його розвитку набувають першочергового значення при плануванні комплексних господарських рішень підприємства в умовах невизначеності та ризику.

Список використаних джерел:

1. Вишневський О. С. Загальна теорія стратегування: від парадигми до практики використання : монографія. Київ, 2020. 156 с.

2. Власенко Т. Ю., Стародубцева О. С. Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління. Молодий вчений. 2020. № 12 (64). С. 256-259.

3. Гуменюк В. С. Теоретичні основи управління прибутком підприємств. Інфраструктура ринку. 2020. № 20. С. 51-55.

4. Ефективність стратегічного управління підприємствами: сучасні проблеми та перспективи їх вирішення : монографія / В. П. Мікловда, І. Г. Брітченко, Н. Ю. Кубіній, Ю. О. Дідович. Полтава : ПУЕТ, 2013. 218 с.

5. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. Економіка та суспільство. 2018. С. 189-192.

6. Жигалкевич Ж. М., Фісенко Е. С. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємством. Економіка і суспільство. 2018. № 4. С. 145-148.

7. Коваленко Д. І., Бейгул В. І. Формування стратегії управління прибутковістю підприємства. Міжнародний науковий журнал. 2015. № 2. С. 43-48

8. Николишин С. Є. Прибуток підприємства та особливості управління ним. Молодий вчений. 2019. № 2 (42). С. 299-303.

Дмитро Пака,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Юлія Урсакій,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Загострення конкурентної боротьби зумовило необхідність розроблення сучасними підприємствами стратегії свого розвитку. Значення стратегічної поведінки, що дає змогу підприємству виживати в конкурентній боротьбі в довгостроковій перспективі, різко зросло в останні десятиліття. Нині всі підприємства в умовах жорсткої конкуренції, ситуації, що швидко змінюється, повинні не тільки концентрувати увагу на внутрішньому стані справ підприємства, а й виробляти стратегію довгострокової поведінки, яка давала б їм змогу стежити за змінами, що відбуваються в їхньому оточенні [1].

Війна, яка спричинила кризу в Україні, та у зв'язку з цим недостатнє опрацювання в даний час обґрунтованої довгострокової макроекономічної політики держави істотно ускладнює формування підприємствами і державними органами довгострокової ринкової стратегії.

Стратегічне управління на підприємстві являє собою набір дій і рішень, ужитих керівництвом, які ведуть до розроблення специфічних стратегій, призначених для того, щоб допомогти йому досягти своїх цілей. Стратегічне управління - це управління, у центрі якого стоїть стратегічний вибір, що сприяє ухваленню та здійсненню стратегічних рішень. Процес стратегічного управління є інструментом, що допомагає в ухваленні управлінських рішень. Його завдання - забезпечити нововведення і зміни в діяльності підприємства достатньою мірою [2].

У розв'язанні стратегічних завдань підприємства стратегічне управління відіграє ключову роль, під ним розуміють процес розроблення та підтримання стратегічної рівноваги між цілями і можливостями організації в мінливих ринкових умовах. Мета стратегічного управління – визначити найперспективніші напрями діяльності підприємства, що забезпечують його вдосконалення та розвиток.

Предметом стратегічного управління є:

- проблеми, які прямо пов'язані з генеральними цілями організації;
- проблеми та рішення, пов'язані з будь-яким елементом організації, який необхідний для вирішення завдань з досягнення цілей;
- проблеми, пов'язані із зовнішніми факторами, які є неконтрольованими [3].

Стратегічне управління виражається в таких п'яти функціях: планування стратегії; виконання стратегічних планів; координація дій з реалізації стратегічних завдань; мотивація досягнення стратегічних рішень; контроль процесу виконання стратегії [4].

Таким чином, стратегічне управління – це плановий процес створення і підтримання стратегічної відповідності між цілями підприємства, його потенційними можливостями і шансами на успіх у ринковій діяльності. В основу розроблення стратегічних планів береться аналіз перспектив розвитку підприємства за певних припущень про зміну зовнішнього середовища, в якому воно функціонує. Найважливішим елементом цього аналізу є визначення позицій підприємства в конкурентній боротьбі за ринки збуту своєї продукції.

На основі такого аналізу формуються цілі розвитку підприємства та обираються стратегії їх досягнення. Якщо довгостроковий і річний плани підприємства передбачають планування обраних напрямів розвитку, то в рамках стратегічного управління вирішуються питання про те, які нові напрями слід розвивати, а які з наявних – ліквідувати. Стратегічне управління спрямоване на адаптацію діяльності підприємства

до постійно мінливих умов зовнішнього середовища і на отримання вигод із нових можливостей.

Слід виділити чотири основні завдання розроблення стратегічного плану підприємства:

- аналіз стану, в якому перебуває підприємство в даний час (визначення ключових чинників навколишнього середовища, економічних, комерційних, науково-технічних та інших тенденцій розвитку підприємства);
- визначення основних цілей і завдань розвитку підприємства з точки зору ефективного використання капіталу і забезпечення окупності інвестицій;
- визначення стратегії мобілізації ресурсів підприємства для досягнення основних цілей і завдань його розвитку;
- розроблення цільових планів і програм як розвитку підприємства та його структурних підрозділів, так і створення нових товарів (продуктів, послуг).

Ці чотири завдання, на нашу думку, зумовлюють логічну послідовність формування стратегічного управління підприємством у цілому.

Отже, стратегічне управління на підприємстві виступає засобом досягнення його цілей. Таке управління – набір дій і рішень, ухвалених керівництвом, що забезпечують розроблення специфічних стратегій, щоб допомогти підприємству досягти його глобальних цілей.

Список використаних джерел:

1. Клочко Т.А. Оцінка стану та перспективи розвитку підприємства. URL: https://ser.net.ua/index.php/SER/article/view/407 (Дата звернення 07.11.2023).

2. Тищенко О.М. Стратегічне управління : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Харків : ХНАДУ, 2016. 252 с. URL: https://vseosvita.ua/library/embed/01003qnw-c7a5.doc.html (Дата звернення 07.11.2023).

3. Толстова С.А. Сучасні інструменти стратегічного управління. URL: https://economics.net.ua/files/archive/2017/No2/109.pdf (Дата звернення 06.03.2023)

4. Пастух К. В. Стратегічне управління : конспект лекцій для студентів бакалаврату всіх форм навчання спеціальності 281 – Публічне управління та адміністрування. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2020. 60 с. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/287725583.pdf (Дата звернення 06.03.2023).

Ольги Прижбило,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Валентина Чичун,
Чернівецький торгівельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективна діяльність підприємства залежить не тільки від високого рівня конкурентоспроможності, достатнього майнового потенціалу, а й від компетенцій персоналу та ефективності його внутрішньої організації. Персонал підприємства вважають конкурентоспроможним, якщо він має виражений потенціал. Саме завдяки кадровому потенціалу підприємство може реалізувати свої цілі.

Однією з невід'ємних складових при розгляді факторів, що характеризують управління персоналом є організаційна культура підприємства. Тобто, організаційна культура підприємства є унікальна для кожної організації сукупність формальних і неформальних норм і стандартів поведінки, яким підкоряються члени організації; структура влади та її компетентність; є система винагород і способів їх розподілу; цінності, унікальні для даної організації; моделі комунікації; базисні переконання, що

розподіляються членами організації та діють підсвідомо, і визначають спосіб бачення себе й оточення [1, 4, с. 122].

Перераховані фактори за своїм складом зумовлюють той факт, що саме кадровий потенціал характеризується найбільшою активністю і найменшою передбачуваністю розвитку порівняно з іншими елементами системи ресурсів підприємства. Персонал потребує постійної уваги з боку керівництва щодо розвитку його професіоналізму, творчих та розумових можливостей і бажання, мотивації працювати загалом. Адже кадровий потенціал підприємства безпосередньо залежить від персоналу, від його здатностей якісно та ефективно виконувати свої обов'язки. Тому систему управління персоналом потрібно постійно удосконалювати.

Слід також зазначити, що робота з персоналом на підприємстві не починається з вакансії і не закінчується прийманням на роботу. Процес роботи з персоналом повинен здійснюватися шляхом узгодження таких аспектів кадрової роботи, як розробки загальних принципів кадрової політика, визначення пріоритетних цілей; інформаційна політика – створення системи руху кадрової інформації; фінансова політика – формування та розподіл коштів, забезпечення ефективної системи стимулювання праці; політика розвитку персоналу – розробка та виконання програми розвитку кар'єри, профорієнтування і адаптація персоналу, планування професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації; оцінка результатів діяльності кадрів – аналіз відповідальності кадрової роботи і стратегії організації, виявлення проблем у кадровій роботі, оцінка роботи персоналу [2, с. 49; 3].

Однак, потрібно враховувати особливості розвитку кожного окремого підприємства та умов його розвитку в залежності від чинників зовнішнього середовища. У зв'язку з цим потрібно приділяти більше уваги дослідженню таких проблем, як формування ефективної системи управління персоналом і збереженню їх кадрового потенціалу, практиці та перспективам його розвитку, створення власної ефективної системи навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників підприємств, системі пошуку та відбору керівних кадрів.

Щодо формування нових умов розвитку трудового потенціалу слід сказати наступне. Працівники підприємства перебувають в періоді формування нових умов розвитку свого трудового потенціалу. Адже керівна ланка визначає потреби підприємства і його можливості щодо забезпечення та надання гостям найкращих умов, а також визначає ті фактори, які задовольняють економічні та фінансові потреби самого підприємства. Отже, враховуючи сучасні тенденції розвитку нового потенціалу підприємство надає можливість проявити свій трудовий потенціал.

Список використаних джерел:

1. Дмитрієв І.А. Управління трудовим потенціалом на засадах рейтингування: монографія / І.А. Дмитрієв, І.Ю. Шевченко, Г.М. Максимюк. − Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. − 232 с.

2. Козирєва О. В., Ковальова В. І., Глєбова Н. В. Управління персоналом. Навчальний посібник. – Х. : Видавництво Іванченка, 2021. – 126 с.

3. Олуйко В. М. Управління персоналом в умовах децентралізації: навчальний посібник. Київ, 2018.- 504с.

4. Управління командами: навчальний посібник. / О.В. Хитра - Хмельницький: ХНУ, 2017. - 495 с.

Олег Проскурняк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Валентина Чичун,
Чернівецький торгівельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО ТА ПОСТВОЄННОГО ЧАСУ

Воєнні конфлікти породжують значні економічні та фінансові виклики. Руйнування інфраструктури, втрати робочої сили та невизначеність у сфері зовнішньої торгівлі створюють серйозні перешкоди для фінансового забезпечення підприємств і розвитку територій.

Фінансовий менеджмент включає в себе планування фінансових ресурсів, оптимізацію витрат, управління ліквідністю та ефективне використання інвестицій. У воєнний період це особливо важливо, оскільки ресурси стають обмеженими, і вирішальною стає їхнє раціональне розподілення[1, с. 98]. Фінансовий менеджмент повинен орієнтуватися на збереження робочих місць та підтримку підприємств. Це може включати в себе програми фінансової допомоги, податкові пільги та інші заходи, спрямовані на збереження стабільності в економіці.

Умови теперішнього часу вимагають від підприємств створення резервів та розробки стратегій фінансової стійкості. Це може включати в себе диверсифікацію виробництва, залучення інвестицій для реконструкції, а також розвиток альтернативних джерел доходів.

Фінансовий менеджмент сьогоднення вимагає активної співпраці з урядовими та місцевими органами. Створення ефективної комунікаційної системи та обмін інформацією є ключовим для координації заходів та підтримки розвитку.

Небезпека для стабільності та економічного розвитку підвищується, і від правильної стратегії фінансового менеджменту залежить велика міра відновлення економіки та підтримка підприємств та територій.

Фаза відновлення: стратегії фінансового менеджменту [2; 5]:

1. Ліквідація наслідків та відновлення інфраструктури:

Фінансовий менеджмент повинен фокусуватися на швидкій ліквідації збитків та відновленні виробничих потужностей та інфраструктури.

2. Підтримка персоналу та соціальна відповідальність:

Збереження робочих місць та соціальна підтримка працівників важливі для відновлення економіки та підтримки громад.

3. Фінансова підтримка та допомога від уряду:

Залучення фінансових ресурсів від уряду, створення програм фінансової підтримки та податкових пільг допомагають підприємствам пережити кризу.

Стратегії фінансового менеджменту в поствоєнний період [3; 4]

1. Диверсифікація та реконструкція:

Підприємства повинні розглядати можливості диверсифікації та реконструкції для створення нових джерел доходу.

2. Інвестиції в інновації та технології:

Використання інновацій та новітніх технологій сприяє підвищенню конкурентоспроможності та ефективності.

3. Стале партнерство з урядом та місцевими органами:

Партнерство з урядовими та місцевими органами є ключовим для ефективного фінансового менеджменту та підтримки розвитку.

Сьогоднішні події ставлять підприємства перед складними завданнями. Однак, через правильно орієнтований фінансовий менеджмент можливо забезпечити стабільність, підтримку економічного розвитку та покращення якості життя

Фінансовий менеджмент у воєнний та поствоєнний період - це постійний баланс між викликами та можливостями. Він вимагає гнучкості, стратегічного планування та дієвого управління ресурсами. Правильно спрямований фінансовий менеджмент може визначити успіх відновлення та сталого розвитку підприємств та територій в умовах складних ситуацій.

Список використаних джерел:

1. Брігхем Є. Ф. Основи фінансового менеджменту: Пер. З англ. – Київ: Молодь, 1997- 1000с.
2. Біла О. Г. Фінансове планування і прогнозування: навчальний посібник / О. Г. Біла // Львів. – 2005. 312 с.
3. Фінансовий менеджмент: підручник; кер. кол. авт. і наук. Ред. Проф. А.М.Поддєрьогін. – 2-ге вид., перероб. – Київ,: КНЕУ, 2017.
4. Крамаренко Г. О. Фінансовий менеджмент [Текст]: підруч. / Г. О. Крамаренко, О. Є. Чорна. – К. : ЦНЛ, 2006. – 520 с.
5. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / [Васьківська К. В., Сич О. А.]. Львів: «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2017. – 236 с.

Станіслав Савчук,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Ірина Лошенюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ЗНАЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі постає питання розробки нової кадрової політики для підприємства, яка б охоплювала сфери, що раніше мало враховувались, а саме, приділяється більше уваги сфері трудових конфліктів, взаємовідносин з адміністрацією та громадськими організаціями, роль соціальних програм, які впливають на виробничу віддачу персоналу. На даний час, враховуючи ситуацію на ринку праці, необхідно проаналізувати наявність конкуренції, джерела комплектування, структурний і професіональний склад вільної робочої сили. Також, важливо отримати уявлення про професійні і громадські об'єднання, в які залученні працівники або кандидати на роботу. Стратегію діяльності подібних об'єднань, їх традиції і пріоритети в засобах боротьби необхідно враховувати для створення і реалізації ефективних кадрових програм.

На сучасному етапі постає питання розробки нової кадрової політики для підприємства, яка б охоплювала сфери, що раніше мало враховувались, а саме, приділяється більше уваги сфері трудових конфліктів, взаємовідносин з адміністрацією та громадськими організаціями, роль соціальних програм, які впливають на виробничу віддачу персоналу. На даний час, враховуючи ситуацію на ринку праці, необхідно проаналізувати наявність конкуренції, джерела комплектування, структурний і професіональний склад вільної робочої сили. Також, важливо отримати уявлення про професійні і громадські об'єднання, в які залученні працівники або кандидати на роботу. Стратегію діяльності подібних об'єднань, їх традиції і пріоритети в засобах боротьби необхідно враховувати для створення і реалізації ефективних кадрових програм.

При розробці кадрової політики, для підприємства необхідно орієнтуватися на загальну Декларацію прав людини, Конституцію держави, Програму керуючої партії, Цивільний кодекс та Кодекс законів про працю. Тож, кадрова політика має розроблятися вищим керівництвом підприємства і кадровими службами. Основні моменти цієї політики повинні обговорюватися в колективі і з профспілками. В основі розробки кадрової політики повинен лежати аналіз структури персоналу, ефективності використання робочого часу, прогнози розвитку виробництва та зайнятості. Поряд з науковою та юридичною обґрунтованістю положення внутрішньої кадрової політики повинні бути максимально конкретними і адресними. Завжди повинно бути відомо, хто відповідає за здійснення того чи іншого напрямку роботи[1, 4]. Кого передбачається мати у резерві на просування, в якій послідовності і за якими критеріями буде

здійснюватись планове переміщення працівників, направлення їх на навчання або на підвищення кваліфікації.

При розробці кадрової політики на підприємстві потрібно враховувати такі елементи, як тип влади в суспільстві, стиль керівництва, філософія підприємства, правила внутрішнього розпорядку, колективний договір, статут організації. На нашу думку, ці елементи є додатковими факторами, які впливають на формування кадрової політики, і через них вона реалізується [2, 3].

На наш погляд, при розробці кадрової політики, загальним для всіх господарюючих суб'єктів повинно бути те, що кадрова політика повинна бути послідовною і відповідати місії та цілям підприємства. Також бути часткою загальної стратегії підприємства. Необхідно звернути увагу на те, щоб відбувалася взаємодія кадрової політики із інвестиційним, інноваційним проектами та фінансовими можливостями підприємства.

Необхідно також зазначити, що кадрова політика підприємства має здійснюватися стратегічними та оперативними системами управління. Завдання кадрової стратегії полягає в тому, щоб піднімати престиж підприємства, досліджувати атмосферу всередині підприємства, аналізувати перспективи розвитку потенціалу робочої сили, узагальнювати і попереджувати причини звільнень з роботи.

Отже, на основі вище викладеного, можна стверджувати, що кадрова політика підприємства повинна розроблятися вищим керівництвом і кадровими службами з врахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів. Вибрані фактори впливають на її формування, а також додаткових факторів, які охоплювали сфери, що раніше мало враховувались: сфера трудових конфліктів, взаємовідносин з адміністрацією та громадськими організаціями, роль соціальних програм, які впливають на виробничу віддачу персоналу.

Список використаних джерел:

1. Бонтлаб В. В. Проблеми теорії та практики нормативноправового регулювання вирішення трудових спорів (конфліктів): монографія. Київ: ПВГОІ; 2019. 420 с.

2. Козирєва О. В., Ковальова В. І., Глєбова Н. В. Управління персоналом. Навчальний посібник. – Х. : Видавництво Іванченка, 2021. – 126 с.

3. Лобза А. В., Гузь І. С. Підходи до розробки системи оцінки ефективності діяльності персоналу сучасного підприємства. Молодий вчений. 2018 №1 (53). С. 510-513.

4. Лугова В. М., Голубєв С. М.Основи самоменеджменту та лідерства : навч.посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 212 с.

Денис Свекла,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність 073 «Менеджмент»,
наук. кер. – Юрій Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Запущений в Україні механізм децентралізації влади забезпечив передачу повноважень та бюджетних надходжень від державних органів до органів місцевого самоврядування. Важливого значення набули територіальні громади, які можуть впливати на розподіл ресурсів. Громадські організації, до складу яких входять члени територіальних громад, почали долучатися до участі в розподілі ресурсів, а також реалізувати свої справа, надані чинним законодавством: брати участь у формуванні державної влади й управління; реалізовувати законодавчу ініціативу; брати

участь у виробленні рішень органів державної влади та управління; представляти й захищати інтереси своїх членів (учасників) у державних і громадських органах.

Київським міжнародним інститутом соціології у межах проєкту «Ініціатива секторальної підтримки громадянського суспільства» проведене соціологічне дослідження «Громадянське суспільство в Україні в умовах війни — 2022» [3]. Згідно з результатами дослідження, станом на грудень 2021 року кількість зареєстрованих громадських організацій досягла 96258, що на 19193 більше, ніж в 2013 році (приріст 25%). Однак повномасштабне вторгнення 2022 року зменшило кількість нових ГО, що з'являються в Україні. До вторгнення найчастіше серед пріоритетів громадських організацій називали культуру, спорт і туризм (36,0%) та освіту (29,1%), то зараз їх згадують рідше (відповідно на 8,8% і 5,3%). Водночас допомога армії і жертвам російської агресії зараз стали основним напрямком діяльності для 43% громадських організацій.

Серед загальної кількості зареєстрованих організацій справді дієвими є лише невеликий відсоток. Причина полягає у нестачі ресурсу – часового, фінансового, людського, матеріального тощо. Проте однією з найважливіших причин є відсутність стратегічного управління загалом та чіткого плану розвитку організацій зокрема. Тому діяльність відбувається хаотично, без цілісної картини всіх процесів.

Оскільки в більшості громадських організацій немає досвіду стратегічного управління, відсутні стратегічні плани розвитку з обгрунтованими цілями й завданнями, постановкою проблем та напрямками їх вирішення, недостатній рівень знань та навичок, іноді просто брак часу, бажання й досвіду учасників для аналізу факторів, які можуть вплинути на розвиток та перспективи діяльності, відсутній дієвий механізм впливу на органи державної влади та місцевого самоврядування, то відчутною є слабка позиція таких об'єднань, мінімальна їх значимість для органів місцевого самоврядування.

Зміст стратегічного управління розвитком громадської організації полягає у створенні необхідних умов для кількісно-якісних перетворень та координації дій, спрямованих на попередження формування й усунення протиріч, які виникають як у внутрішньому середовищі, так і внаслідок його взаємодії з зовнішнім середовищем, передбачає проходження ряду етапів у чіткій послідовності: 1) SWOT-аналіз зовнішнього середовища; 2) стратегічний аналіз потенціалу громадської організації; 3) оцінка конкурентоспроможності; 4) формування стратегії розвитку громадської організації; 5) стратегічне планування; 6) реалізація стратегії; 7) моніторинг та оцінка діяльності громадської організації.

На особливу увагу заслуговує стратегічне планування, як одна із функцій стратегічного управління діяльністю, важливе не лише для організацій-початківців, але й для досвідчених, які хочуть вийти на новий етап розвитку, вирішувати нові завдання й бути успішними в своїй громаді.

Стратегічне планування діяльності громадської організації має включати кілька етапів:

1. Формування місії – визначає напрямки майбутнього організації, описує мрію, вибирає вектор руху, має опиратися на основні ціннісні орієнтири організації, які закладають основу її впізнаваності, її бренду.
2. Оцінка можливостей і загроз (SWOT-аналіз).
3. Розробка цілей і завдань – здійснюється з врахуванням сформованої місії та результатів аналізу. Стратегічні цілі мають бути SMART (Specific – визначеність, Measurable – вимірюваність, Achievable – досяжність, Realistic – реалістичність, Timely - своєчасність).
4. Оцінка результатів – відбувається як на кінцевому етапі, так і на проміжних, що дає можливість перевіряти, наскільки правильно визначені цілі, поставлені завдання і підібрані ресурси.

Діяльність більшості громадських організацій безвідривно пов'язана з реалізацією проєктів, тому кожен з них має розглядатися з позиції загальної стратегії як інструмент її реалізації, а стратегія – втілюватися на засадах проєктного підходу до реалізації пріоритетів. Проєкт – це ефективний спосіб створення послуги, продукту, розв'язання певної проблеми чи втілення в життя цікавої ініціативи. Проєктний менеджмент у громадській організації передбачає управління: проєктом; змістом проєкту; термінами; бюджетом; людськими ресурсами; комунікаціями; ризиками.

Оскільки реалізація більшості проєктів вимагає фінансових ресурсів, а громадські організації найчастіше є безприбутковими суб'єктами господарювання, то виникає потреба залучення коштів. Так, основними джерелами фінансування громадського сектору в Україні є пожертви, членські та благодійні внески або донати. Далі з великим відривом слідують міжнародні гранти (21,6%) і доходи від власної економічної діяльності (15,3%) [3].

В умовах нестачі фінансових ресурсів для реалізації громадськими організаціями проєктів одним із напрямків діяльності має стати фандрайзинг. Це професійна діяльність щодо мобілізації фінансових та інших ресурсів з різноманітних джерел для реалізації соціально значущих неприбуткових проєктів, яка вимагає спеціальних знань та навичок фандрайзера, що можуть вплинути на прийняття позитивного рішення носія ресурсів. Хоча ми зазначили, що це залучення ресурсів для неприбуткових проєктів, проте треба розуміти, що за ресурси змагаються не тільки громадські організації, а й бізнес.

Виходячи із сутності та принципів фандрайзингу, завданнями його діяльності є наступні: 1. залучення ресурсів для реалізації цільових програм, соціально значущих проєктів; 2. аналіз ефективності діяльності організації; 3. аналіз ефективності та моніторинг проєкту; 4. збір нових ідей для майбутніх програм; 5. підтримка цільових груп та допомога в самореалізації індивідів; 6. підвищення іміджу організації та зміцнення довіри громадськості до неї; 7. інформування та просвітництво громадськості щодо проблем, які вирішує організація [4].

Реалізація наведених завдань здійснюється за наступними напрямками: гранти міжнародних благодійних організацій і фондів; кошти з місцевого бюджету; кошти з інших фондів; участь у державних або регіональних цільових програмах; звернення до комерційних компаній, банків; кампанії зі збору приватних пожертвувань (громадяни, меценати, донори); соціальне підприємництво; залучення інших видів ресурсів [5]

Таким чином, в умовах, що склалися в Україні, наявність стратегії розвитку потрібна як для самої громадської організації, оскільки забезпечує однакове розуміння членами колективу цінностей, пріоритетів і напрямків розвитку, спільне планування поточних дій, так і для потенційних партнерів – грантодавців, яким наявність стратегічного плану дає усвідомлення того, що перед ними не організація-одноденка, яка може припинити свою діяльність у будь-який момент, а надійний об'єкт для вкладання інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Берданова О. В., Вакуленко В. М., Валентюк І. В., Ткачук А. Ф. Стратегічне планування розвитку об'єднаної територіальної громади: навч. посіб. Київ, 2017. URL: http://www.slg-coe.org.ua/wp-content/uploads/2018/11/04_Strateg_Plan-PRN-5. Pdf (дата звернення: 01.10.2023).

2. Партії і громадські організації URL: http://iem.donntu.edu.ua/doc/soz/ragozin_uchim_demokr/part72.htm. (дата звернення: 01.10.2023).

3. 77% громадських організацій допомагають ЗСУ, але прагнуть поступово повертатися до основних напрямів діяльності - результати дослідження URL: https://cs.detector.media/community/texts/185203/2023-02-21-77-gromadskykh-organizatsiy-dopomagayut-zsu-ale-pragnut-postupovo-povertatysya-do-osnovnykh-napryamiv-diyalnosti-rezultaty-doslidzhennya/ (дата звернення: 01.10.2023).

4. Бусленко Б.В. Фандрайзинг неприбуткових організацій в Україні URL: http://www.rusnauka.com/1_ NIO_2014 /Economics /4_ 155 39 7. doc.htm. (дата звернення: 01.10.2023).

5. Соколовська В. В. Сутність та перспектива розвитку в Україні фандрейзингу. URL: http:// www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4453 (дата звернення: 01.10.2023).

Юрій Селяков,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Ірина Лошенюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СИСТЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ

Обсяги інформації у сучасних умовах зростають швидкими темпами. Водночас, одна з інформаційних проблем полягає в тому, як знайти потрібні відомості. Інакше кажучи, це проблема розриву між накопиченою інформацією та її використанням. При наявності у суспільстві значної кількості інформації людина часто не отримує відповідь на свої питання. Це пояснюється багатьма причинами, а саме: зростаючим обсягом інформації, яку інформаційні системи не в змозі оперативно опрацювати; розсіюванням інформації, що обумовлено з множинністю її локалізації. Перешкоджає наданню потрібної споживачам інформації і низький рівень технічного оснащення. Недоступність накопиченої інформації для користувачів, їх недостатня поінформованість, неповне розкриття документів, низький рівень інформаційної культури користувачів та недостатній рівень кваліфікації працівників також перешкоджають [1, 3].

Діяльність підприємства передбачає виконання багатьох різноманітних процесів, без яких неможливе якісне використання інформаційної системи для користувачів. Останнім часом діяльність торговельного підприємства оцінюють саме з позицій оперативності та повноти задоволення ними користувачів. Тому все, що пов'язане з обслуговуванням має безпосереднє відношення до іміджу установи з точки зору користувачів. Як практичний механізм можна використовувати види програмних продуктів, а саме текстовий процесор, електронні таблиці, системи управління базами даних, настільні видавничі системи для персонального комп'ютерів працівника торговельного підприємства. Також, слід звернути увагу н, що кожен працівник може користуватися даним комп'ютера, де є вся необхідна інформацію. Споживач завжди хоче отримати повне коло інформації, тому важливо працівнику володіти інформаційною базою свого підприємства.

Проблеми вивчення інформаційних потреб як працівників так і споживачів знаходяться в центрі уваги фахівців інформаційної сфери вже понад століття. Останнім часом воно набуло особливої актуальності, оскільки вивчення споживачів інформації є одним із напрямків реалізації маркетингового підходу у діяльності. Інформаційний маркетинг розглядається, як особливий вид творчої управлінської діяльності. Він базується на комплексному організаційно-економічному аналізі, прогнозуванні запиту і можливостей його здійснення, на рекламі, наданні нових послуг та сервісу. Його мета полягає у стимулюванні інформаційного попиту, адаптація інформаційних закладів до об'єктивних потреб суспільства [2]. Також потреб конкретних категорій користувачів, які постійно змінюються. Так, це дозволяє цілеспрямовано вивчати і коригувати інформаційні запити. Передбачати інформаційні послуги спеціалістів та споживачів інформації;

прогнозувати запити потенційних користувачів, обґрунтовано виділити групи спеціалістів для пріоритетного обслуговування. Розробити і систематично поновлювати номенклатуру інформаційних послуг.

Отже, інформаційні системи торговельного підприємства будуть здійснюватися ефективно за умови вивчення інформаційних потреб користувачів. Моніторинг інформаційних потреб потрібно здійснювати систематично з метою визначення тенденцій їх розвитку та можливостей прогнозування. Це забезпечує можливість виявлення динаміки розвитку під впливом тих процесів, що відбуваються у всіх сферах життя суспільства.

Список використаних джерел:

1. Азарова А.О. Інформатика та комп'ютерна техніка [Текст]: навч. посіб. / А.О. Азарова, А.В. Поплавський; Вінниц. нац. техн. унт. — Вінниця: ВНТУ, 2012. — Ч. 1. — 2012. — 360 с.

2. Нестеренко О.В. Інтелектуальні системи підтримки прийняття рішень: навч. посібн. Київ: Національна академія управління. 2016. 188 с.

3. Iryna Taranenko, Valentyna Chychun, Olha Korolenko, Iryna Goncharenko, Iryna Zhuvahina. Management of the process of e-commerce development in business on the example of the European union. Special issue innovation in the economy and society of the digital age. Vol 39, No 5 (2021).

Станіслав Станіславський,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Наталя Шупрудько,
Чернівецький торгівельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Кадрова політика сьогодні є невід’ємною частиною всієї управлінської і виробничої політики організації. До виробничо-технологічної вона належить тому, що в її межах приймаються принципові рішення керівництва у сфері людської праці. Якість прийнятих рішень залежить від професійної придатності робітників. Необхідно враховувати відповідні угоди та правила в області виробничих відносин, а також важливу роль профспілок.

З точки зору працівників, кадрова політика повинна не тільки створювати відповідні умови праці, що дають задоволення від роботи, забезпечувати можливість просування по службі, але й необхідний ступінь впевненості у завтрашньому дні.

В цілому кадрова політика визначає принципові рішення про цілі, міри та правила роботи з кадрами, загальні та специфічні вимоги до них і формується власниками організації та вищим її керівництвом. Вона пов’язана з різними галузями господарської політики підприємства. З одного боку, прийняті рішення в області кадрової політики відбувається у всіх сферах – матеріально-технічного забезпечення, виробничої політики, збуту продукції, фінансової політики. З другого боку, і це особливо важливо, вирішення проблем в області кадрової політики впливають на рішення, що приймають в інших функціональних сферах [2].

Найважливішим чинником ефективної роботи підприємства є своєчасна і високоякісна підготовка, перепідготовка і підвищення кваліфікації персоналу, що сприяє обширному діапазону їх теоретичних знань, практичних умінь і навиків. Між кваліфікацією працівника і ефективністю його праці існує пряма залежність, тобто зростання кваліфікації на один розряд приводить, за даними вітчизняних економістів, до 0,034% зростання продуктивності праці. На

підприємстві ефективність праці підвищуєватиметься, якщо на освоєння нових видів робіт в умовах упровадження нової інформаційної техніки і технології у працівників з більш високим освітнім рівнем йде в 2-2,5 рази менше часу. Головне, звичайно, полягає не просто в більш швидкому пристосуванні цих працівників до нової техніки, а в тім, що вони за рахунок своєї високої освітньої і професійної підготовки дістають можливість технологічно «бачити» значно більше своїх безпосередніх обов'язків в процесі діяльності.

Система підвищення кваліфікації, що склалася на підприємстві, включає виробничо-технічні курси, курси навчання другим і сумісним професіям, курси цільового призначення по вивченню нових виробів, устаткування, технології, школи по вивченню передових методів роботи.

Показниками, що характеризують роботу по підвищенню кваліфікації на підприємстві, є: частка працівників, що підвищили кваліфікацію (в загальній чисельності), структура тих, що навчаються по формах підвищення кваліфікації, по термінах навчання, зростання продуктивності праці (відсотка виконання норм вироблення), зниження браку і т.п. Для вдосконалення кадрової політики розроблена програма по підвищенню рівня кваліфікації персоналу, з метою розширити і поглибити знання працівників в професійній сфері діяльності. Підвищення кваліфікації працівників слід проводити один раз в 5 років. Курси проводити має професійна команда, яка пропонує учбові блоки технологічних, технічних, економічних та санітарних дисциплін [1, 3].

Система стимулювання працівників, увага до такої функції управління, як мотивація персоналу на даному підприємстві дуже мала. Це виявляється в слабій зацікавленості працівників в результатах праці. Використовування грошових стимулів, таких як премії і заохочення на підприємстві, недостатньо. Представляється, що сьогоднішньому керівництву слід звернути увагу на виявлення мотивів праці працівників з метою використання дієвих інструментів стимулювання праці, здатних підвищити рівень зацікавленості співробітників в поліпшенні своїх результатів діяльності [4, с. 109]. Таким чином, запропоновані напрями вдосконалення кадрової політики дозволять отримати ефект не тільки з позиції стратегічного і тактичного управління, але і в короткостроковій перспективі в рамках оперативного менеджменту.

Список використаних джерел:

1. Біляк Ю. В., Самофалова М. О. Менеджмент: навч.посібн. Київ : ЦП «Компринт», 2019. 360 с.

2. Дмитрієв І.А. Управління трудовим потенціалом на засадах рейтингування: монографія / І.А. Дмитрієв, І.Ю. Шевченко, Г.М. Максимюк. − Харків: ФОП Бровін О.В., 2020. − 232 с.

3. Олуйко В. М. Управління персоналом в умовах децентралізації: навчальний посібник. Київ, 2018.- 504с.

4. Управління командами: навчальний посібник. / О.В. Хитра - Хмельницький: ХНУ, 2017. - 495 с.

Сергій Тинкалюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Наталя Шупрудько,
Чернівецький торгівельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ІМІДЖ, ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА РОБОТУ ПІДПРИЄМСТВА

Формування привабливого іміджу підприємства вимагає ретельної, клопіткої роботи фахівців протягом досить тривалого часу, підкріплюваної безліччю засобів формування попиту споживачами пропонованих компанією брендів, торгових марок чи послуг.

Розроблений спеціально імідж організації може не збігатися з тим іміджем, що складається чи вже склався в споживача в різні моменти її роботи. Тому, якщо створений імідж компанії успішно працює, важливо підтримувати його на належному рівні і постійно стежити за зміною запитів споживачів.

Цим задачам відповідає і внутрішній імідж, розроблювальний спеціально і підтримуваний усіма співробітниками компанії. Корпоративний імідж створюється і за допомогою публічних заходів: спільних святкувань, презентацій, корпоративних зустрічей і виїздів. Ефективний імідж немислимий без фірмового стилю. Фірмовий стиль є невід'ємною частиною іміджу організації і може включати безліч елементів обов'язкового використання: від візиток до одягу із символікою компанії.

Формування іміджу компанії має починатись з вивчення інформації про ринок, товар, потенційних споживачів і конкурентах. Завдяки такому ретельному, відпрацьованому підходу створюється ефективний імідж фірми, що працює на успіх даного бізнесу.

Отже, норми поводження персоналу, що формують імідж фірми, на кожній стадії її розвитку зі споконвічною маркетинговою орієнтацією. Ці норми так чи інакше формують цілісну поведінкову культуру персоналу. Спочатку вони можу бути не закріплені, потім закріплені, потім входять у зразки поводження, потім модифікуються відповідно до вимог, що змінилися. Зовні вони виявляються мовою керівників і співробітників у вимогливій формі. Однак іміджеві регулятори поводження співробітників фірми важливо вивчати не стільки з середини (що думають вони самі), а ззовні (що думають реальні потенційні клієнти). Це можливо зробити на основі соціологічних досліджень (якого роду споживач, від кого і що очікує).

Імідж організації, її репутацію створюють у загальному чотири групи факторів: товар, продукція, послуги і їхня реклама; узагальнені властивості організації, що говорять про її положення, стабільність; соціальні функції організації; організаційна культура, фірмовий стиль, у загальному усе, що сприймається і переживається людьми при безпосередньому контакті людини з організацією, її співробітниками.

Можна навіть сказати, що в будь-якої організації існує імідж поза залежністю від того, хто над ним працює і чи працюють над ним узагалі. У випадку відпускання питання іміджу на самоплив він складеться в споживачів стихійно, і немає ніякої гарантії, що він буде адекватним і сприятливої для фірми. Тому реально можна вибирати не в площині "хочу імідж – не хочу імідж", а між керованим і некерованим іміджем. І формування сприятливого іміджу для організації – процес більш вигідний і менш трудомісткий, чим виправлення спонтанне несприятливого образа, що сформувався.

Сприятливий образ-імідж повинен бути адекватним, оригінальним, пластичним і мати точну адресу. Бути адекватним - значить відповідати реально існуючому образу, специфіці фірми. Бути оригінальним - значить відрізнятися від образів інших фірм, особливо однотипних. Бути пластичним - значить не застаріти, не виходити з моди, змінюючись, здаватися незмінним.

Отже, підводячи підсумок вище сказаного можна зробити висновок, що для ефективного функціонування підприємства важливим є не тільки облік економічних факторів, але і відношення громадськості і персоналу до організації.

Список використаних джерел:

1. Булгакова О.В. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Вип. 13. Ч.1. С. 31-36. URL: http://www.visnykeconom.uzhnu.uz.ua/archive/13_1_2017ua/9.pdf

2. Козирєва О. В., Глєбова Н. В., Ковальова В. І. Навчальний посібник з дисципліни «Офісний менеджмент» : для здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Менеджмент». – Х.: Видавництво Іванченка, 2021. – 274 с.

3. Шевченко В. С. Роль і місце іміджу керівника в ефективному управлінні сучасної організації. Соціальна економіка. 2016. № 2. С. 157–161.

4. Штепа Н., Здир М. Розвиток здатності майбутнього менеджера до створення ефективного ділового іміджу. Витоки педагогічної майстерності. 2020. Випуск 26. С. 234–236.

5. Якімова І.А. Управління іміджем керівника. Сучасний менеджмент : моделі, стратегії, технології : матеріали XXI Всеукр. щоріч. студент. наук.-практ. конф. за міжнарод. участю. 23 квіт. 2020 р. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2020. С. 254–256.

Віталій Тринта,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Оксана Зеленюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Прибуток є найважливішим показником, який дає узагальнену характеристику всій виробничо-фінансовій діяльності підприємства. В отриманому прибутку відображається виконання таких важливих якісних показників, як підвищення продуктивності праці, зниження собівартості та підвищення якості продукції, використання виробничих фондів.

Поняття прибутку в економічній системі існує у зв'язку з наявністю товарно-грошових відносин, появою і розвитком інституту власності, особливо приватної. Прибуток – найбільш проста і однозначно найбільш складна категорія ринкової економіки, її простота визначається тим, що вона є стержнем і головною рушійною силою ринкової економіки, головним спонукаючи мотивом діяльності підприємців [1]. Прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати. Чистий прибуток це прибуток після сплати податків [2, 3]. Прибуток також визначають як суму, на яку зріс власний капітал компанії за даний період у результаті діяльності цієї компанії.

Охарактеризуємо роль прибутку більш докладно:

1. Прибуток підприємства є головною метою підприємницької діяльності. Основним спонукаючи мотивом для здійснення будь-якого виду бізнесу, його головною метою є ріст добробуту власників підприємства [2,3].

2. Прибуток підприємства створює базу економічного розвитку держави вцілому. Механізм перерозподілу прибутку підприємства через податкову систему дозволяє «наповнювати» дохідну частину державних бюджетів всіх рівнів (загальнодержавного і місцевих), що дає можливість державі успішно виконувати покладені на неї функції і здійснювати намічені програми розвитку економіки.

3. Прибуток підприємства є критерієм ефективності конкретної виробничої (операційної) діяльності. Індивідуальний рівень прибутку підприємства в порівнянні з галузевим характеризує ступінь вміння (підготовленості, досвіду, ініціативності) менеджерів успішно здійснювати господарську діяльність в умовах сучасної ринкової економіки [4].

4. Прибуток є основним внутрішнім джерелом фінансових ресурсів підприємства, що забезпечують його розвиток. Чим вище рівень генерування прибутку підприємства в процесі його господарської діяльності, тим менше його потреба в залучених фінансових коштах із зовнішніх джерел і при інших рівних умовах - чим вище рівень самофінансування його розвитку, забезпечення реалізації стратегічних цілей цього розвитку, підвищення конкурентної позиції підприємства на ринку.

5. Прибуток є головним джерелом зростання ринкової вартості підприємства.

6. В сьогоднішніх умовах воєнного стану прибуток підприємства є найважливішим джерелом задоволення соціальних потреб суспільства. Соціальна роль прибутку проявляється передусім в тому, що кошти, що перераховуються в бюджети різних рівнів в процесі його оподаткування, слугують джерелом реалізації різноманітних загальнодержавних і місцевих соціальних програм, що забезпечують «виживання» окремих соціально не захищених (чи недостатньо захищених) членів суспільства. Крім того, ця роль виявляється в задоволенні за рахунок отриманого прибутку підприємства частини соціальних потреб його персоналу (соціальні програми є невід'ємною складовою частиною колективних чи індивідуальних трудових угод). Певна соціальна роль прибутку виявляється в тому, що вона слугує джерелом зовнішньої благодійної діяльності підприємства, направленої на фінансування окремих неприбуткових організацій, установ соціальної сфери, надання матеріальної допомоги окремим категоріям громадян [2,3,5].

7. Прибуток є основним захисним механізмом від загрози банкрутства підприємства.

В ході проведеного нами дослідження розроблено та запропоновано такі основні напрями удосконалення управління прибутком [3,4,5]:

1. Збільшення обсягу надання послуг на основі добре поставленого маркетингу, максимального використання наявних виробничих потужностей, а при необхідності їх розширення;
2. Зниження собівартості послуг по всіх елементах витрат і статтях калькуляції;
3. Проведення науково-обгрунтованої цінової політики в умовах ринку
4. Здійснення прогресивних структурних зрушень у бік збільшення частки більш рентабельних, прибуткових видів послуг та робіт при наявності попиту на них
5. Управління дебіторською заборгованістю.
6. Запровадження системи бюджетування.

Також вважаємо за доцільне звернути увагу, що з метою покращення управління прибутком на підприємстві можна виділити таку послідовність дій:

1. Стратегічне планування в умовах кризи відіграє першорядну роль. Ефективність стратегії визначається відповідними внутрішніми параметрами підприємства, його положенням на ринку й, у цілому, у зовнішньому середовищі. Виділяючи слабкі місця, слід спрямовувати всі сили на їхнє усунення.

2. Управління підприємством обумовлене швидким реагуванням і здатністю прогнозувати ситуацію, швидко знаходячи ті проблеми, які необхідно вирішити.

3. Швидкість передачі інформації, розпоряджень впливає на швидкість реагування й упровадження змін на підприємстві. Удосконалення систем комунікацій дозволить скоротити втрати робочого часу й збільшить ефективність роботи працівників підприємства. Система, при якій обмін посланнями й завданнями відбувається письмово, виключає перекручування інформації й несе підвищення рівня відповідальності за неточне або несвоєчасне виконання.

4. Формування бюджету підприємства. Планування витрат і передавання повноважень із управління витратами керівникам підрозділів дозволить значно знизити витрати підприємства.

5. Скорочення витрат на оплату праці виступає альтернативою скороченням. Слід розробити бонусні схеми для персоналу підприємства й мотивувати його на зниження витрат. Це приведе до оздоровлення колективу й підвищить активність і продуктивність співробітників, що залишилися[3,4].

Управління підприємством в умовах кризи має трохи інший вигляд, ніж в стабільних умовах. Дуже важко поєднати економічний розвиток і стійкість підприємства в умовах кризи. І саме спеціальний антикризовий фонд зробить підприємство більш стійким у сформованих умовах кризи.

Отже, підсумовуючи вищесказане, можемо зазначити, що система управління прибутком оцінює створює здатність організації справлятися із проблемами, що виникають у процесі її діяльності. Разом з тим, показники ефективності управління прибутком відображають зміну загального стану організації під впливом управлінських зусиль. Тому для подолання недоліків та проблем, доцільно здійснювати управління прибутком, ґрунтуючись на нових принципових засадах діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Андрушків Б. М., Кузьмін О. С. Основи менеджменту. Львів: Світ, 2019. 296 с.
2. Білик М. Д. Економічна сутність прибутку в умовах трансформації економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2007. №9. С.130-137.
3. Гальчинський А. С., Єщенко П. С., Палкій Ю. І. Основи економічних знань : навч. посібник. К.: Вища школа., 2008. 544 с.
4. Костенко О. М. Формування прибутку в організаційно-правових формах господарювання. Економіка АПК. 2008. №2. С. 74-78.
5. Кучеркова С. О. Сутність прибутку та методика визначення фінансового результату діяльності підприємств. Економіка АПК. 2020. №5. С. 78-82.

Ігор Фрейліхман,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Леонід Мільман,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СУТНІСТЬ ТА ПРИНЦИПИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

На нинішньому етапі розвитку економіки підприємства повинні здійснювати свою діяльність у досить нестабільному економічному середовищі. Внаслідок цього потрібно ще на етапі започаткування компанії чітко визначитись з основною метою діяльності підприємства та встановити шляхи та можливості її досягнення і подальшого дотримання заданого напрямку.

Очевидно, що головною метою кожного підприємства є отримання прибутку, але саме правильно обрана ціль дозволяє отримувати високі доходи. Адже неможливо отримати прибуток, не знаючи, за якими способами, методами та моделями його буде досягнуто.

Потрібно чітко зрозуміти сутність, складові та принципи стратегічного планування, що дасть змогу у майбутньому сформулювати конкретні рекомендації для планування діяльності компаній. Слід зауважити, що часто в управлінні підприємствами не приділяють достатньо уваги стратегічному плануванню, а зосереджують свою увагу на отриманні прибутку компанії й управлінні активами та пасивами підприємства.

Протягом останніх років та десятиліть істотно змінився підхід до стратегічного планування діяльності організації. Це зумовлено, в першу чергу, глобальними змінами у світовій економіці та методами ведення бізнесу.

Спрямування стратегічного планування на визначення, обґрунтовування та реалізацію довгострокових планів підприємства дає змогу стверджувати, що планування є однією з форм реалізації цільового підходу. Це прослідковується у принципах стратегічного планування.

Принципи стратегічного планування – це теоретичний фундамент, на базі якого створюються його основні характеристики та властивості, які представлені у загальних правилах та положеннях, регулювальних процесах застосування варіантів стратегічного планування [1, 2, 4]. Також можна сказати що принципи – це норми поведінки підприємства загалом та окремих його членів, які активно використовують власники та

менеджери у процесі формування та реалізації рішень у відповідних умовах, які спостерігаються в середовищі.

До основних принципів стратегічного планування відносять [2, с. 37]:

- цілеспрямованість,
- безперервність;
- теоретико-методологічна обґрунтованість форм і методів;
- системний, комплексний підхід до розробки планів та системи в цілому;
- наявність необхідної послідовності етапів;
- циклічність;
- унікальність планування конкретними підприємствами;
- гнучка адекватність систем планування змін і умов функціонування організацій;
- результативність та ефективність.

Розглянемо сутність кожного принципу стратегічного планування.

Цілеспрямованість спрямовує будь-яку створену систему керівництва на визначення та обґрунтовування мети, як початкового етапу будь-якого управлінського процесу. Цілеспрямованість стратегічного планування на досягнення цілей підприємства — першочергова необхідність для балансування цілей компанії та цілей системи менеджменту [3, с. 51].

Безперервність – описує зміни взаємодії між об'єктом та суб'єктом керівництва: об'єкт стратегічного планування постійно здійснює свою діяльність, тобто розвивається, змінюється, вимагаючи від суб'єкта стратегічного планування постійності та безперервності його дій [2, 4]. Це вказує на те, що система стратегічного планування діяльності підприємства також має постійно розвиватися, адаптуватися до змін та вимог середовища та здійснювати такий керівницький вплив на об'єкт, щоб і він постійно відповідно змінювався, забезпечуючи функціонування підприємства у довгостроковій перспективі.

Теоретико-методологічна обґрунтованість форм і методів застосування стратегічного планування формує необхідність застосування багатьох наукових методичних прийомів та засобів формування систем стратегічного планування [1, 3]. Теоретико-методологічна обґрунтованість дає змогу виконати вибір таких методів і форм управлінського впливу, які використовуються в стратегічному плануванні та були б адекватними як на внутрішньому, так і на зовнішньому середовищі підприємства у всій його складності.

Системний, комплексний підхід у розробці цілей стратегічного планування загалом демонструє місце системного підходу в керівництві. У будь-якому підприємстві необхідним є досягнення цілей різного рівня та змісту, а це означає, що для кожної цілі можуть та повинні застосовуватися різні заходи з її досягнення [3].

Наявність необхідної послідовності етапів полягає в тому, що кожен з пунктів менеджменту для здійснення володіє широким спектром перевірених на практиці методичних прийомів, варіантів формування послідовності дій. Вибір цих варіантів залежить від специфіки ситуації, у якій існує компанія. Це знаходить відображення у певних витратах часу, коштів, вимагає залучення спеціалістів різної кваліфікації. Вони в свою чергу відіграють роль обмежень, які впливають на обсяги, перелік та глибину обґрунтувань, які доступні кожному підприємству.

Циклічність описує постійно існуючу послідовність етапів процесу менеджменту. Стратегічне планування передбачає перетворення підприємства із наявного стану до бажаного, що потребує постійних коригувань усіх частин системи як реакцію на зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищі. Зміна параметрів середовища потребує повторення проходження усіх етапів менеджменту, тобто циклу [1, 3]. Підсумком цього буде або – підтвердження настанов, що були встановлені раніше, або зміна цілей, планів, стратегій, механізмів керівництва тощо.

Унікальність систем керівництва конкретними організаціями базуються на твердженні про неможливість використання повністю однакових систем менеджменту для різних підприємств [2, с. 81]. Особливості середовища, цілей, розвитку та відповідних напрямків підприємства вимагають формувати системи ефективного керівництва з урахуванням цих особливостей. Зрозуміло, що об'єкт та суб'єкт стратегічного планування – це дві половини одного цілого, тому характеристики їх планування взаємопов'язані та формують свою унікальну, неповторну систему менеджменту.

Гнучка адекватність систем менеджменту щодо змін умов діяльності організацій потребує від систем керівництва постійного та безперервного вдосконалення, адже ця система, створюючи умови для розвитку підприємства не може не розвиватись сама, набуваючи потрібних властивостей відповідно до вимог середовища [3]. Відсутність реакції на зміни стримує розвиток підприємства, як об'єкта керівництва, вказуючи на застарілість системи менеджменту. В іншому випадку, коли система керівництва своєчасно та вдало вдосконалюється, модернізується, вона дозволяє підприємству зайняти відповідне місце в середовищі.

Результативність та ефективність скеровує систему менеджменту на отримання високих результатів найбільш вдалим та ефективним способом. Дотримання цього принципу також передбачає оцінку рівня досягнення критеріїв, які були встановлені для окремих планів та цілей. Вони можуть визначатися різноманітними економічними, соціальними, організаційно-технічними показниками.

Наведені вище принципи є теоретичною базою менеджменту і знаходять своє місце в окремих його складових. Дотримання усіх принципів стратегічного планування є запорукою та передумовою успішної діяльності будь-якого підприємства.

Отже, процес стратегічного планування, який спрямований на досягнення поставлених цілей та вирішення основних питань вимагає детального розгляду, де підприємство знаходиться на даний момент і де планує бути. У виборі планів та цілей необхідно зважувати на здійснену діагностику зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та виявити зміни в поточній діяльності.

Список використаних джерел:

1. Бровкова О. Стратегічний менеджмент. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 224 с.
2. Буднік М., Курилова Н., Невертій Г. Стратегічне управління. Київ : Кондор, 2019. 292 с.
3. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 440 с.
4. Михайлова, С.І. Менеджмент: навчальний посібник. Вінниця: НОВА КНИГА, 2006. 416 с.
5.

Олексій Чеботар,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Наталя Шупрудько,
Чернівецький торгівельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО МОТИВАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Інноваційній діяльності у загальному обсязі притаманний комплексний, системний характер, котрий охоплює такі види роботи, як пошук ідей, ліцензій, патентів, кадрів, організація дослідницької роботи, інженерно-технічна праця, котра об'єднує винахід, раціоналізацію, конструювання, створення інженерно-технічних об'єктів, інформаційну та маркетингову діяльність. Усе це створює інтенсивні умови для розвитку інноваційних процесів. Серцем інноваційної діяльності на підприємстві є освоєння (комерціалізація) нових видів продукції або методів їх створення, доставки та реалізації.

Особливість інноваційної діяльності як одного з різновидів підприємницької діяльності полягає в тому, що вона є діяльністю підвищеного ризику. Такий ризик зумовлений новизною, творчим характером науковотехнічної роботи, можливістю отримання як позитивного, так і негативного результату [3, с. 75]. Сучасне підприємство не може існувати без планування, організації та стимулювання інноваційної діяльності, реалізації інноваційних проектів, розрахованих на отримання конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій підприємства.

Зміни потреб та попиту споживачів можуть спричинятися змінами законодавства, підвищенням жорсткості стандартів щодо охорони навколишнього середовища і т. ін., що, у свою чергу, породжує нові потреби й попит. Потенційні можливості їхньої появи й прояву необхідно постійно відслідковувати й аналізувати. Необхідність вдосконалення традиційних підходів до організації та здійснення інноваційного процесу визначає необхідність проведення поглибленого дослідження специфіки та змісту такого важливого його етапу, як економічне обґрунтування нововведень, що в значній мірі обумовлено посиленням значущості інвестиційних розрахунків як стримуючого або стимулюючого фактора при здійсненні інноваційної діяльності, а також жорстким дефіцитом інвестиційних ресурсів.

Ефективність інноваційної діяльності, а, отже, й інноваційна активність суб'єктів господарювання значною мірою обумовлені заходами держави щодо підтримки інноваційної сфери. В умовах трансформації економіки України державне регулювання повинне виступати як складова частина цілісного механізму управління, тобто ефективно доповнювати, а не заміняти й витісняти ринкові саморегулятори.

При аналізі спонукальних мотивів споживання нових товарів та інновацій взагалі, слід брати до уваги також наявність мотивації інших суб'єктів ринку, задіяних прямо чи опосередковано у процесах виведення і просування інновацій на ринку. Тобто слід враховувати, що просування інновацій на ринок — це складний процес, який передбачає узгодження інтересів усіх його суб'єктів, передусім виробників, споживачів, суспільства (загальнонаціональні інтереси). Розробка інновації виконується заради одержання прибутку за рахунок кращого, ніж традиційні товари, задоволення потреб і попиту споживачів, виявлених у результаті маркетингових досліджень[1, 3, 4,]. Найчастіше розробники занадто скуті в рамках своїх знань і досвіду, набутих у результаті минулої діяльності, й важко пристосовуються до змін, а в ряді випадків узагалі не здатні працювати в нових умовах. У цьому разі нові якісні й технічно досконалі продукти (з погляду їхніх розробників) можуть не відповідати вимогам ринку, і спроби їх реалізації можуть закінчитися провалом. Особливо це характерно для принципово нових виробів чи послуг. Та якщо інновації зводити лише до невеликих модифікацій існуючих продуктів, це може призвести до втрати конкурентоздатності.

Отже, можливість вибору нових інновацій для підприємства , які найбільшою мірою відповідають інтересам усіх суб'єктів, задіяних у їх просуванні на ринку, є необхідністю. Це надасть можливість обійтися без зайвих витрат, а також сподіватися на тривалість життєвого циклу нового товару.

Список використаних джерел:

1. Артеменко Л. П. Формування конкурентоспроможності інноваційно-активних підприємств. Економіка і організація управління. 2014. № 1 (17) – 2 (18). С. 19-26.

2. Грабовська І. В. Сучасні аспекти управління знаннями в інноваційному менеджменті організації на засадах креативності. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2020. № 3. С. 42-47. URL : http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/ 9226 (дата звернення: 26.05.2022).

3. Нестеренко О.В. Інтелектуальні системи підтримки прийняття рішень: навч. посібн. Київ: Національна академія управління. 2016. 188 с.

4. Шевченко Л. С. Стратегічний інноваційний менеджмент: навч.посіб. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2019. – 155 с.

Тарас Чифурко,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Оксана Зеленюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ

У сучасному менеджменті все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів та активізації наявного кадрового потенціалу. Проблема мотивації персоналу в системі менеджменту досі до кінця не вивчена. Умовою успіху кожного підприємства є зацікавленість усіх членів колективу в підвищенні продуктивності праці, конкурентоспроможності.

У всі часи праця була джерелом матеріальних і духовних цінностей, тому проблема спонукання людей до праці ніколи не втрачала своєї актуальності. Спроби пояснити поведінку людей і сприяти підвищенню мотивації трудової діяльності робилися вже на етапах зародження суспільного виробництва [1,2]. Згодом під різними назвами і з різних позицій науковці і практики почали досліджувати те, що сьогодні називається проблемою мотивації, тобто різноманітні аспекти активізації, заохочення, стимулювання [1].

На практиці методи мотивації завжди були пов’язані з конкретним рівнем розвитку виробництва, наявними суспільними умовами, потребами, культурою, релігією. Однак протягом тисячоліть людство, намагаючись змінити поведінку людини, керувалося не науковими підходами, а методом «спроб і помилок» .

Однією із найбільш популярних, так званих «базових», теорій мотивації, на базі якої потім науковці та практики формували свої мотиваційні системи та обирали найбільш ефективні інструменти, є теорія потреб Абрахама Маслоу.

В даній теорії присутня ієрархія потреб та допускає, що в основі мотивації людини лежить комплекс потреб, при чому потреби конкретного індивіда розташовуються в ієрархічному порядку. А. Маслоу у своїй теорії виділив п’ять основних груп мотивуючих потреб [3]:

1. Фізіологічні потреби – це ті, які людина повинна задовольнити, щоб вижити. Для управління людьми потрібно, щоб мінімум заробітної плати забезпечував виживання і робочі умови не погіршували їх існування.

2. Потреби в безпеці – потреби у свободі від насильства й у суспільному порядку. В контексті організації маються на увазі потреби в безпечних умовах праці, додаткових пільгах і гарантіях збереження робочого місця.

3. Потреби в приналежності – бажання людини бути прийнятим серед батьків, друзів. В організаціях потреби в приналежності визначають бажання встановлювати гарні взаємини з колегами по роботі, підтримувати гарні відносини з начальством.

4. Потреби в самоповазі – бажання мати позитивну думку про самого себе і користуватися увагою, повагою і визнанням з боку інших людей. У рамках організації ці потреби є мотивацією для визнання, прийняття на себе додаткових обов'язків, підвищення свого статусу.

5. Потреби в самовираженні – прагнення людини до самореалізації. Досягти самовираження – значить цілком розкрити свій потенціал, підвищити рівень компетентності і взагалі стати краще. В організаціях ці потреби можуть бути задоволені шляхом надання співробітникам можливостей особистого зростання, прояву творчих здібностей, підготовки для одержання більш складних завдань і просування по службі.

Згідно з даною теорією потреби вищого рівня не будуть задовольнятися доти, доки не будуть задоволені потреби нижчих рівнів.

В сучасному світі процес реалізації системи мотивації на підприємстві передбачає складну різновекторну систему заходів та стимулів, які мають мотивуючий ефект.

Найпоширенішим і найдієвішим методом мотивації працівників підприємств різних галузей досі залишається виплата грошових винагород у вигляді премій. Винагороди можуть бути розраховані на забезпечення прибутку на надання окремих пільг що відповідають потребам робітників [4]. Це дає змогу не тільки зацікавити останніх в ефективності праці, а й закріпити в конкретному колективі тих, у чиїй праці є потребах.

Мотивуюча сила заробітку на підприємстві зростатиме за умов оптимізації зусиль з боку керівників. До найсприятливіших заходів та дій необхідно віднести такі [3, 4]:

- ✓ покращення трудової дисципліни та організації праці, нормування праці через своєчасність та виваженість перегляду виробничих норм та нормативів;
- ✓ підвищення трудової кваліфікації працівників, обґрунтоване зменшення їх надлишкової чисельності;
- ✓ гнучке використання: надбавок за складність і напруженість праці; премій за економію ресурсів, інновації та раціоналізаторство; винагород за підсумками кварталу, півріччя і року;
- ✓ введення показників залежності розмірів заробітної плати від оцінки особистого внеску та ділових якостей конкретного працівника (коефіцієнтів трудової участі).

Матеріальні мотиви безумовно, відіграють важливу роль у визначенні трудової поведінки працівників, однак це не означає, що нематеріальні мотиви і стимули є другорядними [1,2].

Сучасна практика менеджменту незаперечно свідчить, що роль нематеріальних мотивів та стимулів постійно зростає. На поведінку людей у процесі діяльності все більший вплив справляє трудова мотивація. Вона породжується самою роботою, тобто її змістом, умовами, організацією трудового процесу, режимом праці тощо [4].

Кожна людина має потребу в змістовній, цікавій, корисній роботі, пристойних умовах праці. Вона прагне до визначеності перспектив свого зростання. Кваліфікований працівник відчуває самоповагу, самоствердження, коли результати його роботи оцінюються високо як ним самим, так і суспільством. У цілому трудову мотивацію пов'язано, з одного боку, зі змістовністю, корисністю самої праці, а з другого – із самовираженням, самореалізацією працівника [3, 4]. Велика роль у практиці менеджменту персоналу належить і статусній мотивації. Вона є внутрішньою рушійною силою поведінки, пов'язаної з прагненням людини посісти вищу посаду, виконувати складнішу, відповідальнішу роботу, працювати у сфері діяльності, яка вважається престижною, суспільно значущою.

В сучасних умовах хочемо звернути увагу на такий вид стимулювання працівників у системі мотивації підприємства як винагорода вільним часом, яка мотивує співробітників не витрачати робочий час даремно і дозволяє працівнику більше часу

присвячувати собі та родині, якщо він буде виконувати роботу раніш відведеного терміну [3,4].

Взаєморозуміння і прояв інтересу до працівника як спосіб моральної винагороди найбільш значимий для ефективних співробітників-професіоналів. Такий підхід вимагає від керівництва підприємства гарного неформального контакту зі своїми підлеглими, а також знання того, що їх хвилює й цікавить.

Вважаємо, що такі підходи до побудови системи мотивації будуть корисні в практиці менеджменту та створять можливість оптимального поєднання витрат на забезпечення дієвої системи мотивації на підприємстві та ефективності виконання завдань підприємства, що призведе до його якісної роботи і задоволеності та вмотивованості співробітників.

Список використаних джерел:

1. Безтелесна Л. Удосконалення механізму мотивації продуктивності найманих працівників. Україна: аспекти праці. 2016. № 1. с. 42-48.

2. Богоявленська Ю. В. Ефективні механізми мотивації праці. Економіка : проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. Дніпропетровськ : ДНУ. 2004. Вил. 195: в 4 т. Том II. С. 528-539.

3. Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник. Вид. 2-ге, без змін. Київ: КНЕУ, 2006. 340 с.

4. Михайлова Л.І. Управління персоналом : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 248 с.

Володимир Шнайдер,
II курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Галина Полянко,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

УПРАВЛІНСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ: РОЛЬ І МІСЦЕ КЕРІВНИКА У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Управління в різних сферах суспільного життя має свою специфіку, а вивчення управлінського процесу вимагає диференційованого підходу, являє собою предмет спеціального наукового дослідження.

Управлінська діяльність – це вид свідомо здійснюваної людської діяльності, спрямованої на ефективне функціонування здійснюваних робіт (індивідуально чи колективно), досягнення тих чи інших цілей, вирішення відповідних завдань, виконання функцій [1].

Сучасна управлінська діяльність ґрунтується на таких постулатах:

✓зовнішнє середовище організації (підприємства, фірми) надзвичайно рухливе;

✓кожний співробітник фірми – насамперед особистість, а не «інструмент» для забезпечення прибутку;

✓управління – складна сфера людської діяльності, якої слід навчатися впродовж життя [1,2].

Управлінська діяльність багатогранна за своїми проявами. Це і люди, і знання, й інформація, і технічні засоби, які утворюють складне комплексне явище. Тільки зважене, збалансоване залучення в дію всіх елементів управлінської діяльності здатне надавати їй раціональності та ефективності.

Інформаційний характер управлінської діяльності виявляється в необхідності постійного одержання, осмислення, систематизації, зберігання, видачі спеціальної і перш за все управлінської інформації. Управлінська діяльність є складним соціально-психологічним явищем з чітко вираженою домінантою волі.

Центральною фігурою здійснення управлінської діяльності є менеджер-керівник, який керує підприємством або окремими її підрозділами [2].

В узагальненому вигляді керівництво може бути зведене до таких аспектів: видача директив щодо того, що потрібно зробити; налагодження співробітництва між людьми; забезпечення ресурсами; досягнення поставленої мети. Практика свідчить, що керівник повинен постійно адаптувати, раціоналізувати і переорієнтовувати організацію відповідно до вимог зовнішніх умов. Отже, керівництво – це комбінація переконання, примусу і прикладу, здатна змусити людей виконувати те, що від них вимагається.

Роль керівника в організації є багатоплановою. Він наділений правом вирішувати, впливати на підлеглих, що передбачає певний тип стосунків з іншими людьми.

На нашу думку, досить детально ролі керівника визначені Генрі Мінцбергом [1,3], який визначає такі 3 групи ролей відповідно до завдань, які стоять перед керівником. Це міжособистісні ролі (головний керівник, лідер, сполучна ланка), інформаційні ролі (приймальник інформації, розповсюджувач інформації, оратор) та ролі, пов'язані з прийняттям рішень (підприємець; той, хто усуває порушення; розподільник ресурсів; здійснювач переговорів).

Не менш важливим моментом удосконалення управлінської діяльності є розуміння менеджера, на якому ступені лідерства він знаходиться і як розвиватись та удосконалюватись самому.

Вважаємо за доцільне відзначити, що управлінська діяльність пов’язана із великим інформаційним навантаженням. У роботі підприємств великого значення набуває той факт, наскільки успішно сприйнята інформація і як вона вплинула на кінцевого адресата – це про важливість зворотного зв’язку.

Тому для реалізації ефективної управлінської діяльності керівнику необхідно володіти наступними навиками, необхідними для отримання зворотного зв’язку, є [1,3]:

1. Запит у отримувача зворотного зв’язку. Це дозволяє переконатись у правильності інформації.

2. Відмова від звинувачень. Через сумнів достовірності отриманого зворотного зв’язку, критику почуття і сприйняття отримувача анулюється його бажання до співпраці.

3. Підведення підсумків почутого, прочитаного. Надається зворотний зв’язок отримувачу, щоб переконатися в тому, що правильно зрозуміли посил, адресований вам.

4. Перевірка прихованих припущень. У ситуації, коли зворотний зв’язок вказує на неправильність розуміння наданої інформації, причина може бути у наявності в отримувача прихованих припущень щодо намірів, очікування і мотивації. Ситуація прояснюється шляхом прямих запитань, або конста- тації, що це всього лише припущення, пропонуючи отримувачу підтвердити їх чи спростувати.

5. Відслідковування невербальних сигналів співбесідника. Виражається позитивне чи негативне сприйняття інформації за до- помогою мови тіла, що є надійним зворотним зв’язком і дозволяє робити висновки про реакцію на висловлювання.

6. Уточнюючі запитання. Вони дозволяють позбавитись від будь-якої неточності у сприйнятті, допомагають зрозуміти висловлювання, прояснити всі вербальні, звукові та візуальні сигнали.

У випадку наявних спотворень є можливість внести роз’яснення і переконатись про правильне розуміння інформації. Керівництву завжди важливо звертати на це увагу, бо саме у цій сфері є висока можливість різноваріантного тлумачення управлінської інформації та невідповідного до закладеного змісту в неї сприйняття.

Також для сучасного підприємства важливим аспектом управлінської діяльності є підтримання керівником творчості та створення лояльного креативного середовища. На нашу думку, основними методами стимулювання працівників до творчості та креативного підходу до праці є:

- ✓ проведення заходів, мета яких розвиток основних особистісних та пізнавальних параметрів;
- ✓ організація поїздок, відрядження; відвідування закордонних організацій, ознайомлення із їхнім досвідом, стилем управління;
- ✓ створення сприятливої атмосфери та відчуття комфорту за робочим місцем;
- ✓ створення інтерактивного навчального середовища, де працівники можуть передавати знання, досвід, і у якому керівництво створило сприятливі умови для набуття та засвоєння нових знань;
- ✓ щоденний робочий графік повинен містити оптимальну тривалість часу для відпочинку;
- ✓ використання різноманітних видів винагород, від елементарних слів подяки співробітникам за їхню працю, що підкреслюють значимість співробітника для підприємства, суспільства;
- ✓ залучення працівників до прийняття стратегічно важливих рішень, врахування їхніх ідей;
- ✓ допомога працівникові знайти джерело своєї творчості та креативності;
- ✓ організація спільного відпочинку із керівниками та підлеглими, залучення співробітників до ідей проведення такого відпочинку;
- ✓ «зміна ролей», хоча б один раз на рік підлеглі стають керівниками, а керівники – підлеглими;
- ✓ підтримання відповідного соціально-психологічного клімату в колективі, який неабияк впливає, і дуже часто може стати вирішальним фактором у роботі творчого колективу [2].

Отже, можемо відзначити, що сучасні умови вимагають нових підходів до управління організаціями з метою забезпечення їх високої ефективності та конкурентоздатності. Сучасне українське суспільство характеризується стрімкими змінами та відсутністю економічної, політичної і соціальної стабільності. Зміст цих змін багато в чому визначає роль, місце та образ керівника в суспільстві, вносить корективи у зміст професійної діяльності .

Ефективність і пов'язана з нею успішна діяльність підприємства істотно залежать від рівня компетентності працівників, що є найважливішою складовою частиною управління і досягнення стратегічної відповідності персоналу. Сьогодні саме людський ресурс розглядається як найважливіший внутрішній ресурс підвищення продуктивності виробництва, тому ефективна управлінська діяльність керівників має ключове значення для успішності та результативності роботи підприємства.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Організація праці менеджера : підруч. [2-е вид., перероб. та доп.]. К. : ВД «Професіонал», 2007. 416 с.
2. Брич В. Я., Корман М. М. Креативний менеджмент: підруч. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 220 с.
3. Скібіцька Л. І., Скібіцький О. М. Менеджмент : навч. посіб. К. : Центр учб. л-ри, 2007. 416 с.

Сергій Білик,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Маркетинг»,
наук. кер. – Юрій Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Аналіз маркетингової діяльності вітчизняних підприємств показує необхідність чіткого дотримання вимог споживачів, орієнтації планування виробничої, збутової та фінансової діяльності на результати маркетингових досліджень ринку, проникнення досягнень науки й техніки в діяльність підприємств, розвитку та поширення інформаційних технологій. Формування маркетингових служб вже внесло свій позитивний вклад: проводиться планування виробництва на основі більш детального вивчення ринку, потреб і попиту споживачів; зростає конкурентоспроможність продукції; розширюється товарний асортимент; збільшуються обсяги реалізації продукції завдяки проникненню на нові ринки та активізація рекламної діяльності; налагоджуються контакти з існуючими та потенційними клієнтами підприємств.

Від зовнішнього і внутрішнього маркетингового середовища залежать дії підприємства щодо формування комплексу маркетингу і вибору моделі, які забезпечать підприємству прибуткову діяльність й лідерство на ринку. Тим паче, на сьогоднішній день підприємства не можуть нормально функціонувати без розробки комплексу маркетингу. Кожному підприємству необхідно визначити яку продукцію, в якому обсязі за якою ціною і куди розподіляти, орієнтуючись на підприємства-споживачів та враховуючи маркетингове середовище. Те, наскільки правильно розроблений комплекс маркетингу залежить розмір його прибутку, а саме: чим краще обраний комплекс маркетингу, тим більше буде прибуток і тим ефективніше буде діяльність підприємства. Тому, комплекс маркетингу виступає як інструмент регулювання виробництва і розподілу [1, с.191].

Комплекс маркетингу підприємства є основою всієї системи маркетингу, а управління комплексом маркетингу стає головним завданням досягнення успішності на ринку. але система управління комплексом маркетингу не є універсальною для всіх підприємств, тому для випередження конкурентів необхідно шукати нові, оптимальніші підходи до аналізування та вдосконалення комплексу маркетингу підприємства [2, с. 134].

Сукупність засобів впливу на споживачів за допомогою товару пов’язане, як правило, з поняттям товарної політики підприємства. До її складових відносять: визначення оптимального асортименту та його постійне оновлення, якість послуг, міру відповідності критеріям споживачів та ін. Для керівництва підприємства товарна політика - це маркетингова діяльність, пов’язана із плануванням і здійсненням сукупності заходів по формуванню конкурентних переваг і реалізації такого реального товару і його підкріплення, які додають цінності товарам і забезпечують одержання прибутку підприємства.

Другою складовою комплексу маркетингу є ціна, яка може мати найрізноманітніші види. Виважена цінова політика здійснює значний вплив на ринковий успіх підприємства. Ціни часто змінюються протягом життєвого циклу товару: від високих для залучення покупців-новаторів, що орієнтуються на престиж, до низьких, розрахованих на масовий ринок. Формування цінової політики передбачає прийняття великої кількості стратегічних і тактичних рішень. Найскладніші рішення пов’язані із встановленням цін на послуги.

Методи розповсюдження, збуту товарів є третім елементом комплексу маркетингу. Збутова політика підприємства органічно поєднується з іншими елементами комплексу маркетингу: характеристиками товару, його позиціонуванням на ринку, ціновими стратегіями, методами просування товару.

Формування комунікаційної політики підприємства передбачає визначення цільової аудиторії, визначення величини рекламного бюджету, вибір оптимальних засобів розповсюдження реклами, створення ефективних текстів рекламних звернень, використання засобів комерційної пропаганди, методів стимулювання збуту тощо. Основними елементами СМК є: реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, персональний продаж.

В зв'язку з розвитком ринку послуг виникла необхідність додаткового включення в комплекс маркетингу підприємства, ще трьох складових, пов'язаних з особливостями процесу надання послуг, а саме: «people» (персонал: рівень його кваліфікації, мотивація праці), «process» (процес застосування послуги: витрати часу щодо її надання, якість обслуговування, ступінь задоволення потреб клієнтів) і «physical evidence» (оточення: інтер'єр, який сприяє залученню клієнтів та кращій роботі персоналу). З перерахованого вище, можна зробити висновки, що, по-перше, вказані додаткові елементи системи комплексу маркетингу відносяться переважно до конкретної сфери діяльності, наприклад, послуг, чи пов'язані з розкриттям сутності регіонального (територіального) маркетингу; по-друге, ці додаткові елементи можуть уточнювати складові класичної системи «public relation» як елемент четвертої «Р» – «promotion», або «packaging» як складова «Р» – «product». Але запропоноване нове трактування системи «маркетинг–мікс» широкого застосування в практичній діяльності доки не одержало, тому більшість вчених схиляються до її класичної структури, тобто виділяють чотири елементи – товар, ціна, збут і просування (комунікації).

Список використаних джерел:

1. Мороз О. В., Латишев К. О., Збиранник О. М. Питання удосконалення комплексу маркетингу промислового підприємстваю. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/12/2021-5t1-32.pdf.

2. Борисенко О.С. Табачук Н.О. Теоретичні основи та еволюція розвитку комплексу маркетингу. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/14_2018/24.pdf

Андрій Братівник,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Маркетинг»,
наук. кер. – Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегічний маркетинг є складовою частиною загальної системи управління підприємством, основною метою якого є розробка маркетингових стратегій для забезпечення розвитку підприємства. Інструменти стратегічного маркетингу повинні використовуватись на всіх рівнях управління підприємством.

Стратегічний маркетинг – це комплекс робіт щодо формування стратегії підприємства на основі стратегічної сегментації ринку, прогнозування стратегій підвищення якості товарів, ресурсозбереження, розвитку виробництва і нормативів конкурентоспроможності, націлених на збереження або досягнення конкурентних переваг підприємства та стабільне отримання прибутку. Стратегічний маркетинг в умовах війни та післявоєнний період спрямований найперше на стабілізацію компанії,

що передбачатиме економію бюджету, зосередження уваги на найбільш прибутковому та стабільному продукті, відмові від далекоглядних проєктів [1].

Отже, визначаючи місце стратегічного маркетингу у процесі управління розвитком підприємства, слід зазначити, що маркетингові стратегії розробляються на корпоративному рівні (для досягнення стратегічних маркетингових цілей), бізнес-рівні (для досягнення бізнес-цілей) та функціональному рівні (для досягнення функціональних цілей), а в цілому вся сукупність маркетингових стратегій сприяє реалізації місії підприємства.

Основними елементами стратегічного маркетингу є стратегія підприємства, стратегічні цілі, цільовий ринок, конкурентоспроможність підприємства, маркетингові програми, організаційна структура, орієнтована на маркетинг, діяльність на ринку.

Розглядаючи стратегію як засіб досягнення цілей підприємства розкривається основне її призначення, однак дана точка зору є обмеженою через те, що не враховується мінливість чинників маркетингового середовища. Точки зору науковців, які розглядають стратегію як процес, як програму, є також обмеженими через те, що приділяють увагу окремим аспектам стратегії і не розглядають її комплексно. Отже, маркетингові стратегії розвитку підприємства – це система узгоджених і взаємопов'язаних стратегій, що базуються на використанні концепції стратегічного маркетингу і спрямовані на забезпечення міцної позиції підприємства на ринку в умовах нестабільності.

Основне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб узгодити маркетингові цілі підприємства з його можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги. Слід також відзначити, що існують і певні різновиди маркетингу, які набагато складніші від інших його форм. Це обумовлено тим, що використання елементів і засобів маркетингу окремо взятого підприємства має свої особливості, пов'язані зі специфікою самого виробничого чи обслуговуючого процесу та особливостей тієї чи іншої галузі в цілому, зокрема: техніко-технологічних чинників, низької еластичності попиту, сезонності виробництва чи надання послуг, що вимагає пошуку дієвих інструментів гнучкого пристосування можливостей підприємства до вимог ринку. Маркетинговий потенціал стратегічного розвитку підприємства являє собою сукупність маркетингових ресурсів та маркетингових можливостей розвитку підприємства [2].

Маркетингові можливості розвитку підприємства складаються з внутрішніх можливостей (концептуальний характер маркетингового управління підприємством, усталеність маркетингового управління підприємством) і зовнішніх можливостей, які визначаються позицією підприємства на ринку (його конкурентною позицією і результативністю взаємовідносин з клієнтами.

Основними етапами процесу розробки маркетингових стратегій розвитку підприємства є аналіз маркетингового потенціалу стратегічного розвитку підприємства; формулювання цілей підприємства та їх узгодження з маркетинговим потенціалом стратегічного розвитку; розробка системи маркетингових стратегій розвитку та їх узгодження з маркетинговим потенціалом розвитку підприємства; аналіз якості маркетингових стратегій розвитку підприємства; розробка стратегічних заходів щодо реалізації маркетингових стратегій розвитку підприємства; бенчмаркінг результативності реалізації маркетингових стратегій розвитку підприємства; коригувальні дії. При чому слід зазначити, що процес розробки маркетингових стратегій розвитку підприємства має циклічний характер, оскільки незадовільні результати аналізу якості стратегій вимагають розробки нових стратегій, а незадовільні результати бенчмаркінгу результативності реалізації маркетингових стратегій розвитку підприємства обумовлює необхідність перегляду не тільки самих стратегій, але й цілей підприємства.

Найголовнішою вимогою до маркетингових стратегій розвитку підприємства є те, що вони мають бути результативними. Для забезпечення результативності обраних маркетингових стратегій розвитку підприємства необхідно, щоб вони відповідали певним вимогам, що висуваються до них.

Список використаних джерел:

1. Пачева, Н., & Лутай, Л. (2023). Стратегічний маркетинг у воєнний та післявоєнний час. Економіка та суспільство, (52). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-24

2. Шевченко Т.М., Шевченко О.А., Маркетингова стратегія підприємства: формування та розвиток в умовах ринкових відносин національної економіки. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/6.pdf

Роман Василевський,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Маркетинг»,
наук. кер. – Юрій Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Серед маркетингових інструментів, що забезпечують систему взаємозв'язків і взаємовідносин між підприємством та його контрагентами, особливу роль відіграють маркетингові комунікації, які являють собою процес передачі інформації про товари чи послуги та їх характеристики безпосередньо цільовій аудиторії. Розвиток інформаційних технологій та розширення каналів комунікації вимагають від підприємств використання нових підходів до формування системи маркетингових комунікацій підприємства та інтеграцію її в загальну систему менеджменту [1]. Говорячи про всі маркетингові інструменти, котрі приймають участь у забезпеченні сукупності взаємозв'язків та відносин, варто виокремити маркетингові комунікації, котрі генерують в собі процес взаємодії із цільовою аудиторією відносно передачі інформації щодо продуктів та їх властивостей та здатні підтримувати зв'язок промислового підприємства із споживачами та стейкхолдерами [2].

Система маркетингових комунікацій - це цілеспрямований та комплексний вплив на зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства для досягнення основних стратегічних цілей та вирішення оперативних завдань. Оскільки основна стратегічна мета - виживання в умовах конкурентного ринку за рахунок підвищення реалізації вироблених товарів та платних послуг, система маркетингових комунікацій органічно пов'язана з вирішенням складних завдань постійного формування попиту на нову продукцію та стимулювання збуту вже освоєної виробництвом товарної маси.

У процесі реалізації маркетингової комунікаційної програми можна поставити такі цілі:

- підвищення власної популярності;
- створення певного іміджу;
- здійснення звичних зв'язків із постійними клієнтами;
- привернення нових клієнтів за допомогою збільшення початкового попиту;
- збільшення непрямим чином ефективності праці персоналу.

Перед тим, як приступити до розробки програми комунікації, слід зібрати необхідну інформацію з різних джерел. Треба мати повноцінну інформацію про те, що відбувається за межами комунікаційних мереж, зокрема, хто і що купує, де, коли, у кого, за якою ціною. Слід виявити причини купівель: цей аналіз допомагає вивченню ринку та виявленню мотивації,

дає інформацію про реальні та потенційні обсяги ринку, про конкуруючі фірми, про товари, методи продажу і розповсюдження інформації тощо.

З урахуванням цілей й інформації про початкові та кінцеві стадії своєї діяльності та своє конкурентне середовище підприємство розробляє комунікаційну програму, акцентуючи увагу на визначених напрямках і цілях, які необхідно охопити.

Для досягнення найбільшого комунікаційного ефекту підприємству необхідно ретельно координувати весь свій комплекс маркетингу, а не тільки комплекс спілкування.

Загальна модель комунікативності з'явилась порівняно нещодавно. Принципова схема її використання передбачає наявність таких елементів: 1) хто повідомив; 2) що повідомив; 3) яким чином повідомив; 4) кому повідомив; 5) з яким результатом.

Основні елементи цієї схеми - джерело інформації, повідомлення, канали повідомлення й аудиторія - можна визначити так: джерело повідомлення (особа, яка здійнює контакти з аудиторією; повідомлення (інформація, яка передається джерелом повідомлення або одержується аудиторією); канали повідомлення (засоби передачі повідомлення), аудиторія (одержувач або місце призначення повідомлення). Велике значення має вивчення відповідної реакції та встановлення зворотного зв'язку з метою своєчасного виявлення перешкод («шумів»). Відповідна реакція - це набір відкликів одержувачів, який виникає у процесі контакту зі зверненням. Зворотний зв'язок - деяка частина відгуків одержувачів, які виникають у процесі контакту зі зверненням, яка надійшла до відправника. «Шуми» системи - порушення, що виникають у системі просування, у результаті яких як до одержувача, так і до відправника надходять сигнали, відмінні від дійсних.

Важливе місце у процесі управління комунікаціями посідає планування. Плани та контроль виконання дають змогу керівництву підприємства діяти цілеспрямовано, мати перспективний план дій, координувати маркетингові комунікації із загальною стратегією маркетингу, інформувати співробітників про цілі й завдання маркетингових комунікацій та виділених на це коштів, умотивовано стимулювати працю конкретних виконавців. Планування є також необхідною передумовою для належної оцінки та контролю результатів роботи підприємства.

Таким чигом, найвища мета сучасних маркетингових комунікацій - вплив на потенційних споживачів у такий спосіб, щоб вони придбали продукцію саме цього підприємства. Отже, головною метою діяльності у сфері маркетингових комунікацій є формування попиту.

Список використаних джерел:

1. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Боровик Т. В., Чухліб О. С. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. Ефективна економіка. 2021. № 11. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9528 DOI: 10.32702/2307-2105-2021.11.70

2. Ільченко, Т., & Помазан, Л. (2022). Маркетингова комунікаційна політика: сутність та особливості на промисловому підприємстві. Економіка та суспільство, (43). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-47

Костянтин Владиченко,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Юрій Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГОВЕЛЬНОЇ СФЕРИ

В умовах розвитку ринкових відносин, становлення економіки та функціонування підприємств, що базуються на засадах маркетингу, велика увага повинна приділятися формуванню цілісної, науково обґрунтованої системи організації, формування та управління підприємством в сучасних умовах. Такою системою, може стати маркетингове управління діяльністю підприємства, тобто створення та функціонування таких підприємств, які б найбільш задовольняли потреби та попит на ринку, могли гнучко та адекватно реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому ринковому становищі, підвищували прибутковість виробництва та діяльності підприємства в цілому, тощо.

Сучасна концепція маркетингового менеджменту базується на теорії індивідуального вибору, що виходить із принципу пріоритету споживача та потребує розроблення складного механізму для заохочення всіх учасників до певного внеску задля досягнення загального благополуччя. Маркетинговий менеджмент функціонує у певних динамічних колах, які постійно змінюються і впливають одне на одного [1, с. 62].

Запровадження маркетинг-менеджменту виробничими підприємствами дасть змогу створити умови для підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, максимального задоволення вимог споживачів, збалансованого сталого розвитку підприємства з координацією дій різних підрозділів на стратегічному, тактичному і операційному рівнях управління [2].

Ефективний маркетинговий менеджмент торговельного підприємства вимагає встановлення цілей маркетингу та оптимального взаємозв'язку ринкової ситуації, науково-виробничого, збутового і сервісного потенціалу компанії. Це охоплює правильну оцінку стану ринку і самого підприємства, розрахунків, прогнозу тенденцій маркетингового середовища, точного планування усіх заходів маркетингу та ефективної організації їх впровадження для досягнення поставлених цілей. Важливо також забезпечити ефективний контроль, аналіз і оцінку всієї діяльності підприємства, постійно коригуючи цілі, заходи та методи, суттєво втручатися в маркетингові процеси при необхідності, стимулювати творчу активність всього маркетингового персоналу, а також забезпечувати управлінцями об'єктивною та повною інформацією про зовнішнє та внутрішнє маркетингове середовище.

Маркетинг в сфері торгівлі як комплексна ринкова діяльність представляє собою систему поглядів та дій, пов'язаних з вивченням потреб, можливостей збуту з метою задоволення усіх потреб з найменшими витратами ресурсів і найбільш повним споживацьким ефектом.

Специфіка торговельної діяльності визначає різноманітність конкретних схем маркетингу. Однак усі вони базуються на сукупності головних принципів, серед яких: вивчення стану і динаміки споживчого попиту та використання отриманих даних в процесі розробки та прийняття господарських рішень; максимальне прилаштування реалізації до вимог ринку з метою поліпшення ефективності функціонування підприємства, в якості критерію якого виступає прибуток, як узагальнюючий показник його діяльності; вплив на ринок та споживчий попит за допомогою таких засобів, як реклама, стимулювання збуту та формування їх у напрямку, який є необхідним для підприємства.

До принципів організації маркетингового менеджменту торговельного підприємства відносяться: цілеспрямованість на вирішення проблем ринку відповідно до місії, цілей і стратегії підприємства; простота і чіткість організаційної структури, яка забезпечує розподілення операцій, не допущення дублювання функцій, єдність керівництва маркетинговою діяльністю; пропорційність, що забезпечує рівні можливості продуктивності праці структурних підрозділів фірми; паралельність забезпечує певне перекриття виконання окремих функцій в часі; чітке формування завдань маркетингової діяльності для кожного підрозділу і виконавця вертикальних і горизонтальних зв'язків; гнучкість, яка забезпечує своєчасне реагування маркетингової оргструктури на зміну у

середовищі завдяки надійного зворотнього зв'язку; зкоординованість дій для отримання спільними зусиллями в одному напряму функціональних підрозділів (синергійний ефект); достатня фінансова підтримка, як в забезпеченні маркетингових дій, так і в мотивації працівників маркетингових служб; економність, це покриття витрат на функціонування маркетингової оргструктури; кваліфікація персоналу; творчий підхід, що орієнтує на інноваційну діяльність; активна маркетингова політика в пошуку організаційних підходів при вирішенні маркетингових завдань.

Управління маркетинговою діяльністю торговельного підприємства здійснюється в декілька етапів: ситуаційний аналіз; маркетинговий синтез; стратегічне планування; тактичне планування; визначення тактики; маркетинговий контроль.

Список використаних джерел:

1. Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Чорна Д.О. Теоретико-методологічні аспекти організації та впровадження маркетингового менеджменту на підприємствах // Приазовський економічний вісник: електронний науковий журнал / Класичний приватний університет. Запоріжжя, 2021. Вип. № 2(25). С. 60-65

2. Вікарчук, О., Пащенко, О., Юшкевич, О. (2021). Сучасна модель маркетинг-менеджменту виробничого підприємства. Економіка та суспільство, (34). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-4

Роман Івасюта,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Менеджмент»,
наук. кер. – Юрій Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА СТРАХОВОЇ СФЕРИ

Основна мета системи управління маркетингом полягає у цілеспрямованому впливі на рівень, час і характер попиту відповідно цілям виробничо-комерційної діяльності. Для реалізації поставленої мети система управління маркетингом володіє рядом інструментів, які у своїй сукупності становлять комплекс маркетингу, а ефективність системи управління маркетингом обумовлюється ефективністю використання інструментів комплексу маркетингу – провадження товарної, цінової, збутової та комунікаційної політик.

Управління маркетинговою діяльністю – це система різноманітних видів діяльності, котрі являють собою великий комплекс заходів тактичного та стратегічного характеру, які пов'язані між собою та спрямованіна ефективну реалізацію діяльності підприємства на ринку та досягнення головної мети –задоволення потреб покупців продукції та, на цій основі, отримання високого прибутку. Дане поняття включає складність процесу управління маркетингом, його зміст тапризначення, підкреслює системність загальногопроцесу, тому що управління системою маркетингу повинно здійснюватися комплексно та системно [1, с.12].

Управління маркетингом розглядається більшістю науковців та практиків із позицій функцій маркетингу в межах відділу маркетингу підприємства, але не з позицій управління ним у межах цілого підприємства, тобто на сьогоднішній день незначну увагу приділено формуванню цілісної системи управління маркетингом як процесу, що охоплює всі напрями діяльності підприємства [2, с. 280].

Управління маркетингом на підприємстві страхової сфери є організованим процесом реалізації оброблених маркетингових стратегій та планів в умовах реальної діяльності організацій, як процес прийняття рішень стосовно діяльності підприємства на об'єктовому ринку. Як вже було зазначено, управління маркетингом включає

планування, організацію, реалізацію на практиці та контроль за проведенням заходів, розрахованих на всебічне задоволення потенційних споживачів, охоплення максимально можливої частки ринку задля підвищення економічної ефективності збутової діяльності та максимізації прибутку підприємства. Саме на ефективне проведення вище вказаних заходів і спрямоване створення служби (відділу) на підприємстві, яка виконує всі функції, пов'язані з організацією маркетингової діяльності та управлінням маркетингом.

На підприємствах страхової сфери організація управління маркетингом охоплює встановлення місця маркетингових структур в організаційній структурі підприємства та організацію самих маркетингових структур (служб, відділів) на підприємстві в залежності від обраної концепції маркетингу.

В повному обсязі маркетингові служби є сукупністю декількох підрозділів: відділу дослідження ринку; відділу замовлень та асортименту продукції; відділу управління товарного руху; відділу збуту продукції; відділу ціноутворення; відділу комунікацій; відділу сервісу; відділу організації фірмової торгівлі; відділу маркетингового контролю та аналізу; відділу закупівель матеріально-технічних ресурсів тощо.

Процес управління маркетингом на підприємствах складається з обов'язкового виконання певного ряду завдань, які покладені саме на працівників маркетингової служби. Спеціалісти зазначеної служби повинні займатись організацією системи маркетингових досліджень і маркетингової інформації, аналізом маркетингового середовища, сегментацією ринків, відбором цільових ринків, аналізом ситуації на конкретному обраному об'єктовому ринку, аналізом споживачів і конкурентів на цьому ринку, визначенням обсягів попиту та пропозиції, позиціюванням продукції на ринку, розробкою товарної політики та ціноутворенням на підприємстві, проводити заходи зі стимулювання збуту, рекламуванням, стратегічним плануванням і контролем діяльності маркетингової служби.

Важливим напрямом забезпечення стійкого маркетингового розвитку підприємства страхової сфери є розробка стратегій управління цільовим ринком, що повинно здійснюватися на такими напрямками: управління ринковим потенціалом підприємства, управління потенціалом маркетингової активності підприємства, управління ринковим потенціалом конкурентних переваг підприємства, управління лояльністю споживачів підприємства.

Основними підсистемами системи маркетингового управління підприємств виступають чотири підсистеми управління: ринковим потенціалом підприємств, потенціалом маркетингової активності підприємств, ринковим потенціалом конкурентних переваг підприємств та лояльністю споживачів підприємств. Отже, основними показниками моделі маркетингового управління підприємств виступають: рівень ринкового потенціалу підприємств, рівень потенціалу маркетингової активності підприємств, рівень потенціалу конкурентних переваг підприємств та рівень аттачменту підприємства.

Список рекомендованиї джерел:

1. Румик І., Пижьянов С. (2022). Економічні підходи до функціонування системи маркетингу на промислових підприємствах. Вчені записки Університету «КРОК», (4(68), 9–19. https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-68-9-19.

2. Мосійчук І. В. (2017) *Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств в Україні.* // Імплементація наукових засад та перспективи досконалої маркетингової діяльності підприємств як ринково-орієнтованої концепції їх розвитку: колект. монографія. Видавець Євенок О.О., Житомир, рр. 278-302.

Дмитро Пропадистий,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Маркетинг»,
наук. кер. – Юрій Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

ІНСТРУМЕНТИ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Загальна система маркетингових комунікацій підприємства, відома також як комплекс просування, представляє собою набір інструментів, що використовуються для досягнення маркетингових цілей. Умови еволюції комунікаційного середовища вимагають адаптації комунікаційної діяльності підприємств до змін та сприяють розвитку маркетингових комунікацій. Цей процес включає перехід від концепції інтегрованих маркетингових комунікацій до формування комплексу просування за допомогою синтезу комунікаційних інструментів. Структуру комплексу просування впливає багато факторів, таких як етап життєвого циклу товару, готовність покупців до покупки, тип продукту та характер ринку. Особливу увагу при формуванні комплексу просування страхового підприємства слід приділяти останньому фактору, оскільки дослідження показують, що в цьому сегменті основний акцент робиться на особистих продажах та стимулюванні збуту, а реклама має низьку відносну важливість. Крім того, при змінюваному зовнішньому середовищі підприємства віддають перевагу синтетичним методам просування.

Маркетингові комунікації – це всі інструменти, що використовуються для спілкування зі споживачами та передачі їм інформації про товар, чи послугу [1]

Традиційно виділяють чотири інструменти маркетингових комунікацій, таких як реклама, стимулювання збуту, паблік рилейшнз, прямий маркетинг. Цей комплекс є основною групою інструментів просування продукції і служить основою для виникнення інших комунікаційних інструментів. Оскільки просування продукції страхових підприємств виявляє особливості, різна значущість та використання основних інструментів у комплексі маркетингових комунікацій обумовлюють необхідність подальших досліджень. Реклама, як будь-яка платна та не персоніфікована форма поширення інформації про фірму та її товар з метою формування мотивів покупки серед споживачів.

Ще одним інструментом у складі комплексу просування підприємства є паблік рилейшнз, що визначається як будь-яка форма особистого або неособистого комунікаційного впливу, яку можна використовувати як в суспільстві загалом, так і в окремих групах для створення позитивного іміджу та встановлення тривалих партнерських відносин.

Стимулювання збуту широко використовується страховими підприємствами та представляє собою оплачувану форму комунікаційного впливу на споживачів, посередників та продавців, спрямовану на стимулювання купівлі або продажу продукції.

Прямий маркетинг визначається як оплачувана форма особистого інформаційного впливу на споживачів та партнерів через адресні звернення з метою сприяння діалогу, формування мотивації для покупок, співробітництва, встановлення довгострокових партнерських відносин та досягнення маркетингових цілей підприємства. В контексті страхових підприємств цей інструмент може використовуватись як додатковий, наприклад, для утримання вже існуючих партнерських відносин через електронні розсилки (як засіб комунікації), або через корпоративний веб-сайт (як інформаційний ресурс), але його прямий вплив на збут продукції обмежений.

Жоден із розглянутих інструментів не може функціонувати в ізоляції і досягати своєї максимальної ефективності лише при вдалому їх взаємодії з іншими засобами

просування. Це виражається в утворенні комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій. Систематизація трактувань сутності інтегрованих маркетингових комунікацій у міжнародній практиці та результати досліджень вітчизняних вчених свідчать про існування такої ієрархії підходів до розуміння поняття: філософія → концепція → комунікація → комплекс → вплив. Поява нових інструментів та каналів у системі маркетингових комунікацій веде до переосмислення структури самої системи і більш результативного їх застосування шляхом інтеграції у практичній діяльності з іншими факторами, що сприяють вибору споживачем місця здійснення покупки [2 с. 326]. Інтегрована маркетингова стратегія є складнішою у реалізації, оскільки вимагає координації дій різних департаментів та функціональних підрозділів. Якщо координація не відбувається належним чином, це може призвести до несприятливого впливу на комунікації зі споживачами та до порушення іміджу бренду.

Можливість застосування інтеграції для реалізації завдань маркетингової комунікаційної діяльності розкривається комплексом принципів:

– інтеграція вибору – способи поєднання комунікаційного інструментарію.

– інтеграція позиціонування – узгодження інструментів просування з позиціонуванням марки.

– інтеграція плану-графіку – прискорення прийняття рішення споживачами за умови залучення їх уваги інструментами маркетингових комунікацій у конкретних точках каналів збуту.

Список використаних джерел:

1. Герчаківський О. (2023). Аналіз впливу маркетингових комунікацій на споживачів в ритейлі: переваги та недоліки інтегрованої маркетингової стратегії. Академічні Візії, 17. https://doi.org/10.5281/zenodo.7759321

2. Алданькова Г. В. Маркетингові комунікацій торговельних мереж як фактор впливу на покупців побутової техніки та електроніки. Економіка і суспільство. 2017. Випуск № 9. С. 326-330. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/9_ukr/56.pdf

Сергій Равлюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Маркетинг»,
наук. кер. – Юрій Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

МЕХАНІЗМ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Зростаюча роль маркетингового управління діяльністю промислових підприємств відбивається і на типових організаційних структурах. Можна виділити 4 фази розвитку: маркетинг як функція розподілу; організаційна концентрація задач маркетингу як функції продажу; виділення маркетингу в самостійну службу; маркетинг як головна функція підприємства.

Сьогодні принциповим питанням щодо організації управління підприємством є формування таких управлінських механізмів, які б забезпечили його ефективне функціонування. Так, саме побудова управління підприємством на принципах маркетингу, тобто використання маркетингового менеджменту, є одним із шляхів розв'язання цієї проблеми [1].

Формування інструментарію управління маркетингом на підприємстві передбачає визначення його головних складових, їх ролі і взаємодії. Інструментарій управління маркетинговими процесами в системі управління діяльністю підприємства передбачає

формування системи елементів, які найбільш повно дозволяють керувати маркетинговими процесами.

Основними проблемами управління маркетингом на сучасних підприємствах малого та середнього бізнесу є: відсутній відокремлений підрозділ маркетингу в ряді суб'єктів господарювання такого розміру; цілі маркетингових підрозділів ставляться на основі умовиводів керівного складу, а не в результаті розробки загальної стратегії маркетингу підприємства; на малих та середніх підприємствах часто відсутні фахівці, що мають практичні навички та професійну спеціалізацію; відсутня ефективна взаємодія між маркетинговою службою та апаратом управління підприємством; маркетингові підрозділи виконують розрізнені функції, що порушує комплексний підхід до реалізації маркетингової стратегії; відсутнє належне аналітичне забезпечення структурних підрозділів та ефективне маркетингове інформаційне забезпечення їх діяльності; відсутні системи мотивації працівників маркетингових служб; відсутні ефективні методики оцінювання ефективності діяльності маркетингових служб [2].

Кожний крок маркетингової діяльності пов'язаний з глибоким дослідженням ринку, що передбачає аналіз його привабливості та конкурентоспроможності підприємства на ньому. Маркетинг поділяють на стратегічний і операційний. Стратегічний маркетинг - це аналіз, логічним продовженням якого є дія - операційний маркетинг. Операційний маркетинг - це спрямований на наявні ринки активний процес, що передбачає використання таких тактичних засобів, як товар, ціна, збут, просування. На відміну від стратегічного маркетингу, націленого на довгострокову перспективу, операційний маркетинг застосовує короткострокове планування. Аналіз, планування, реалізація та контроль - це чотири етапи управління маркетингом на промислових підприємствах різної форми власності та виду діяльності. Зазначені методи підприємства використовують як при стратегічному, так і при операційному маркетингу.

Для оцінки можливостей підприємства на підставі застосування маркетингового інструментарію проводяться такі операції:

– прогнозування попиту - виявляються всі споріднені товари й обсяги продажу кожного з них, оцінюється перспектива зміни кількості випадків продажу і можливість появи конкурентів товарів;

– сегментування ринку - процес поділу споживачів на групи - за потребами, характеристиками або поведінкою. Необхідно сконцентрувати зусилля на одному із сегментів, виходячи з можливостей підприємства. Вихід на ринок завжди слід починати з одного сегмента, і, якщо є успіх, то поступово оволодівати іншими сферами;

– позиціювання товару на ринку - забезпечення йому незалежної репутації у споживачів. Здійснивши його, слід вжити комплекс заходів маркетингу, застосовуючи набір контрольних факторів підприємства, використовуючи товар, ціни, поширення, стимулювання тощо. Здійснені заходи дають можливість підприємству вибрати альтернативні концепції, на основі яких можна проводити свою маркетингову діяльність. Концепція продукції передбачає, що покупці віддаватимуть їй перевагу через широку доступність і порівняно низькі ціни.

Стосовно вибору стратегії реалізації маркетингового управління діяльністю підприємства при формуванні цільових ринків здається доцільним використовувати стратегію диференційованого маркетингу, оскільки на сучасному етапі існують ринки з множинною сегментацією. Застосування даної стратегії дозволить при виникненні проблем у певному секторі ринку вирішити їх за рахунок існування ряду секторів, але в тої же час дана стратегія пов’язана з великими маркетинговими витратами.

Отже, застосування загальнотеоретичних концепцій формування маркетингового інструментарію через їх трансформацію до інструментарію маркетингового управління дозволить підприємству досягти максимальної результативності маркетингової діяльності шляхом інтегрування та використання своїх сильних сторін з урахуванням

реальних умов на ринку, та дозволить активізувати весь комплекс маркетингу в системі управління ринковою діяльністю підприємства за рахунок його чіткої взаємодії.

Список використаних джерел:

1. Райко Д. В., Лебедєва Л. Е. Модель управління маркетингом у системі менеджменту промислового підприємства. URL: https://armgpublishing.com/wp-content/uploads/mmi/volume-6-issue-1/mmi2015_1_107_123.pdf

2. Ратушна Ю.Л. Управління маркетингом в діяльності підприємства малого та середнього бізнесу. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/15-16_2020/20.pdf

Богдан Римар,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Маркетинг»,
наук. кер. – Юрій Королюк,
Чернівецький торговельно–економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РОЗРОБКА СИСТЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА З ПРОДАЖУ ЦИФРОВОЇ ТЕХНІКИ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ У РИТЕЙЛІ

У сучасному ритейлі ціноутворення є важливим елементом маркетингової стратегії підприємства та однією з ключових конкурентних переваг. Правильно розроблена система ціноутворення прямо впливає на обсяги продажів та прибутковість підприємства. Ціноутворення в ритейлі – це складний, але надзвичайно важливий процес який безпосередньо впливає на споживачів, ключові показники підприємства та ринок в цілому.

В умовах економічної кризи та війни, яка триває в Україні, процес ціноутворення є критично важливим для підприємства, особливо якщо це малий бізнес, адже кожна помилка може призвести до фатальних наслідків. У цей період споживачі чутливі до цін, тому важливо розробляти систему ціноутворення, яка буде враховувати цей фактор та стимулювати збут продукції.

Детально тенденції розвитку ритейлу в Україні в своїй праці "Тенденції розвитку в Україні" описують Антонюк Я. М. та Шиндировський І. М. В даній роботі розкриваються аспекти роботи великих світових ритейлерів таких Amazon, Walmart, Carrefour і Lidl та їх досвід, який можна використати на ринку ритейлу в Україні. Також автори в своїй праці розділяють поняття ритейлу та роздрібної мережі наводяабо такі порівняльні характеристики, як наявність бренду, різна цінова політика та національний або міжнародний масштаб [1, с.24-25].

Наразі на ринку України існує ряд проблем, які варто враховувати при розробці ефективної системи ціноутворення. Основні проблеми, які варто розглянути [2]:

1. Зниження купівельної спроможності споживачів, що змушує населення ставити пріоритети при плануванні покупок. Попит на дорогі товари зменшується, оскільки відсоток населення, який може собі їх дозволити зменшується.
2. Високий рівень конкуренції, що змушує підприємства знижувати ціни, а це прямо впливає на прибутковість підприємства.
3. Нестабільність економічної та політичної ситуації, що значно ускладнює прогнозування попиту та той або інший продукт, а також витрат підприємства.

Перед тим як розробляти ефективну систему ціноутворення підприємства потрібно проаналізувати фактори, які безпосередньо впливають на ціноутворення у роздрібній торгівлі, а саме:

1. Попит на конкретний товар або послугу.
2. Вартість товарів та послуг.
3. Конкурентна ситуація в регіоні та країні в цілому.
4. Фінансові можливості підприємства.

Також перед розробкою стратегії ціноутворення для підприємства варто розглянути приклади успішних стратегій відомих брендів таких, як:

1. Ціна – диференціація, прикладом якої є компанія Apple. Компанія встановлює вищі ціни на свої товари, ніж конкуренти. Це пов'язано з тим, що Apple пропонує товари та послуги, які є унікальними та високоякісними. Ця стратегія дозволяє Apple отримувати значно вищий прибуток в порівнянні з конкурентами за рахунок високого цінового дискримінування.

2. Ціна – цінність, прикладом якої є компанія Amazon. Компанія встановлює ціни, які відповідають сприйняттям покупцями цінності товару або послуги. Amazon пропонує широкий асортимент товарів та послуг за конкурентоспроможними цінами. Ця стратегія дозволяє Amazon отримувати високі прибутки за рахунок високої лояльності клієнтів та високих об'ємів продажів.

3. Ціна – лідерство, прикладом якої є компанія Walmart. Walmart є одним з найбільших ритейлерів у світі. Компанія встановлює найнижчі ціни на ринку, щоб залуаботи якомога більше покупців. Ця стратегія дозволяє Walmart отримувати значний прибуток за рахунок високих обсягів продажів. Ця стратегія максимально ефективно підходить для побудови стратегії ціноутворення для локального магазину техніки в умовах війни.

4. Ціна – проникнення, прикладом якої є компанія Xiaomi. Xiaomi є виробником смартфонів, який успішно застосовує стратегію "ціна – проникнення". Компанія не лише встановлює низькі ціни на свої смартфони, але й випускає смартфони в багатьох цінових сегментах для того, щоб завоювати велику частину ринку. Так компанія може запропонувати смартфон як за 3 999 грн так і за 49 999 грн. Ця стратегія дозволила Xiaomi стати одним з найбільших виробників смартфонів у світі.

5. Ціна – престиж, прикладом якої є компанія Louis Vuitton. Компанія є виробником високоякісних товарів моди, та встановлює високі ціни на свої товари. Завдяки цьому створюється відчуття престижу та ексклюзивності. Дана стратегія дозволяє Louis Vuitton отримувати надзвичайно високі прибутки за рахунок високої маржі.

Отже, кожна із наведених вище стратегій ціноутворення являється успішною та високоефективною в певній компанії. Оскільки ми будемо розробляти стратегію ціноутворення для компанії з продажу цифрової техніки на ринку України то оптимальним вибором стратегії ціноутворення буде стратегія "ціна – цінність" для великих мережевих гравців, таких як Comfy, Rozetka, Алло, Ельдорадо, Ябко [3], та стратегія "Ціна – лідерство" для локальних магазинів цифрової техніки.

Головна відмінність полягає в тому, що фінансові можливості мережевих гравців з продажу цифрової техніки в Україні є досить високими в порівнянні з локальними магазинами. Це дозволяє компаніям інвестувати в маркетинг та впізнаваність, що створює додаткову цінність для покупця, яку можна монетизувати. В той час як локальні магазини вимушені крім високого сервісу надавати і кращу ціну в порівнянні із мережами, що негативно впливає на маржинальність підприємства, але значно стимулює збут продукції.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Я. М., Шиндировський І. М. Тенденції розвитку ритейлу в Україні //Підприємництво і торгівля. Львів, 2019. Вип. 24. С. 3–9.

2. Хто тепер ціновий лідер на українському ринку? // Журнал All Retail. 2023.URL:https://allretail.ua/news/77610-zhurnal-all-retail-zhovtneviy-vipusk-hto-teper-cinoviy-lider-na-ukrajinskomu-rinku (дата звернення: 11.11.2023).

3. Технічна еволюція: як змінювалися формати магазинів побутової техніки та електроніки // URL: https://rau.ua/novyni/formati-magaziniv-tehniki (дата звернення: 11.11.2023).

Володимир Сіманюк,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Маркетинг»,
наук. кер. – Юрій Королюк,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ФІНАНСОВІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ВІРТУАЛЬНОГО МАГАЗИНУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ КРИЗ: ВІДНОВЛЕННЯ, ОПТИМІЗАЦІЯ ТА АДАПТАЦІЯ

У сучасних умовах глобальних криз, які характеризуються нестабільністю, невизначеністю та постійними змінами у економічному середовищі, розробка та впровадження ефективних фінансових стратегій для управління маркетинговою діяльністю віртуального магазину стає надзвичайно важливою задачею. Глобальні кризи, такі як економічні рецесії, пандемії, та геополітичні турбуленції, вимагають від віртуальних магазинів не лише швидкої реакції на зміни, але й стратегічного фінансового управління для забезпечення стійкості та конкурентоспроможності.

Саме у цьому контексті набуває великого значення вивчення фінансових стратегій управління маркетинговою діяльністю, оскільки вони визначають способи використання ресурсів, максимізації результатів та адаптації до змін в бізнес-середовищі. Актуальність дослідження полягає в тому, що віртуальні магазини, що успішно впроваджують фінансові стратегії в управління маркетингом, можуть не лише виживати в умовах глобальних криз, а й визначати нові можливості для зростання та розвитку.

Непередбачуваність економічного середовища створює надзвичайно важкі завдання для бізнесу, і в цьому контексті розуміння, як ефективно керувати фінансами в маркетинговій сфері, стає стратегічно важливим фактором. Відправною точкою для розгляду цього питання є аналіз прикладів та дослідження актуальних стратегій, які вже виявилися успішними в умовах глобальних криз, з метою визначення та уточнення оптимальних підходів до фінансового управління маркетинговою діяльністю.

Глобальні кризи, такі як фінансова криза 2008 року, виручають віртуальні магазини, які застосовують ефективні фінансові стратегії. За дослідженням McKinsey [5], компанії, які вдало виходять із криз, частіше застосовують гнучкі фінансові стратегії, що сприяє відновленню.

У період пандемії COVID-19, віртуальні магазини, які швидко адаптували свої маркетингові стратегії до онлайн-формату, показали вражаючі результати. За звітом Deloitte [2], таке адаптивне управління маркетингом забезпечує не лише виживання, але й ріст у складних умовах.

Компанії, які вкладають у відновлення своєї брендової активності, отримують високі результати. Дослідження Nielsen [6] показує, що віртуальні магазини, які не зменшили свої рекламні бюджети під час кризи, мали більший обсяг продажів у подальшому.

Google AdWords та Facebook Ads надають інструменти для точного визначення ефективності рекламних кампаній. Дослідження Forrester [3] рекомендує використовувати аналітику цих платформ для оптимізації витрат на рекламу та забезпечення максимального ROI.

Уміле використання фінансових інструментів дозволяє компаніям ефективно адаптуватися до геополітичних змін. Дослідження Harvard Business Review [4] рекомендує вивчення ринкових трендів та швидке впровадження змін в стратегії для успішної адаптації.

Приклади таких компаній як Amazon, яка активно використовує дані для персоналізації маркетингових стратегій [1], свідчать про те, що гнучкі та ефективні фінансові стратегії управління маркетинговою діяльністю можуть стати ключовим фактором успіху у глобальних кризових умовах.

У контексті глобальних криз, ефективне управління маркетинговою діяльністю вимагає ретельного розгляду та розробки відповідних фінансових стратегій. Ключові аспекти, які слід враховувати в висновках щодо управління фінансами у маркетингу під час глобальних криз, можна сформулювати наступним чином:

1. Спрямованість на відновлення.

В період кризи важливо акцентувати увагу на стратегіях відновлення маркетингової діяльності. Дослідження показують, що віртуальні магазини, які активно інвестують у відновлення своїх маркетингових ініціатив, виходять з кризи сильнішими. Фінансові стратегії повинні бути орієнтовані на швидке та ефективне відновлення ринкової активності.

2. Оптимізація фінансових ресурсів.

Оптимізація фінансових ресурсів стає ключовою стратегією в умовах кризового середовища. Важливо уникати необгрунтованих витрат та визначати пріоритетні напрями. Виникає необхідність системного аналізу та раціоналізації фінансових зусиль для максимізації ефективності.

3. Адаптація до нових умов.

Гнучкі та адаптивні фінансові стратегії є важливим фактором успіху в умовах невизначеності. Заклик до розробки і впровадження адаптивних стратегій стає основою. Віртуальні магазини повинні готуватися до змін та реагувати на них швидко та ефективно.

4. Стабільність та конкурентоспроможність.

Найважливіше завдання фінансових стратегій – забезпечення стабільності та конкурентоспроможності. Віртуальні магазини повинні бути готові до довгострокових викликів та забезпечувати не лише виживання, але й здатність конкурувати в майбутньому.

Узагальнюючи, фінансові стратегії управління маркетинговою діяльністю в умовах глобальних криз повинні бути орієнтовані на відновлення, оптимізацію та адаптацію для досягнення стійкості та успішної конкурентоспроможності. Важливою перспективою є надійне партнерство з фінансовими інструментами, що сприяє створенню ефективних стратегій, спрямованих на успіх у будь-яких економічних умовах.

Заклик до розробки і впровадження адаптивних фінансових стратегій стає критичним елементом не лише виживання, але й становлення лідера в умовах глобальних невизначеностей.

Список використаних джерел:

1. Amazon. Elevate your marketing solutions with Amazon Personalize and generative AI. 2023. URL :https://aws.amazon.com/ru/blogs/machine-learning/elevate-your-marketing-solutions-with-amazon-personalize-and-generative-ai/.

2. Deloitte. Navigating the impact of COVID-19 on global advertising budgets. 2020. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/tax/in-tax-navigating-the-impact-of-covid-19-noexp.pdf.

3. Forrester. Planning Guide 2023: B2C Marketing Executives. URL: https://www.forrester.com/bold/planning-guide-2023-b2c-marketing-executives/.

4. Harvard Business Review. Adapt Your Business to the New Reality . 2020. URL: https://hbr.org/2020/09/adapt-your-business-to-the-new-reality.

5. McKinsey & Company. Resilience in a downturn: Learning from the past. 2022. URL: https://www.mckinsey.com/featured-insights/themes/what-can-we-learn-from-the-resilients-of-the-last-economic-downturn.

6. Nielsen. The Impact of COVID-19 on Media Consumption Across North Asia. 2020. URL: https://www.nielsen.com/insights/2020/the-impact-of-covid-19-on-media-consumption-across-north-asia/.

Микола Швейко,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Маркетинг»,
наук. кер. – Юрій Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНІЗМУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Формування й використання сучасних маркетингових механізмів має важливе теоретичне і практичне значення для вирішення комплексу завдань, пов'язаних із політикою ефективного господарювання підприємств в умовах прискорених ринкових трансформацій, які відбуваються в економіці України. З позиції теорії управління маркетинговий механізм необхідно розглядати на основі складових: потреби, споживачі, продукт, ринок. Процеси, які відбуваються на підприємствах, мають бути добре регульованими, система маркетингу надає можливість налагодження зворотних зв'язків з ринковим середовищем та отримувати інформацію про ситуацію на ринку. Лише маркетинговий підхід до прийняття рішень надає можливість визначити конкретні цілі, стратегію та тактику ринкової поведінки та підвищити прибутковість підприємства [1, с. 11]. На сьогодні ринок вже не функціонує безсистемно, а має ознаки злагодженої, регульованої системи, в якій головна роль належить споживачу, і ці ознаки сучасного ринку обумовлюють сутнісну характеристику сучасного маркетингу. Вимоги до якості продукції, до основних її технічних характеристик, сервісного обслуговування, надання консультативних послуг висуває споживач, а підприємствам залишається «боротися» за свого споживача, тобто приймати участь у конкурентній боротьбі [2, с.].

Маркетинговий механізм варто трактувати як сукупність управлінських важелів, чітко визначених засобів, принципів, методів та маркетингових засад, що використовуються підприємствами в управлінні діяльністю, спрямованих на перетворення потенціалу підприємства в конкретні результати виробництва, що здатні задовольнити потреби споживачів, надаючи підприємствам тим самим вагомі важелі у конкурентній боротьбі. Маркетинговий механізм являє собою комплекс важелів економічного, організаційного, аналітичного та діагностичного спрямування, результатом застосування і впливу яких повинні бути реалізація науково обґрунтованої стратегії й тактики задоволення споживачів (ринку) у продуктах, послугах і здобуття підприємством конкурентних переваг.

Засади маркетингового механізму формуються на основі інтегрованої системи взаємодії маркетингових інструментів, систематичне управління якою реалізується за допомогою функцій, серед яких доцільно виділити три їх групи: аналітичні (поділ ринку на сегменти та дослідження поведінки споживачів у цих сегментах, дослідження кон'юнктури ринку, дослідження поведінки конкурентів); стратегічні (побудова стратегій – вибору ринку, освоєння ринку, стимулювання ринку, просування на ринку); результативні (виконання маркетингових планів, маркетингових програм, маркетингових проектів).

Реалізуються визначені завдання маркетингового механізму розвитку суб'єктів підприємницької діяльності на основі таких принципів: структурованість, комплексність, комплементарність, функціональність, регламентованість, галузева дотичність.

Інформаційною базою для побудови маркетингового механізму є результати дослідження ринку та дослідження конкурентів. У процесі дослідження ринку вивчають структуру ринку, кон'юнктуру ринку, його місткість, проводять дослідження продукту та вивчають смаки й уподобання споживачів.

Переорієнтація на маркетинговий підхід змушує підприємства переглядати

інструменти «системи реалізації», долучивши до її складу «рекламу різних видів», «систему сервісу» та інші функції маркетингу. Такий процес принесе результативність у діяльність підприємства лише тоді, коли маркетинг отримає визначальне місце в його життєдіяльності. Актуальність використання інструментів маркетингу не викликає жодних сумнівів, тому виникає необхідність формування наукової бази щодо створення й управління маркетинговим потенціалом підприємства як складною системою в сукупністю з його ресурсною базою.

В цілях удосконалення маркетингової діяльності і підвищення конкурентоспроможності, підприємствам необхідно регулярно здійснювати оцінку ефективності управління маркетинговими заходами. Аналіз ефективності маркетингового механізму проводився за наступними напрямами: відношення керівництва підприємства до маркетингу (його визначення, роль і функції); організація цієї діяльності (залучення до процесу стратегічного планування, рівня координації і інформаційного обміну між функціями маркетингу); практичне виконання функцій маркетингу (використання маркетингових досліджень, планування, участь в розробці нових товарів тощо).

Маркетингова діяльність на практиці реалізується шляхом виконання функцій маркетингу – дослідження ринку, сегментація ринку і вибір цільових сегментів ринку, позиціонування товару, розробка ефективного товарного асортименту, введення на ринок нових товарів, здійснення гнучкої цінової політики, вибір ефективних каналів збуту і організація збутової діяльності, здійснення ефективної комунікаційної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Румик, І., Пижьянов, С. (2022). Економічні підходи до функціонування системи маркетингу на промислових підприємствах. Вчені записки Університету «КРОК», (4(68), 9–19. https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-68-9-19

2. Багорка М.О., Абрамович І.А. Формування комплексної системи аграрного маркетингу підприємства. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/1_87_2022_ukr/16.pdf

Ярослав Янчишин,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Маркетинг»,
наук. кер. – Юрій Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання виробництво товарів високої якості та надання необхідних споживачам послуг є необхідною умовою успішної діяльності підприємства. Однак ця умова є недостатньою, оскільки ключовою передумовою для отримання прибутку компанією є інформованість покупців про переваги пропонованого продукту, а також про саме підприємство та його імідж. Ця умова реалізується за допомогою маркетингових комунікацій.

Підприємства постійно намагаються знайти нові способи комунікації зі споживачами та вдосконалити існуючі; переконати споживачів у якості та перевагах, що надає їх продукт. Саме тому маркетингові комунікації відіграють вирішальну роль у створенні та збережені відносин зі споживачами. Зростаюча конкуренція на ринку підвищує інтерес до створення стійких та інтегрованих зв'язків [1, с. 249].

Основна мета маркетингових комунікацій полягає в досягненні маркетингових цілей діяльності підприємства. Для досягнення ціх цілей використовуються різноманітні засоби та методи, такі як реклама, особистий продаж, стимулювання збуту, відносини з

громадськістю та інші. Маркетингові комунікації не лише інформують цільову аудиторію про продукти чи послуги підприємства, але й впливають на їхнє сприйняття, переконання та утворення позитивного іміджу компанії.

Формування системи маркетингових комунікацій має враховувати наступні тенденції [2]: розвиток цифрових технологій та цифрових каналів передачі інформації; орієнтація на споживача; орієнтація на базові цінності; формування лояльності клієнтів; креативність, інноваційність підходів до клієнта; наділення товарів додатковою цінністю; соціальна відповідальність брендів та соціальне забарвлення реклами; інтегрований підхід до побудови системи маркетингових комунікацій; зростання ролі репутації підприємства та ін.

Маркетингові комунікації виступають ефективним інструментом у взаємодії підприємства із своєю аудиторією, сприяючи досягненню стратегічних маркетингових цілей та підтриманню стабільної позиції на ринку.

Важливо визнати, що успіх стратегії маркетингових комунікацій підприємства в значній мірі залежить від правильного вибору комунікаційних засобів. Науковці мають різні точки зору щодо елементів, складових та інструментів маркетингових комунікацій: одні виділяють лише чотири основних (реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, персональний продаж), інші розглядають всі можливі елементи, включаючи їх комбінації. Однак всі згодні в тому, що застосування всіх елементів та складових маркетингових комунікацій може призвести до найбільш позитивного результату.

Узагальнюючи погляди вчених щодо інтеграції інструментарію маркетингових комунікацій, можна стверджувати, що доцільно інтегрувати основні та синтетичні інструменти в комунікативній політиці підприємства. Також слід відзначити, що позиції науковців щодо диференціації інструментів маркетингових комунікацій за формою інтеграції дозволяють класифікувати основні інструменти як рекламу, паблік рилейшнз, стимулювання збуту, прямий маркетинг та персональний продаж, а синтетичні як брендинг, виставки, ярмарки, інтегровані маркетингові комунікації на місці продажу та маркетинг подій. При формуванні комплексу маркетингових комунікацій слід також враховувати мету використання різних інструментів маркетингових комунікацій, оскільки їх основні завдання варіюються: реклама застосовується для зміцнення бренду, паблік рилейшнз – для формування позитивного іміджу, стимулювання збуту та прямий продаж – для здійснення продажу продукції.

Для формування та реалізації ефективного комплексу маркетингових комунікацій можна використовувати вищезазначений алгоритм, що дозволить враховувати сучасні особливості маркетингових комунікацій, ключові фактори впливу і досягати високої ефективності у цьому напрямі. Практичне застосування запропонованих підходів спрямовано на відбір найбільш ефективних інструментів комплексу маркетингових комунікацій для конкретного підприємства. Сам процес створення механізму формування комплексу маркетингових комунікацій сприятиме посиленню конкурентоспроможності підприємства як на внутрішньому ринку, так і відкриватиме нові можливості для виходу на європейські та міжнародні ринки.

Ефективність комунікацій підприємства залежить від тісного взаємозв'язку як економічних, так і комунікативних аспектів, і обидві ці складові є ключовими при її створенні. Психологічний вплив реклами на споживача визначається не лише величиною фінансових вкладень рекламодавця, оскільки успіх залежить від того, наскільки ефективно вона впливає на ментальний аспект споживача – завдяки роботі маркетологів та розробників.

Список використаних джерел:

1. Терент'єва Н. В. Павельчук Є. О. Інтегровані маркетингові комунікації як чинник ефективого розвитку підприємства Вісник Хмельницького національного університету 2021, № 6, Том 1. С. 249-253.

2. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Боровик Т. В., Чухліб О. С. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. Ефективна економіка. 2021. № 11. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9528. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.11.70

Володимир Андронік,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Готельно-ресторанна справа»,
наук. кер. – Юрій Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Сутність конкурентних переваг переважно проявляється через: сукупність ресурсів якими володіє організація і які забезпечують їй перевагу над конкурентами; спроможність організації ефективно використовувати ресурси; здатність формувати і розвивати якісні та кількісні властивості товарів (послуг), які є привабливішими для споживачів порівняно з властивостями товарів (послуг) конкурентів тощо [1, с.73].

Для ефективного функціонування підприємств ресторанного бізнесу вкрай важливою є не лише досягнення конкурентоспроможності, яка виступає результатом ефективної реалізації конкурентних переваг, але й її довготривале збереження. Зважаючи на постійні зміни та несприятливість конкурентного середовища, наявність конкурентних переваг для досягнення довгострокових цілей потребує постійного процесу їх створення та утримання на високому рівні конкурентоспроможності.

Конкурентна перевага – це будь-який чинник, що дає змогу підприємству досягти фінансовий результатів. Набуття й утримання конкурентних переваг підприємствами залежить передусім від їх джерел [2, с.35] .

Систему стійких конкурентних переваг підприємства ресторанного бізнесу складають відповідні підсистеми – формування та реалізації, які мають свою власну особливість та специфіку. Підсистема формування конкурентних переваг орієнтована на створення сукупності актуальних конкурентних переваг підприємства ресторанного бізнесу, використовуючи як внутрішні ресурси (існуючий конкурентний потенціал), так і зовнішні фактори (сприятливі впливи зовнішнього середовища). Ця підсистема спирається на такі підходи:

– системно-функціональний: виділення окремих елементів системи з різним функціональним навантаженням;

– процесний: формування конкурентних переваг відбувається через послідовні стадії від генерації ідеї до створення конкурентної переваги за обов'язковою послідовністю.

– ціннісно-орієнтований: вибір ідей спрямованих на створення цінних конкурентних переваг для споживачів.

Підсистема реалізації має на меті забезпечити процес виведення на ринок сформованих у межах центру «формування» конкурентних переваг, тобто досягнення максимального рівня конкурентоспроможності підприємства. Ця підсистема ґрунтується на принципах таких підходів:

– системно-функціональний: для можливості виділення окремих елементів системи з різним функціональним завданням.

– процесний: для забезпечення послідовності проходження процесу виведення на ринок.

Метою управління конкурентними перевагами ресторану є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Управління конкурентними перевагами ресторану спрямоване на:

1. Нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом формування захисту проти них.

2. Використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства.

3. Забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень – їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку.

Об'єктом управління конкурентними перевагами ресторану є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Суб'єктами управління конкурентними перевагами ресторану є певне коло осіб, що реалізують його (управління) мету: власники підприємства, які за будь-яких умов мають брати безпосередню участь у формуванні стратегічних цілей та завдань підприємства, пов'язаних з економічними інтересами та фінансовими можливостями власника; управлінський персонал підприємства; працівники операційних підрозділів підприємства, які є відповідальними за ефективну реалізацію планів дій по забезпеченню належного рівня конкурентоспроможності.

Процес управління конкурентними перевагами ресторану включає в себе наступні дії: моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентної ситуації в галузі та на ринку; діагностування конкурентоспроможності підприємства та його основних суперників; конкурентне позиціонування підприємства – вибір стратегічних господарських підрозділів із перевагами у конкурентній боротьбі; розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства; реалізація конкурентної стратегії підприємства.

Список використаних джерел:

1. Кощій О. Конкурентні переваги організації як запорука її високої конкурентоспроможності. Економічний форум. 1, 1 (Бер 2023), 71-78. DOI:https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-1-10.

2. Берницька Д. Особливості розвитку конкурентних переваг підприємства за сучасних умов функціонування. URL: http://rarrpsu.wunu.edu.ua/index.php/rarrpsu/article/viewFile/235/233

Дмитро Бензель,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Готельно-ресторанна справа»,
наук. кер. – Юрій Чаплінський,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м.Чернівці

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Конкурентоспроможність є однією з центральних категорій сучасної економічної науки, з якою традиційно пов'язують успішність функціонування суб'єктів конкурентних відносин, ефективність та стабільність розвитку ринкового механізму в цілому. Конкурентоспроможність підприємства найчастіше пов'язують із такими властивостями, як:

– здатність випускати конкурентоспроможну продукцію, послуги;

– здатність до продуктивного та ефективного функціонування;-

– здатність задовольняти потреби споживачів краще, ніж це роблять основні конкуренти [1, с. 102].

Конкурентоздатність фірми є її здатність досягати основної мети при наявності безлічі конкурентів, які мають схожі цілі та реалізують схожі бізнес-процеси для їх

досягнення. Фактори можуть впливати як в бік підвищення конкурентоздатності фірми, так і в бік її зменшення і ці зміни сприяють перетворенню можливостей у дійсність. Отримання конкурентної переваги на основі факторів залежить від того, наскільки ефективно фірма може їх поєднувати та використовувати для забезпечення сталого розвитку свої діяльності [2, с. 95].

Рішення ресторану у сфері формування конкурентоспроможності можуть бути спрямовані на розширення своєї частки на ринку, збільшення обсягів продажів, отримання максимального прибутку і створення умов для прибуткового розвитку у майбутньому. Основною метою конкурентоспроможності ресторану є створення необхідних умов для підтримки рівня продажу продукції громадського харчування та цін на таку продукцію, які забезпечують підприємству отримання певного прибутку протягом певного періоду.

У контексті ринкових умов, досягнення прибутковості підприємства або підвищення її стає обов'язковою умовою для забезпечення життєздатності та фінансової стабільності підприємства. Тому, нарівні з цією основною метою, ресторан розглядає інші важливі завдання, включаючи завоювання, збереження або розширення свого сегмента на ринку, зміцнення своїх позицій на ринку, досягнення певних обсягів продажів і оптимізацію процесу збуту продукції.

Розв’язання поточних та перспективних завдань у сфері конкурентоспроможності підприємства передбачає урахування всіх факторів, які впливають на діяльність ресторану та його кінцеві результати. Ці фактори можна узагальнити у дві категорії: ті, які можуть бути контрольовані підприємством і регульовані у відповідний момент і з необхідною інтенсивністю, а також ті, які не піддаються управлінню і утворюють об'єктивні обмеження для діяльності цих підприємств.

Формування конкурентоспроможності ресторану розпочинається з визначення цілей підприємства, їхнього ранжування відносно їхньої важливості та відбору тих, які є найбільш важливими з погляду інтересів підприємства. Для досягнення цих цілей визначаються маркетингові цілі, які зазвичай охоплюють якісні та кількісні аспекти підприємницької діяльності.

Конкурентна стратегія, спрямована на досягнення загальних довгострокових цілей розвитку ресторану, включає два ключових етапи. Перше - виявлення стратегічних альтернатив формування конкурентоспроможності та їх оцінка на основі об’єктивних критеріїв. Друге - вибір оптимального варіанта стратегії конкурентоспроможності. Зміст конкурентної стратегії ресторану визначається відповідно до змісту маркетингових цілей, і будь-яка зміна цілей передбачає перегляд стратегії та відповідних тактичних рішень у сфері маркетингу. Процес формулювання цілей і стратегії конкурентоспроможності ресторану завершується логічно створенням активного плану дій ресторану на ринку. Цей план включає в себе систему заходів з виробництва і збуту, спрямованих на підтримку обраної стратегії конкурентоспроможності. Важливим аспектом є постійний зворотний зв'язок між цілями, стратегією та тактикою формування конкурентоспроможності, а також між тактикою і плануванням.

Реальний вибір конкретних методів і стратегій досягнення цілей ресторану визначається сучасним станом ринку громадського харчування, станом самого підприємства на ринку та загальною стратегічною спрямованістю формування конкурентоспроможності.

Один із ключових аспектів тактики конкурентоспроможності - це формування попиту на товари та послуги ресторану, спрямоване на створення реального уявлення серед споживачів щодо продукції ресторану, включаючи і новітні ринкові інновації, для забезпечення продажів та завоювання певного сегменту ринку.

Отже, робота ресторану у сфері формування конкурентоспроможності спрямована на інформування клієнтів про наявність товарів, їх споживчі характеристики і задоволення потреб населення, які вони задовольняють. Крім того, підприємство

розробляє комунікаційну програму для залучення та утримання постійних клієнтів, а також збільшення їх кількості.

Список використаних джерел:

1. Котельникова Ю. (2022). Підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах цифровізації. Innovation and Sustainability, (4), 101–108. https://doi.org/10.31649/ins.2022.4.101.108

2. Омельченко Т. (2022). Конкурентоспроможність українських підприємств в умовах війни. URL: https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/13932

Анастасія Біла,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Харчові технології»,
наук. кер. – Каріна Паламарек,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ПІД ВПЛИВОМ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

Готельно-ресторанний бізнес є однією із провідних складових сфери послуг, насамперед індустрії гостинності. Попри те, що частку української економіки дедалі більше займає сфера послуг, розвиток і стійке зростання готельно-ресторанного бізнесу ускладнюється цілим спектром проблем.

З початком 2014 року, на ринку готельно-ресторанних послуг спостерігався різкий спад, на що вплинули нестабільна соціально-економічна ситуація, зовнішня збройна агресія на Сході держави, анексія Кримського півострова, а також комплекс системних проблем: недосконала та не модернізована туристична інфраструктура, недостатня якість надання послуг, високі ціни тощо. Сукупність зазначених факторів призвела як до зменшення кількості іноземців, які приїздять, так і до внутрішніх міграцій з метою туризму, рекреації чи роботи, що негативно вплинуло на розвиток готельно-ресторанного бізнесу [1-2].

Після того, як економіка оговталася від фінансової кризи 2014, туристичний бізнес почав зростати. На 2020 рік прогнози були оптимістичними. Але за два місяці вони стали різко негативними. Через пандемію коронавірусу світовий туристичний сектор у 2020 році зменшив обороти на 25% – це еквівалентно відсутності подорожей та будь-якої активності протягом трьох місяців. Закриті кордони, скасування авіасполучення, обмеження пересування як в межах міста так і до інших країн, а також суцільна ізоляція спровокували комплекс проблем у сфері гостинності. Так, за даними прогнозу Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) у 2020 році число туристів скоротилося на третину, у порівнянні з показниками 2019 року [1]. Під загрозою скорочення попало близько 50 мільйонів робочих місць, пов'язаних з індустрією гостинності.

Фахівці відзначають, що сфера обслуговування (ресторани, бари тощо), мали хоча б невеликий відрізок часу, щоб підготуватися до майбутніх наслідків впливу коронавірусу. А готельний бізнес зіштовхнувся з проблемою дуже швидко, внаслідок специфіки ведення господарювання. Так, після введення карантину близько 35–40% готелів в Україні закрилися, інші працюють у дуже обмеженому режимі. Відповідно, головна проблема полягає у скороченні або повній відсутності прибутку. Ті готелі які продовжують функціонувати, втратили від 60 до 90% доходу [3].

Окрім цього, суттєвого удару по індустрії гостинності завдало військове вторгнення російських окупантів на територію України. За місяць війни український готельно-ресторанний бізнес втратив більше, ніж за два роки пандемії. Обсяг завданої шкоди та довгострокові наслідки оцінити важко, адже бойові дії на території країни тривають.

Чимало готельно-ресторанних підприємств опинилися в районах активних бойових дій і змушені були евакуюватися в більш безпечні регіони та припинити роботу. Однак навіть ті бізнеси, які відносно далеко від обстрілів, потерпають через проблеми з логістикою та нестачу сировини.

Чернівецька область продовжує бути надійним тилом для України та гостинним домом для усіх, хто залишає рідні домівки через воєнні дії. Хоча в країні війна, економіка мусить працювати. Тож у Чернівцях вже відчинені практично усі заклади індустрії гостинності (деякі не зачинялися взагалі). Щоправда, алкоголю там не продають – в місті діє заборона на продаж алкогольних напоїв.

Наразі важко спрогнозувати, наскільки критично сучасні глобальні негаразди вплинуть на розвиток індустрії гостинності. Проте зазначити можна точно, що кризи минути вже не вдалося. В останньому звіті, оприлюдненому Світовою радою з подорожей та туризму (WTTC), зазначається, що світовий туристичний сектор цього року може зменшитися в рази [4].

Підсумовуючи вищезазначене, можна стверджувати, що кризові явища є переломним моментом в діяльності суб'єктів господарювання на кожному життєвому циклі підприємства. Критична ситуація змушує боротися та приймати нестандартні рішення. Безперечно, в часі карантину та війни стало більше небезпек у житті. Але це шанс задуматися, проаналізувати ситуацію і ризики, вийти на ринок з більш глибоким розумінням бізнес-процесів. Тож нинішня криза дасть ще більш могутній поштовх до стрімкого розвитку технологій, які стають частиною сектора hospitality.

Сьогодні криза, пов'язана з пандемією COVID-19 та війною змусила індустрію гостинності вийти з зони комфорту та шукати інноваційні шляхи розвитку та діяльності. На мою думку, для того щоб індустрія гостинності відновилася після кризи, її слід реанімувати упровадженням різного роду новацій. Зробити це можна багатьма шляхами. Але, основними мають стати – державна підтримка у даній сфері, поліпшення сервісу, зокрема у сфері гостинності, та посилення інформаційної компанії, зокрема в мережі Інтернет.

Список використаних джерел:

1. Всесвітня туристична організація (UNWTO). URL: www.unwto.org. (дата звернення : 1.10.2023)

2. Мельник А. Г., Мельник О. І., Гуменюк В. В. Стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Чернівецькій області // Інфраструктура ринку. – 2017. – № 3. – URL: http://market-infr.od.ua/uk/3-2017 (дата звернення : 1.10.2023).

3. Берещак В. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні. URL: https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus (дата звернення : 1.10.2023)

4. Світова рада з подорожей та туризму (WTTC). URL: https://wttc.org/About/Events-Webinars/Global-Summit (дата звернення : 1.10.2023)

Ігор Загарія,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Облік і оподаткування»,
наук. кер. – Ірина Мустеца,
Чернівецький торговельно-економічнимй інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Запровадження воєнного стану в Україні через агресію Росії, негативно вплинуло на всі аспекти життєдіяльності українців, на розвиток економіки в тому числі і на туристичну галузь. Звичайно події з 24 лютого 2022 року додають напруги та боязнь туристів у плануванні подорожей і візиті туристичних точок на теренах нашої країни.

Крім того, більшість світових туроператорів встановили обмеження та рекомендації щодо обачності під час вибору туристичного маршруту до України тому необхідно планувати відновлення галузі в післявоєнний період.

Відомо, що світова туристична індустрія почала тільки оговтуватися від наслідків COVID-19. Так, поширення вакцинації сприяло позитивним прогнозам, але в багатьох секторах економіки ситуація змінилася суттєво в негативному напрямку та починаючи з 2020 році туристична індустрія зазнала колосального удару. Глобальне падіння на 73% означає не просто втрату прибутків (1,3 трлн. доларів за даними Всесвітнього економічного форуму), а й скорочення робочих місць та ВВП в країнах, що найбільше залежать від туристичної галузі [1].

У січні Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) опитала експертів галузі щодо того, коли вони очікують повернення до ситуації 2019 року. Результати опитування наступні, так лише 1% респондентів припустив, що це станеться у 2021 році, 15% сподіваються, що відновлення слід очікувати у 2022 році. Найбільше професіоналів ринку (43%) вважають, що це станеться лише у 2023 році. Ще майже стільки ж (41%) сподіваються аж на 2024 рік чи більш пізній період [2].

Експерти зазначають, що відкладене відновлення ринку не означає, що він не буде існувати. Навпаки – світовий туризм змінюється, стає більш сталим та інноваційним. В туристичній індурстрії впроваджують безконтактні технологічні рішення, роблять більше акцентів на безпеці та дбайливому ставленні до навколишнього середовища. Усе це відносять до тренду, який буде домінувати в процесі відновлення галузі.

Проблеми управління розвитком туризму в Україні в умовах трансформації національної економіки досліджувала Шелеметьєва Т. В. [3]. Фурдак М.М. вважає, що тільки взаємодія усіх елементів туристичної індустрії може привести до появи істотного синергетичного ефекту, вираженого в якості зростання конкурентоспроможності сфери вітчизняного туризму. Конкурентоздатними будуть ті оператори туристичного ринку, які раніше за інших додадуть своєму туристичному продуктові нові споживчі якості і властивості і зуміють зацікавити споживача новаціями. Язіна В.А., Кучер М.М., Стеблюк Н.Ф зазначають, що в процесі формування ефективної системи загального управління якістю важливо орієнтуватися на поточні і перспективні потреби клієнтів, підтримувати лідерство керівника, забезпечувати повне залучення працівників готелю до вирішення завдань поліпшення якості послуг, застосовувати системний підхід до менеджменту та гарантувати постійне підвищення результатів підприємницької діяльності. Механізм управління якістю повинен базуватися на ефективних системах підбору та навчання персоналу, контролю якості послуг та моніторингу задоволення споживачів [4].

У процесі розбудови цілісної системи управління якістю послуг, що надаються підприємствами готельного господарства, необхідно дотримуватися принципів маркетингу. З вищенаведеними авторами погоджуються Миронова М.І., Миронов Ю.Б., які зазначають, що в даний час активно розвивається інтерес до розвитку індустрії гостинності як на міжнародному, так і на національному та регіональному рівнях, оскільки туризм і готельний бізнес є каталізаторами розвитку всіх секторів сучасної економіки, забезпечуючи позитивні соціально-економічні та соціокультурні ефекти [5].

Регіональні особливості управління підприємствами сфери гостинності в довоєнний, воєнний та поствоєнний періоди досліджував Вдовічен А.А. Науковець вважає, що управління підприємством сфери гостинності на рівні регіону має здійснюватися з урахуванням поствоєнних перспектив на основі гнучких екстрених рішень, оскільки зміни у зовнішньому середовищі вимагають негайної адекватної реакції з урахуванням цілей підприємства та наявних ресурсів. Щоб підприємству вижити та вести ефективну діяльність у післявоєнний період, немає іншого шляху як постійне уточнення стратегій та ефективного використання обмежених ресурсів у конкретний момент часу. [6].

Початок воєнних дій стали для менеджменту українського готельно-ресторанного бізнесу справжнім викликом. Адже ні досвіду, ні навіть теоретичних досліджень сучасного менеджменту у період повноцінної війни в українського бізнесу нема. Тому постала проблема максимально оперативного переналаштування діяльності зі штатного на новий, ситуативний тип, з врахуванням воєнної специфіки, яка полягає у появі нових викликів і загроз, передусім у зовнішньому середовищі бізнесу, а у окремих випадках – і у внутрішньому.

Про необхідність ефективної системи управління підприємствами сфери гостинності на регіональному рівні говорить Кифяк В.В., який відмічає, що формування регіональної системи управління підприємствами сфери гостинності характеризується наявністю низки факторів, зокрема, таких як воєнні дії, а звідси і високий ступінь невизначеності ринкової ситуації, сезонна нестабільність попиту на туристичні послуги, посилення конкуренції в туристичному бізнесі, нестача фінансових ресурсів тощо [1].

Однак не зважаючи на зацікавленість науковців в даному напрямку, питання удосконалення управління підприємствами туристичної галузі України в умовах військового стану залишається не вирішеним, що і дозволило визначити напрямок наукового дослідження.

У період відбудови готельного господарства України пропонуємо звернути увагу на розширення спектру супутніх послуг для ділових людей та представників бізнесу. Це наявність конгрес-холів, залів для засідань та прес-конференцій, лобі-барів та ін. Окрім цього, необхідна орієнтація закладів гостинності на надання послуг пов'язаних зі здоровим способом життя. Це – фітнес-центри, спа-салони, басейни та ін. Також рекомендуємо в закладах розміщення туристів передбачити приміщення, які можуть бути використані для цивільного захисту туристів, в тому числі і, як бомбосховища.

Список використаних джерел:

1. Кифяк В.В. Формування регіональної системи управління підприємствами сфери гостинності. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. С.334-336. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_05_05_2022.pdf

2. Contingency Approach to Management. URL: ttps://www.encyclopedia.com/management/encyclopedias-almanacs-transcriptsand-maps/contingency-approach-management (дата звернення : 10.04.2022).

3. Шелеметьєва Т. В. Управління розвитком туризму в Україні в умовах трансформації національної економіки [автореф. дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук 08.00.03 – економіка та управління національним господарством]. URL: http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/sites/default/files/aref%20Shelemetieva_0.pdf (дата звернення: 02.06.2020).

4. Yazina Viktoriia, Kucher Marharyta, Stebliuk Natalia. Ways to Increase the Efficiency of Management in Hotel Enterprises in Modern Conditions URL: https://tourlib.net/statti_ukr/yazina2.htm

5. Миронова М.І., Миронов Ю.Б. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції» (м. Черкаси, 16-17 квітня 2020 р.). Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. 557 с. С.517-520. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/myronova2.htm

6. Вдовічен А.А. Регіональні особливості управління приємствами сфери гостинності в довоєнний, воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. С.10-22. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/subsection/nayka/konf_05_05_2022.

Денис Чумак,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Харчові технології»,
наук. кер. – Каріна Паламарек,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

АКТУАЛЬНІСТЬ СТВОРЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА З РЕАБІЛІТАЦІЙНИМ ЦЕНТРОМ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ

Враховуючи повномасштабне вторгнення країни-агресора на територію нашої держави значна кількість туристичних підприємств змушені припинити функціонування або перепрофілювати свою діяльність, а готелі, санаторії та туристичні бази, приймати біженців з окупованих територій або надавати реабілітаційні послуги військовослужбовцям.

Отриманий під час бойових дій травматичний досвід негативно впливає на стан здоров'я військовослужбовців, а після повернення до мирного життя вони переживають стреси, пов'язані з соціальною адаптацією, труднощами в спілкуванні, нерозумінням близьких, професійною самореалізацією, тощо. Отриманні потрясіння під час бойових дій, підсилюється переживаннями, що виникають після повернення додому, у зв'язку з цим виникла нагальна потреба в реабілітаційній діяльності та соціальній адаптації військовослужбовців та учасників АТО.

Необхідність розв'язання проблем реабілітації військовослужбовців нині є одним з найбільш значущих питань, якому має приділятися значна увага як зі сторони держави, так і зі сторони громадськості, адже війна в Україні і досі триває.

Завдання держави створити військовослужбовцям усі необхідні умови, які б забезпечили їм однаковий зі звичайними співгромадянами рівень життя, зокрема, в сфері зайнятості, освіти, розвитку, тобто їх максимальної участі в суспільному житті. Це можливо за допомогою їх реабілітації. Термін «реабілітація» походить від латинських слів «re-» − відновлення і «habilis» − здатність, тобто «Rehabilis» − відновлення здатності (властивостей), валідності індивідуума [1].

Аналізуючи дані реабілітаційних центрів для військовозобов'язаних, які функціонують на території України бачимо, що кількість реабілітаційних центрів для військовозобов'язаних в Україні не велика, держава лише починає впевнені кроки в їх організації та підтримці. Основна частина закладів відновлення зосередилась в Києві та Західній частині країни. Беручи до уваги, що збройна агресія Російської Федерації триває, а кількість хлопців, яким потрібна допомога з кожним роком зростає бачимо необхідність у відкритті нових підприємств та впровадженні реабілітаційних послуг на фоні санаторно-курортних закладів та курортних готелів [2].

Перспективною локацією для побудови готельного підприємства з рекреаційним центром для військовослужбовців є гірська місцевість Західної України, з її чистим повітрям, тишею та спокоєм, які мають гарний вплив на психоемоційний стан захисників.

Розглянемо основні конструктивні цілі при проектуванні готельного підприємства з центром реабілітації військовослужбовців [3]:

1) Створення домашнього середовище шляхом ретельної уваги до зовнішніх та внутрішніх архітектурних особливостей та елементів інтер'єру.

2) Проект готелю повинен включати відкритий і яскравий дизайн. Конфігурація приміщень має базуватися на близькості зон і не повинна включати довгі коридори з метою сприяння соціальній активності та взаємодії з персоналом.

3) Забезпечення широкого візуального та фізичного доступу до природи, що сприятиме зціленню військовозобов'язаних.

4) Приміщення для захисників повинні мати доступ до природного світла, а також відповідний акустичний контроль.

6) Оптимізація кількості меблів, світильників та обладнання, які можуть бути використані як зброя.

7) Відокремити блок відпочинку від блоку реабілітації, а також розподілити відповідно до фізичних чи фізіологічних потреб військовозобов'язаних.

8) «Розумне пристосування» – організація у готелі адаптивного середовища життєдіяльності людей з обмеженими можливостями шляхом пристосування навколишнього оточення під їх потреби (спеціальні ліфти, пандуси).

На рис 1 наведені головні результати після створення готельного підприємства з центром реабілітації військовослужбовців [4].

Рис. 1. Результати створення готельного підприємства з центром реабілітації військовослужбовців

Аналізуючи дані рис. 1 бачимо, що створення готельного підприємства з центром реабілітації військовослужбовців матиме позитивний вплив не лише безпосередньо на захисників України, а й позначиться в цілому на економіці держави, її соціальній та гуманістичній сферах.

З останніми подіями, які відбуваються в України підвищився науково-практичний інтерес до проблем реабілітації військовослужбовців та повернення їх до мирного життя. У зв'язку з цим в Україні активно почала досліджуватись проблема реабілітації захисників та забезпечення об'єктів цивільної інфраструктури. Проаналізувавши традиційні та сучасні способи реабілітації, дійшли висновку, що для адаптації військових до звичного життя, необхідно їх використовувати в комплексі. Провівши дослідження існуючих реабілітаційних центрів для військовозобов'язаних, які функціонують на території України та беручи до уваги, що збройна агресія Російської

Федерації триває, вбачаємо необхідність у відкритті нових підприємств та впровадженні реабілітаційних послуг на фоні санаторно-курортних закладів та курортних готелів. Перспективною локацією для таких закладів виступає Західна частина країни, у зв'язку з сприятливим кліматом, чистим повітрям та неймовірними пейзажами. Окреслено основні вимоги та стандарти для створення готельного підприємства з центром реабілітації військових, для правильних умов відновлення та позитивного емоційного впливу на захисників нашої держави.

Список використаних джерел:

1. Основи реабілітації / Єпіфанов В // Підручник. СПО–Геотар-Медіа. 2020. 124 с.
2. Психологічна робота з військовослужбовцями учасниками АТО на етапі відновлення / О. М. Кокун, Н. А. Агаєв, І. О. Пішко // Методичний посібник. К. : НДЦ ГП ЗСУ, 2017. 282 с
3. Особливості психологічної реабілітації учасників бойових дій засобами природничої рекреації. Актуальні проблеми психології / Р. П. Попелюшко // зб. наук. пр. Нац. акад. пед. наук України, Ін-т психол. ім. Г.С. Костюка. Київ, 2015. Т. XI: Психологія особистості. Психологічна допомога особистості. Вип. 13. С. 198-207.
4. Стратегія розвитку курортно-оздоровчої сфери України в системі державного управління / М. В. Шапран // Держава та регіони. 2017. Вип. 1. С.261-265

Ольга Яковенко,
ІІ курс, ОС Магістр, спеціальність «Харчові технології»,
наук. кер. – Каріна Паламарек,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Готельний бізнес в Україні вже третій рік переживає складні часи. По галузі сильно вдарили карантинні обмеження, підприємства змушені були простоювати місяцями. Тепер через агресію Російської Федерації, частина готелів опинилися в зоні бойових дій або просто знищено, а інша - пристосовується до роботи у воєнних умовах та відсутності туристів [1]. Враховуючи нинішню ситуацію в країні, конкуренцію на ринку готельних послуг за кожного клієнта, постає необхідність в впровадженні маркетингових інновацій, які допоможуть привернути увагу споживачів, сприятимуть розширенню каналів збуту, підвищенню конкурентоспроможності та гнучкого реагування на виклики сучасності.

Однак не всі готельні підприємства можуть в повній мірі використовувати переваги сучасного маркетингу в умовах війни, тому пріоритетного значення набуває необхідність наукового дослідження інноваційних маркетингових підходів просування готельного продукту на туристичний ринок.

Маркетинг – це система управління та організації діяльності готелю з розробки, виробництва і надання послуг, що базується на комплексному врахуванні процесів, які відбуваються на ринку. Орієнтованих на задоволення особистих або виробничих потреб, яка забезпечує досягнення готелем своїх цілей [2].

Маркетинг у готельному підприємстві спрямований на задоволення потреб споживачів під час подорожей і відпочинку. До невід'ємних складових маркетингу у готельному бізнесі належать такі методи [3]:

- аналіз зовнішнього середовища: готельний ринок, політичні, соціальні, культурні й інші умови функціонування підприємства;
- аналіз споживачів, як реальних, так і потенційних;

- вивчення існуючих і планування майбутніх послуг, тобто розробка концепцій створення нових пропозицій;

- планування пропозицій і збуту, шляхом комбінації реклами, особистого продажу, некомерційних престижних заходів («паблік рілейшнз») і різного роду матеріальних стимулів, спрямованих на клієнтів;

- забезпечення цінової політики, що полягає в плануванні систем і рівнів цін на послуги;

- керування маркетинговою діяльністю, тобто планування, виконання і контроль маркетингової програми й індивідуальних обов'язків кожного учасника роботи підприємства, оцінка ризиків і прибутків, ефективності маркетингових рішень.

На сьогоднішній день жодне готельне підприємство не обмежується використанням лише одного якогось інструменту системи просування послуг.

Проте, незважаючи на велику кількість елементів маркетингу, практика маркетингової діяльності показує, що ефективна комунікація можлива виключно при комплексному підході, найважливішими з усіх елементів є: реклама, стимулювання збуту і зв'язки з громадськістю. Ці три компоненти є невід'ємними і взаємопов'язаними, одночасно доповнюючи один одного [4].

Одним з потужних інструментів просування послуг в готельному бізнесі є реклама. Першочергова задача реклами в готельному підприємстві – стимулювання продажу послуг, надання інформації, нагадування про засіб розміщення та його послуги, формування позитивних думок про підприємство готельного господарства.

Глобальна фінансова криза негативно вплинула на динамічний та рентабельний рекламний ринок. Готельні підприємства стикаються з багатьма труднощами: традиційні методи реклами вже не здатні привернути увагу споживача, знижується її ефективність, необхідність підвищення витрат на просування послуг, ефект стандартних рекламних кампаній катастрофічно знижується. Тому, готельним підприємствам у своїй діяльності необхідно застосовувати маркетингові інновації.

Маркетингові інновації – це реалізовані нові або значно поліпшені маркетингові методи, що охоплюють істотні зміни в дизайні, використання нових методів продажів і презентації послуг, їх представлення та просування на ринки збуту, формування нових цінових стратегій [5].

Умови війни в Україні диктують нові правила для роботи готельних підприємств та привернення уваги клієнтів. Зважаючи на це, засобам розміщення необхідно розробляти стратегію свого розвитку, планувати впровадження прийнятних для цих умов інноваційних змін [6].

Таким чином, використання маркетингових інновації надає можливість готельним підприємствам підвищити конкурентоспроможність, зробити бренд засобу розміщення більш пізнаваним, що є важливим в умовах військового стану в країні, відстежувати ситуацію по кожному клієнту, контролювати завантаження та продуктивність роботи, покращувати комунікації з відвідувачами.

В умовах війни готельне підприємство повинно бути орієнтоване на постійне вдосконалення послуг, форм і методів маркетингу. В рамках вдосконалення маркетингової політики засоби розміщення повинні розроблятися інноваційні підходи, які ліквідують його недоліки, а також сприятимуть підвищенню його конкурентоспроможності та успішного позиціонування на ринку. Маркетингові інновації є найважливішою складовою діяльності готельних підприємств, спрямованої на розширення ринків збуту. Найбільш дієвими в сфері готельної індустрії наразі є Digital-маркетинг та інтернет-реклама, вони не вимагають значних капіталовкладень, застосування великої кількості нових інструментів і найму додаткового персоналу, однак з їх допомогою можна: донести інформацію про готель цільовій аудиторії в досить короткі терміни, представити рекламну компанію більшій кількості потенційних клієнтів, сформувати базу даних для аналізу. Використання маркетингових інновацій

дозволить готельним підприємствам поновлювати свою діяльність в умовах війни та підтримувати економіку України.

Список використаних джерел:

1. Ільницька Г.В. Стратегія розвитку готельного бізнесу в умовах війни / Науковий журнал «Економіка і регіон». Полтава: ПНТУ, 2023. Т. 1. С. 61-64.

2. Роглєв Х. Й. Основи готельного менеджменту: підручник. Київ : Кондор, 2019. 408 с.

3. Страшинська Л.В. Маркетинг готельного і ресторанного господарства / Л.В. Страшинська. К.: НУХТ, 2015. 89 с.

4. Яркова Т.А. Осинкина А.А. Система маркетингових комунікацій і стратегій просування продуктів і послуг готельного підприємства / Яркова Т.А. Осинкина А.А. // Інноваційна наука. 2018. № 2-14.

5. Тараненко І. В. Маркетингові інновації: теоретико-методичні засади та досвід упровадження в країнах ЄС/ Маркетинг і менеджмент інновацій, 2018, № 4. С. 58-95

6. Черномазюк А.Г. Інноваційні системи в сфері готельно-ресторанного бізнесу / Черномазюк А.Г. // Економічні науки. 2014. № 5. С. 269 – 272.

Матеріали
наукової студентської інтернет-конференції
«Фінансово-економічний розвиток регіонів: виклик воєнного стану та поствоєнні перспективи», 23 листопада 2023 року. Чернівці, 2023. 252 с.

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
м. Чернівці, Центральна площа, 7

Відповідальні за випуск: *Алла ЧОРНОВОЛ*

Комп'ютерна верстка та макетування: *Іванна ПОНИЧ*

http://www.chtei-knteu.cv.ua/ua/index/

Підписано до друку 23.11.2023.