

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА  
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



## **МАТЕРІАЛИ**

**ІХ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**19 – 20 ЖОВТНЯ 2021 р.**

**«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ  
РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»**

м. Одеса

**УДК: 338.43:316.502(477)**

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції 19-20 жовтня 2021 року. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2021. – 369 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Мельник Ю.М. - д-р екон. наук, професор, директор ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНАХТ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Купріна Н.М. – д.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Савенко І.І. – д.е.н., проф., Іванченкова Л.В. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Неустроєв Ю.Г. – к.е.н., доц.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

# КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

Вдовіна О.О., к.н.з соц.ком.

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», м.  
Полтава, Україна

Проблема управління маркетинговою діяльністю закладу вищої освіти (далі - ЗВО) обумовлена умовами конкурентного середовища. Невпинно зростаючий рівень конкуренції на ринку вищої освіти вимагає від керівництва освітніх установ оволодіння інноваційними ринковими інструментами управління, побудованими на ефективних комунікаціях – передусім маркетингових. Дослідження ефективності питання використання маркетингових інструментів розглядаються у працях багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців, зокрема В. Александрова, В. Базилевича, В. Геєця, О. Грішнєвої, А. Гриценка, І. Баши, І. Грищенко, В. Дмитрієва, О. Євтушенко, С. Ілляшенка, А. Кобеця, С. Ковальчук, А. Колода, В. Тарасевича, Е. Лібанової, М. Мальчик, С. Багдік'яна, Д. Джонстоуна, І. Каленюк, Н. Карпенко, М. Крикунова, І. Лилик, А. Могилової, Т. Оболенської, В. Огаренка, М. Окландера, А. Павленка, А. Панкрухіна, В. Пилипчака та інші [1, с.4].

Для дослідження питання комунікаційних аспектів маркетингової діяльності ЗВО автором були використані як загальнонаукові, так і специфічні методи досліджень, зокрема контент-аналіз наукових праць, спостереження та порівняння.

У результаті проведеного дослідження нами було встановлено, що на даний час усі ЗВО України активно розвивають маркетингову діяльність, створюючи відповідні департаменти, відділи, служби маркетингу, зв'язків з громадськістю, медіацентри тощо. Маркетингова діяльність формує та підтримує імідж ЗВО; дозволяє оцінювати сильні/слабкі сторони діяльності закладу на ринку; сприяє зміцненню конкурентних позицій; задоволенню потреб усіх цільових груп споживачів. Основними інструментами маркетингової діяльності університету є так званий комплекс 7P: Product; Price; Promotion; Place; Personnel; Process; Physical evidence [2].

Управління маркетинговою діяльністю ЗВО ґрунтується на процесах просування своєї продукції - освітніх продуктів і послуг. Реалізація маркетингових завдань вишу фокусується на інформуванні потенційних споживачів – майбутніх здобувачів вищої освіти, які власне є цільовою аудиторією вишу. Проте, комунікаційні аспекти маркетингової діяльності спрямовуються очільниками ЗВО й на інших стейкхолдерів (англ. Stakeholder – зацікавлена сторона), якими є батьки абітурієнтів.

Враховуючи особливості обох груп стейкхолдерів закладом освіти можуть використовуватись розрізнені інструменти маркетингу: при орієнтації

на комунікацію з батьками абітурієнтів дієвими можуть бути продукти друкованої реклами (розміщення модульної та текстової реклами в ЗМІ; рекламна поліграфія (буклети, листівки)), зовнішня реклама (на фасадах будівель; реклама на транспорті; білборди; афіші; лайт бокси); звукова реклама (ролики, що лунають у метро та на радіостанціях) [3]; при орієнтації на абітурієнтів не обійтись без активної комунікаційно-маркетингової компанії в соціальних мережах Instagram та Facebook, використання власного каналу на You Tube, чат-ботів у меседжерах: WhatsApp, Viber, Telegram. Молодь, яка ні на мить не розлучається зі смартфонами активніше використовуватиме такі медійні продукти, для «втамування інформаційного голоду», аніж друковані роздаткові матеріали чи зовнішню рекламу.

Ефективним маркетинговим інструментом при здійсненні профорієнтаційної діяльності ЗВО також є виготовлення сувенірної продукції з символікою закладу: календарів, ручок, олівців, блокнотів, записників, флешок, органайзерів, підвісок, папок тощо. Вагомим комунікаційним інструментом залишається і проведення особистих зустрічей з майбутніми студентами у стінах закладу ( організація днів відкритих дверей), а у випадку карантинних обмежень із використанням засобів відеоконференцзв'язку - Zoom, Skype, Google Meet.

Спільним комунікаційним інструментом для обох окреслених вище груп стейкхолдерів є офіційний web-сайт закладу освіти. Він повинен бути спрямований на вирішення таких завдань: як розміщення програмних документів ЗВО; інформації про організацію навчального процесу, освітні програми, умови і технології навчання та матеріальну базу; формування структурованого інформаційного пакету навчальних матеріалів з кожної дисципліни навчального плану; постійне висвітлення можливостей особистісного розвитку і самореалізації для студентів, поза аудиторних активностей, кар'єрних перспектив і пропозицій з працевлаштування; розміщення інформації про науково-педагогічних працівників ЗВО; інновації і новітні технології, розроблені науковцями ЗВО; інформацію про проведені дослідження, зв'язки з бізнес-середовищем тощо [4].

Таким чином, підсумовуючи вище викладене можемо зробити висновок, що ефективна система маркетингових комунікацій ЗВО передбачає оптимальне поєднання заходів прямої комунікації з абітурієнтами та комплексу медіа інструментів, які дають змогу побудувати пряму взаємодію з кожним зацікавленим користувачем протягом усього періоду прийняття рішення про вибір майбутнього навчального закладу.

## Література

1. Маркетингова політика закладу вищої освіти : колективна монографія / за заг. ред. Н. Л. Савицької. – Х.: ХДУХТ, 2018. 163 с.
2. Савицька Н. Маркетингова діяльність закладу вищої освіти: теоретичні засади та сценарії розвитку. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197267471.pdf> (дата звернення 28.09.2021).
3. Гончарова К. Використання маркетингових комунікацій в діяльності ЗВО. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis09-08.html> (дата звернення 28.09.2021).
4. Жарська І. Digital-маркетинг закладів вищої освіти. URL: [http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31\\_70\\_6/20.pdf](http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_6/20.pdf) (дата звернення 28.09.2021).

## АНАЛІЗ СТАНУ ТА РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Самофатова В.А., д.е.н., професор.,  
Куделько С.Ю., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Молоко та молокопродукти є незамінними в харчуванні людей, оскільки вони мають високу харчову цінність. Вони також є одними з основних в харчуванні українців, тому потрібно гарантувати забезпечення населення високоякісною молочною продукцією.

Питання розвитку молокопереробної галузі є суттєво дослідженим, тому аналізуючи історичні дані та праці таких вчених як А. Величко, Є. Карпенко, В. Чагаровського та інших, а також дані потужних підприємств можна сформулювати перелік особливостей та перспектив розвитку галузі в цілому.

Перелік першої десятки найприбутковіших підприємств молочної промисловості в Україні наведено у таблиці 1. До списку лідерів молокопереробної галузі входять не тільки українські виробники, а й транснаціональні компанії, в яких налагоджено виробництво в Україні.

**Таблиця 1 - Рейтинг найбільших молокопереробних підприємств України у 2021 р. [1]**

Назва підприємства	Торговельна марка
«Danone Україна»	ТМ «Активія», «Актімел», «Даніссімо», «Тьома», «Живинка», «Простоквашино», «Растішка»
«Молочний альянс»	ТМ «Яготинське», «Яготинське для дітей», «Пирятин», «Славія»

«Лакталіс Україна»	ТМ «President», «Дольче», «Lactel», «Фанні», «Локо Моко»
«Люстдорф»	ТМ «Селянське», «На здоров'я», «Бурьонка», «Тотоша», «Весела Бурьонка», «Смачно Шеф»
«Вімм-Билль-Данн Україна»	ТМ «Слов'яночка», «Чудо», «Ромол», «Смачненький», «Агуша»
«Придніпровський молочний комбінат»	ТМ «Злагода», «Любимчик»
«Галичина»	ТМ «Галичина», «Мої корівки», «Молочар»
«Тернопільський молокозавод»	ТМ «Молокія»
«TerraFood»	ТМ «Ферма», «Тульчинка», «Біла лінія», «Premialle», «Любий край»
«Альміра»	ТМ «Гадяч сир», «Молочні дари», «Омка», «Гадяч молоко»

У рейтингу зазначені окремі підприємства та торговельні марки, під якими виробляється молочна продукція.

Попри наявності великої кількості виробників молочної продукції, за підсумками восьми місяців, в Україні було вироблено 6 млн 35,2 тис. т молока усіх видів, що на 6,2% менше проти відповідного періоду минулого року. Така динаміка обумовлена стрімким скорочення обсягів в господарствах населення та недостатнім забезпеченням з боку промислового сектору [1].

Промислові підприємства забезпечили 30,6% всього виробленого молока, або 1 млн 850 тис. т. Це на 1,4% менше, ніж у 2020-му [1].

Традиційні лідери із виробництва промислового молока цього року, попри нарощування потужностей окремими молочно-товарними комплексами, демонструють скорочення виробництва: Харківщина (167 тис. т; +0,5%). Полтавщина (263,8 тис. т; -1,9%) та Черкащина (193,5 тис. т; -6,4%) [1].

Натомість, приріст спостерігається в таких областях, як Вінницька (+5,5%; 150,4 тис. т.). Тернопільська (+13,6%; 78,3 тис. т), та Херсонська (+7,8%; 33,2 тис. т) [1].

Дефіцит молока в цьому році складає майже один мільйон тонн. Причиною цього є збільшення споживання населенням молочних продуктів за останніх два роки, але зменшення вітчизняного виробництва молочної продукції. Збільшення споживання в свою чергу забезпечують імпорт і фальсифікат.

Розвиток молочної галузі є пріоритетним для забезпечення харчової безпеки країни. Уряд поступово збільшує інвестиції та фінансову підтримку підприємств [2, с. 112]: переважно це стабілізація поголів'я худоби та стимулювання збільшення виробництва продукції. Ключовим фактором є

конкурентоспроможність продукції, та характеристики якості на виробництвах постійно підвищуються [3, с. 64].

Витрати на молочні продукти складають велику частку загальних витрат на харчування (більш ніж шосту частину). Активно проходить реструктуризація підприємств, де виживають лише найефективніші. Хоча ціни на молочні продукти є низькими у світі, вітчизняний ринок має потенціал створити продукцію, яка мала б попит й в країнах ЄС.

Дослідники сходяться у думці, що виробництво молочних продуктів є й буде залишатися однією з найбільш перспективних галузей аграрного ринку [1,3,4].

Для покращення роботи галузі потрібно впровадження державної комплексної науково-технічної політики щодо виробництва: оновлення законодавчої бази для захисту підприємств та споживачів, фінансова та технологічна підтримка для покращення ефективності виробництва.

### Література

1. Асоціація виробників молока, Підсумки роботи молочної галузі України: промислове виробництво нарощує об'єми [Електронний ресурс] — [Текст] — Асоціація виробників молока: 2021 — Режим доступу: <http://avm-ua.org/uk/post/pidsumki-roboti-molocnoi-galuzi-ukraini-promislove-virobnictvo-narosue-obemi>
2. Карпенко В. Л. Аналіз стану розвитку молокопереробних підприємств Хмельницької області. Інноваційна економіка, 2020. №. 5-6. С. 110-121.
3. Величко А. Є., Кухарук Р. М., Маслоva І. В., Пухлякова М. В. Стан та перспективи розвитку ринку молока та молочних продуктів України. *Агросвіт*. 2021. № 16. С. 62–68. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.16.62
4. Чагаровський В. Молочна галузь України та її майбутнє через 10 років: проблеми, національна програма розвитку та державна підтримка. URL: <https://agropolit.com/blog/412-molochna-galuz-ukrayini-ta-yiyi-maybutnye-cherez-10-rokiv-problemi-natsionalna-programa-rozvitku-ta-derjavna-pidtrimka> (дата звернення: 30.06.2021).

# РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ- СТРАХУВАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сорохан К.А., студентка 1 курсу магістратури  
спеціальності фінанси, банківська справа та страхування  
Науковий керівник: Фасолько Т.М., к.е.н., доцент кафедри математики, статистики та  
інформаційних технологій  
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,  
м. Хмельницький, Україна

В умовах швидкого розвитку цифрових технологій на сьогоднішній день страхові компанії зіштовхуються з високою конкуренцією за лідерство. З метою підтримання своєї позиції на ринку, залучення нових клієнтів та утримання вже існуючих, страховики повинні підлаштовуватися під зміни у світі шляхом впровадження інноваційних рішень у свою діяльність. В умовах пандемії особливої популярності набуло застосування нових способів продажу, а саме онлайн-продаж страхових послуг, що дозволяє мінімізувати контакти між людьми, адже це є пріоритетом на теперішній час, та підтримувати продажі страхових продуктів на високому рівні.

Цифрове страхування – це спосіб задоволення традиційної або специфічної потреби в страховому захисті за допомогою цифрових технологій. Впроваджуючи цифрові технології у страхуванні, страхові компанії підвищують ефективність своєї діяльності та зменшують витрати, застосовуючи онлайн страхування.

У таблиці 1 розглянемо сучасні діджитал-технології, що використовуються страховиками на страховому ринку України.

**Таблиця 1- Сучасні діджитал-технології страхового ринку в Україні**

Технологія	Механізм використання та застосування на страховому ринку
Вебсайт	Сукупність вебсторінок, що є доступною в мережі Інтернет, які об'єднані за змістом і навігацією під єдиним доменним ім'ям. На сайтах розміщуються окремі елементи діджитал-технології: страховий калькулятор, оплата «онлайн», магазин страхових послуг, посилання на мобільні додатки
Чат-бот	Комп'ютерна програма, яка розроблена на основі нейромереж і веде розмову за допомогою слухових або текстових методів
Автоматизовані системи перевірки достовірності страхових полісів	Комп'ютерні програми з широкою базою даних, які надають змогу перевірити достовірність страхового договору та термін його дії
Відеохостинг	Сервіс, що надає послуги з розміщення відеоматеріалів на певну тематику

Соціальна мережа	Інтернет-програма, яка допомагає окремим особам спілкуватися та встановлювати зв'язки між собою, використовуючи набір інструментів
Відеотелефонія	Технологія, що надає можливість прийому та передачі аудіо- та відеосигналів користувачам у різних місцях для спілкування між ними в режимі реального часу

Джерело: складено автором на основі даних [3].

З таблиці 1, бачимо, що одним із перших аспектів діджиталізації на страховому ринку України стало створення та інформаційне наповнення офіційних вебсайтів страхових компаній. Наповнення вебсайтів відіграє важливу роль у формуванні уявлення про страхові продукти, які він надає. Найчастіше страхові компанії в Україні мають такі сторінки на вебсайті: «Головна сторінка», «Про компанію», «Послуги», «Контакти». Проте в умовах пандемії Covid-19, необхідно було впроваджувати нові шляхи продажу страховим продуктів, тому одним із важливих елементів діджиталізації стало те, що страхові компанії розпочали створювати онлайн-магазини з страховими продуктами. Де можна придбати електронний поліс страхування автоцивільної відповідальності, оформити замовлення онлайн на страхування майна, туристів, каско, здоров'я, від нещасних випадків та ін. Але все ж таки, не всі страхові компанії можуть запропонувати широкий спектр вибору послуг страхування онлайн.

До прикладу розглянемо доступні види онлайн страхування на ринку України у 2019 році.

**Таблиця 2 - Доступні види онлайн-страхування на ринку України у 2019 р.**

	СК «ПЗУ Україна»	СК «Альфа Страхування»	СК «Уніка»	СК «АХА Страхування»
ОСЦПВ	+	+	+	+
Каско	+	+	-	+
Зелена карта	+	-	-	-
Туристичне страхування	+	+	-	-
Страхування від нешчасних випадків	-	+	-	-
ДМС	-	+	-	-

Джерело: складено автором на основі даних [1]

Отже з таблиці 2 видно, що жодна страхова компанія не забезпечує продаж усіх страхових продуктів через мережу інтернет, що відповідно зменшує кількості продажів та прибуток страхової компанії. Також з даних, наведених у табл. 2 можемо зробити висновок, що СК «Альфа страхування» СК «ПЗУ» та СК «Альфа страхування» найбільш активно займаються

впровадженням онлайн-страхування. Серед найпопулярніших страхових продуктів, що оформлюються онлайн є ОСЦПВ та Каско. Важливо зазначити, що на сайтах страхових компаній не завжди легко знайти список страхових продуктів, які можна придбати онлайн. Також процедура заповнення усієї інформації займає більше 15 хвилин.

У цифровому середовищі необхідно у користувачів викликати бажання залучитися у спільну цифрову мережу страхових послуг. За допомогою маркетингових підходів та реклами потрібно впровадити тренд серед населення, яке активно користується цифровими девайсами, що «страхування у смартфоні» - це доступно, дешево та просто. Відповідно до цього страховики запроваджують такі елементи діджитал-технологій, на вебсайтах це:

Страховий калькулятор, онлайн-оплата, онлайн-кабінет, чат-боти, соціальні мережі та ін. Як показують дослідження більш прогресивними в цьому напрямку є страхові компанії, що займаються ризиковими видами страхування. Страхові компанії, що займаються страхуванням життя дещо відстають. Такі особливості пов'язані з самою специфікою надання послуг. Онлайн-магазини утворили 19% страховиків у сфері ризикового страхування, 3% в цих магазинах належать компаніям зі страхування життя. Частка страховиків, що пропонують оплату-онлайн становить близько 10% від загальної кількості страховиків, що мають офіційні сайти .

На окремих сайтах створено онлайн-кабінети для клієнтів страхової організації, де клієнт, переважно, може ознайомитися із переліком діючих страхових договорів, побачити сплачену страхову премію та коли слід сплатити чергову страхову премію. Частка таких страховиків є досить невисокою і складає всього 9%.

Високого попиту набуває ведення сторінок у соціальних мережах, а також використання чат-боту у вайбері, телеграмі, фейсбуці та на інших цифрових платформах. В основному страховики почали використовувати соціальні мережі, як джерело ефективної реклами, відповідно до цього збільшили відвідуваність сайту, та цікавість користувачів до послуг страхування.

Але незважаючи на усі плюси діджиталізації у сфері страхування, їй притаманні деякі недоліки. Серед них можна виділити:

- обмеженість у застосуванні провідних цифрових технологій через високу вартість послуг ІТ;
- перенавчання працівників;
- посилення безпеки доступу до персональних даних;
- зміна перевіреної часом бізнес-стратегії;
- зростання шахрайських дій на онлайн-платформах;

- низька обізнаність населення у сфері ІТ, особливо серед старшого покоління ;
- недовіра серед населення до надання страхових послуг новими методами;
- недосконалість законодавства України, щодо надання електронних полісів страховими компаніями та ін [2].

Усі ці фактори значною мірою, гальмують розвиток інтернет-страхування в Україні. Проте при чітко сформованій довгостроковій стратегії щодо впровадження цифрових технологій у діяльність, страхові компанії будуть швидше розвивати альтернативні канали продажу, збільшувати прибутки, та будуть готові до нових змін, зокрема якщо введуть посилення карантини обмежень або локдаун, це менш болючіше вдарить по діяльності страховиків.

Отже, нова технологічна парадигма, пов'язана з широким використанням інформаційних технологій, що вимагає нових стратегічних рішень не лише від страхових компаній, а й усього фінансового сектору в Україні. Тому впровадження діджиталізації стала головним фактором розвитку сфери страхування в умовах пандемії Covid-19.

#### **Література:**

1. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics», №17 (2019), 100-104 URL: <https://modecon.mnau.edu.ua>
2. Дем'янчук М. А., Гуржий К. С. Трансформація страхового ринку в умовах розвитку цифрових технологій. Економіка та управління підприємствами. 2018. №25. С. 272-278.
3. Eling M., Lehmann M. The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks. The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice. 2018. Vol. 43. Issue 3. P. 359–396. DOI: 10.1057/s41288-017-0073-0

### **УПРАВЛІННЯ НОВОВВЕДЕННЯМИ В КАДРОВІЙ РОБОТІ**

**Згадова Н. С., к.е.н., доцент**

**Холодняк Т.К., магістр спеціальності 073 Менеджмент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

У період становлення ринкової економіки в Україні виникає необхідність в обґрунтованому підборі, організації навчання, підвищенні кваліфікації, правильній оцінці і вихованні кадрів підприємства. Особливо зростає роль кадрових служб щодо набору випускників технікумів, інститутів і університетів, які володіють сучасними знаннями.

Ефективне управління персоналом на підприємстві можливе лише за умови безперервного вдосконалення самої системи управління персоналом, використання сучасних управлінських технологій. Робота з кадрами підприємства здійснюється спеціалізованим функціональним підрозділом підприємства – кадровою службою.

*Кадрова служба у сучасних умовах мусить бути організатором-координатором всієї роботи з кадрами для підприємства. Вона покликана виконувати функцію контролю над реалізацією кадрової політики у структурних підрозділах, нагляду за оплати праці, обслуговуванням працівників, соціально-психологічним кліматом у колективі, соціальний захист працівників.*

Для ефективної роботи підприємства та отримання результатів, які в подальшому призведуть для поліпшення роботи персоналу та підприємства в цілому є різноманітні нововведення в роботі. Без спеціальних та загальних знань, економічних підходів в системі управління неможливо правильно розкрити економічний потенціал підприємства.

Управління нововведеннями в кадровій роботі – це цілеспрямована діяльність керівника організації та спеціалістів підрозділів щодо забезпечення ефективних темпів та масштабів оновлення кадрової роботи на основі нововведень згідно з перспективними та поточними цілями розвитку організації. Така діяльність базується на використанні теоретичних основ, принципів та методів інноваційного менеджменту та повинна забезпечити адаптацію персоналу до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищах з метою підвищення конкурентоспроможності організації.

Вона дозволяє ефективно вирішувати такі задачі з управління персоналом:

- вироблення стратегічної інноваційної концепції управління персоналом згідно з довгостроковими цілями розвитку організації;
- визначення напрямків розвитку кадрової роботи та формування інноваційних проектів та програм нововведень у кадровій роботі;
- підбір, розстановка, адаптація та розвиток персоналу згідно з програмою реалізації нововведень у кадровій роботі;
- створення та поліпшення умов для новаторської діяльності.

Згідно із задачами управління нововведеннями в кадровій роботі формується процес, де базою його побудови є такі принципи, як:

- оптимальність – багатоваріантна проробка різних поєднань методів інноваційного менеджменту й методів управління персоналом та вибір найбільш ефективного варіанта організації кадрової роботи для конкретних умов;

- комплексність – поєднання методів інноваційного менеджменту та методів управління персоналом у процесі розробки та реалізації нововведень у кадровій роботі;
- економічність – використання методів інноваційного менеджменту повинно забезпечувати найбільш ефективну організацію кадрової роботи шляхом зниження частки витрат на систему управління персоналом у сукупних витратах на одиницю виробленої продукції, робіт чи послуг;
- цілєдосягнення – можливість досягнення цілей управління персоналом за допомогою прийомів та методів інноваційного менеджменту;
- конкурентоспроможність – використання методів інноваційного менеджменту при реалізації нововведень у кадровій роботі повинно підвищувати конкурентоспроможність та ефективність використання кадрового потенціалу організації;
- науковість – управління нововведеннями в кадровій роботі повинно базуватися на досягненнях інноваційного менеджменту в області управління інноваціями та змінюватись у міру розвитку ринкових відносин в економіці;
- адаптивність – пристосування методів інноваційного менеджменту до зміни цілей управління персоналом.

Управління нововведеннями в кадровій роботі базується на основних поняттях інноваційного менеджменту. Під нововведенням розуміють процес введення новацій, які являють собою новий порядок, метод, винахід. У залежності від місця використання можна визначити три групи нововведень: продуктові – нові продукти, які використовуються у сфері виробництва (засоби виробництва) або в сфері споживання (предмети споживання); технологічні – нові технології виробництва старих або нових продуктів; управлінські – організаційні рішення, системи, процедури або методи управління.

Нововведення в кадровій роботі вважаються управлінські нововведення, під якими розуміється кожна цільова діяльність, організаційне рішення, система, процедура або метод управління кадровою роботою, яке суттєво відрізняється від сталої практики та вперше використовується в даній організації і яке спрямоване на підвищення рівня та здібності кадрів вирішувати задачі ефективного функціонування та розвитку організації в умовах конкуренції.

Активно впроваджують передові кадрові технології. Останнім часом у великих компаніях навіть створюють самостійну структуру «Центр оцінки, розвитку й навчання персоналу», яка не тільки з власними співробітниками, а й проводить відкриті й корпоративні тренінги й інших фірм. Це дозволяє: зробити підрозділ як самоокупним, а й прибутковим. При великій чисельності співробітників кожна функція із управління персоналом може виконуватися окремим підрозділом у складі кадрової служби. Однак у реальну ситуацію в

останній момент організації реалізуються далеко ще не всі функції. Для ефективнішої роботи кадрової служби необхідно постійно її вдосконалювати.

### **Література**

1. Організація та управління інноваційною діяльністю: Підручник / За ред. проф. Перерви П. Г. Х.: НТУ «ХП». 2008. 1025 с.
2. Погорелова Т. О. Дослідження інноваційних підходів до формування кадрового потенціалу. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). Збірник наукових праць. Х.: НТУ «ХП». 2016. №47(1219). С.92 – 96.
3. Кичко І. І. Інновації в управлінні персоналом та сучасний ринок праці: аспекти взаємодії. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2017. - № 1. С. 7-14.
4. Червінська Л. П. Управління інноваційною діяльністю персоналу: монографія. К. : КНЕУ, 2014. 194 с.
5. Ткаченко А. М. Інноваційні підходи до управління трудовим потенціалом суб'єкта господарювання – основа формування антикризового менеджменту. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2015. Вип. 1(1). С. 53-59.

## **ЛОКАЛЬНІ І СИСТЕМНІ СУПЕРЕЧНОСТІ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Римар О.Г., к.е.н., доцентка**

**Нововолинський навчально-науковий інститут економіки та менеджменту ЗУНУ,  
м. Нововолинськ, Україна**

В управлінні змінами і пошуку нововведень на підприємстві вагома роль надається функції маркетингу, яка реалізується в розробці та пропозиції заходів по оптимізації роботи підприємства в мінливих умовах зовнішнього середовища. Саме маркетинг ініціює перетворення на підприємстві.

В основі управління змінами – цілеспрямований пошук і проведення нововведень для забезпечення стабільності організації . За допомогою інструментів маркетингу ведуться розвідки ринкових ніш для традиційної, модифікованої або нової продукції; формується продуктовий портфель; відкриваються нові ринкові ніші.

Така функція маркетингу спрямована на систему управління підприємством. На маркетинг покладається відповідальність за складання таких параметрів організації, які б ідеально відповідали сучасним зовнішнім викликам. Але, оскільки, внутрішні умови накладають певні обмеження на формування ідеальної моделі як набору цільових параметрів (показників) для

підприємства, що реформується, то в задачі маркетингу входить оцінити, наскільки істотні ці обмеження і які існують суперечності, аби скорегувати майбутній образ підприємства з урахуванням усіх обставин.

Проблематиці формування та функціонування маркетингу в системі управління підприємством присвячено наукові праці багатьох учених. Зокрема, у зарубіжній літературі даний аспект вивчали Г. Багієв, П. Зав'ялов, Ф. Котлер, К. Макконелл, Е. Уткін та ін. Серед українських вчених-економістів над цим питанням працювали П. Березівський, А. Вовчак, В. Збарський, В. Котков, С. Захарін, П. Саблук, Д. Олійник, Г. Черевко, М. Шульський, В. Юрчишин та інші.

В процесі діагностики маркетингової діяльності розрізняють локальні і системні суперечності. Локальні суперечності – нерівноважний стан системи маркетингової діяльності, при якому тільки окремі характеристики системи втрачають якість, що призводить до відхилення моделі поведінки від оптимальної або закріпленої норми, але при цьому маркетинг функціонує в межах своєї ефективності.

Наприклад, суперечність, пов'язана з неефективністю або низькою ефективністю окремих каналів збуту, суперечність між динамікою змін зовнішнього середовища і швидкістю обробки інформації. Дослідження теоретичних і методологічних напрямків в області діагностики суперечностей дозволяють констатувати, що локальні суперечності завжди присутні на підприємстві; головне не їх наявність, а їх глибина і концентрація, які визначають, чи здатні такі суперечності перерости в системні [1].

Системні суперечності – нерівноважний динамічний стан системи, при якому неефективні основні елементи цієї системи. При системних суперечностях зниження ефективності окремих підсистем наростає так, що введення навіть кардинальних локальних змін не може змінити хід розвитку економічної системи. У даній ситуації досягається нижня точка організаційної ефективності, знижується організаційний потенціал системи, ступінь її відповідності умовам зовнішнього середовища, відбувається втрата адаптивності [1].

Прикладами системних суперечностей в маркетингу є: невідповідність маркетингової діяльності умовам зовнішнього середовища, невідповідність реалізованих стратегій характеристикам кон'юнктури ринку (зокрема, стратегія зростання на звуження ринку або стратегія нарощування виробничого потенціалу для ринку, що знаходиться в стадії насичення) [2].

При цьому локальні суперечності можуть переростати в системні. Так, якщо на підприємстві функціонують неефективні канали збуту, то з часом така ситуація може перерости в зниження обсягів продажів і прибутку підприємства.

Усунення локальних суперечностей не призводить до зміни системи маркетингової діяльності підприємства в цілому, а усунення системних суперечностей направлено на зміну цілей, стратегій, зміну цінностей, як в маркетинговій діяльності, так і в усьому бізнесі.

У процесі дослідження даної проблематики було виокремлено такі методи подолання суперечностей в маркетинговій діяльності:

- локальні суперечності в маркетинговій діяльності усуваються зміною маркетингових технологій і методів роботи, впровадженням системи стимулювання, незначними змінами регламентів;

- системні протиріччя в маркетинговій діяльності, які викликані невідповідністю цілей, стратегій, структури і технологій маркетингу умов діяльності підприємства і умов зовнішнього середовища. Вони усуваються шляхом «прив'язки» маркетингової діяльності до умов зовнішнього середовища з урахуванням обмежень, пов'язаних з ресурсами підприємства. Прикладами таких суперечностей можуть бути: невідповідність маркетингової політики характеристикам ринку, неузгодженість цілей маркетингу і цілей підприємства, невідповідність концепції маркетингу на підприємстві вимогам зовнішнього середовища;

- системні протиріччя на підприємстві в цілому викликані невідповідністю стратегії і цілей підприємства умовам ринку, неефективністю організаційної структури підприємства, яка не дозволяє оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища, конфліктом між короткостроковими і стратегічними цілями підприємства. Усунення таких протиріч пов'язано зі змінами системи підприємства в цілому [3].

Усунення локальних суперечностей часто направлено на зниження витратності маркетингової діяльності, а усунення системних протиріч – на підвищення доходів бізнесу в поточному і в стратегічному періодах.

Отже, представлені вище типові протиріччя дозволяють на практиці виявити невідповідності в маркетинговій діяльності і у бізнесі до умов зовнішнього середовища, а також сприяють формуванню складу відповідних змін у діяльності підприємства, необхідних для підвищення його ефективності. Маркетинг, як інтегруюча функція менеджменту виступає стратегічно балансуєчим інструментом між підприємством і усіма задіяними групами впливу.

### Література

1. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг/ Л.В. Балабанова // Навч. посіб. Донецьк: Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган Барановського. – 2008. – 551 с.

2. Гірченко Т. Д. Маркетинг// Т.Д.Гірченко // Навч. посіб. Київ: ІНКІОС. – 2007. – 255 с.

3. Мосійчук І. В. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств в Україні // І.В. Мосійчук. – 2017: <http://eprints.zu.edu.ua/25081/> (дата звернення: 04.10.2021).

## **СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

**Самофатова В.А., д.е.н, професор кафедри економіки промисловості  
Буга Я.Я., магістрант кафедри економіки промисловості  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Стратегічним напрямом розвитку сільського господарства України є розвиток зернової галузі. Впродовж останніх п'яти років Україна зміцнила свої позиції на міжнародному аграрному ринку і перебуває у десятці лідерів-виробників зернових продуктів.

Стійке виробництво зерна є стратегічно важливим для економіки та продовольчої безпеки. Адже зерно є основою формування вартості в багаторівневому ланцюгу вітчизняної агропродовольчої сфери й однією з найбільших за обсягами надходжень від експорту товарних позицій.

Розвитку зернової галузі протягом трансформаційного та періоду присвячені роботи багатьох вітчизняних вчених. Проте, потребують глибших досліджень сучасні особливості функціонування галузі, в тому числі в регіональному розрізі, для їх подальшого врахування при розробці організаційно-економічних, агротехнологічних та екологічних аспектів розвитку [1].

Важливе значення зернової галузі у забезпеченні продовольчої безпеки країни утримує її пріоритетні позиції незалежно від впливу об'єктивних і суб'єктивних чинників, зумовлених, передусім, довготривалими ринковими трансформаціями, які позначилися на всіх без винятку регіонах України. Зернове господарство найбільшою мірою пов'язане з природним середовищем та земельними ресурсами, а також основними матеріально-технічними засобами аграрного сектору, рівень використання яких залежить від організації виробництва, технології й інших чинників, у тому числі кліматичних умов [1].

Протягом останніх 17 років спостерігається позитивна тенденція у валовому зборі зернових. Загальний обсяг вирощування зернових за 2010-2019 рр. зріс у 2,6 рази. Проведений у роботі [2] аналіз показав, що зростання валового збору зернових відбулося, в основному, за рахунок підвищення врожайності за всіма видами зернових. Так середня врожайність зернових зросла більше як у 2 рази (з 19,4 ц/га у 2002 р. до 42,8 ц/га у 2019 р.). У розрізі окремих видів зернових врожайність пшениці у 2019 р. склала 41,1 ц/га,

кукурудзи – 54,4 ц/га, ячменю – 33,1 ц/га, жита – 29,7 ц/га, вівса – 23,9 ц/га, гречки – 9,8 ц/га, рису – 50,5 ц/га.

Збільшення валового виробництва зерна, в основному, впливає на зростання його експортного потенціалу, так як внутрішнє щорічне споживання країни майже не змінюється і становить близько 29 млн тонн. Зважаючи на негативну демографічну ситуацію в Україні, що проявляється у зменшенні кількості населення, внутрішні потреби у зернових можуть знизитися до 25 млн тонн. Якщо ж аналізувати урожай зернових в Україні у 2019 р., то він становив 61,28 млн тонн, що на 4,7 млн тонн нижче показника 2018 р. Причиною зменшення виробництва зернових стала несприятлива погода в період наливання зерна: в основному це відбилося на урожаї ячменю та кукурудзи. Якщо аналізувати динаміку площі посівів зернових загалом за 2002-2019 рр., то вона зросла на 1940 тис. га або на 15,6%. Однак суттєві зміни відбулися у структурі посівів [2]. Динаміка експорту та імпорту зернових свідчить, що обсяги експорту у 2019 р. зросли майже у 40 разів, а обсяги імпорту зменшились на 84% порівняно з 2002 р. Прогнози експорту пшениці у 2019-2020 рр. оцінюються на рівні 18 млн тонн, що на 0,5 млн тонн більше, ніж у 2018-2019 рр., ячменю – в 4,3 млн тонн, що на 1 млн тонн менше [2].

У загальній вартісній структурі вітчизняного експорту зернових культур переважали три основні сільськогосподарські культури – кукурудза (62%), пшениця (29,8%) і ячмінь (7,1%). На їх частку припадало майже 93,7% усіх валютних надходжень від експорту продукції зернової галузі країни. Сьогодні українське зерно експортується у понад 90 країн світу [2].

Цьогоріч, вітчизняна зернова галузь зіткнулася не лише з наслідками пандемії коронавірусу, що паралізували світову торгівлю та логістику, а й також певною мірою з досить суттєвими проблемами, спричиненими наслідками глобальних змін клімату.

У березні-квітні спостерігався дефіцит опадів на всій території та особливо в південних регіонах. Унаслідок цього розвивалася й поглиблювалася весняна повітряна засуха, яка на багатьох площах південних областей поєдналася з ґрунтовою. Дещо стабілізували ситуацію потужні опади у травні-червні, однак загальна тенденція щодо дефіциту вологозабезпечення зберігатиметься й надалі, адже цей рік уже перевершив попередні за аномально високою температурою повітря, яка на кілька градусів перевищує багаторічну норму. Тому, досить складно робити висновки щодо перспектив зернової галузі, адже в одних регіонах ситуація є досить складною, як це сталося в Одеській області, в деяких виробництво буде на рівні середнього багаторічного рівня, а в інших можна очікувати певне зростання, враховуючи динаміку зміни посівних площ. Тому, цілком можливо обґрунтувати прогнози з огляду на сучасний стан, основні тренди та тенденції.

Аналіз статистичних даних свідчить, що найпомітнішою тенденцією останніх років є стійке зростання посівних площ загалом, зокрема, під зерновими культурами. Значний вплив на розвиток зернової галузі має інтенсифікація виробництва, що проявляється в удосконаленні технологій і збільшенні обсягів використання мінеральних добрив [3].

Тобто, за інших рівних умов 146,7% збільшення використання мінеральних добрив разом з іншими чинниками виробництва та погоднокліматичними умовами зумовило зростання середньої врожайності вирощування зернових і зернобобових культур на 122,6%. До того ж на різних культурах співвідношення приросту врожайності залежно від збільшення обсягів унесення добрив істотно відрізняється.

Проте, якщо порівнювати два періоди 2016 року і 2020-го, то можна спостерігати по основних видах зернових культур досить значне зниження рівня рентабельності їх виробництва. Найсуттєвіше скоротилася економічна ефективність виробництва гречки, а також проса та кукурудзи. Ринкова кон'юнктура останніми роками була досить несприятливою для ведення агробізнесу. Реалізаційні ціни істотно коливалися, в той час як витрати на виробництво стабільно збільшувалися. Для зменшення потенційних ризиків, що виникають внаслідок зміни кон'юнктури ринку, а також негативного впливу погоднокліматичних умов й інших чинників, агробізнес може врятувати стратегія диверсифікації економічних видів діяльності, розвиток переробки продукції, застосування інноваційних технологій поливу та крапельного зрошення.

Підводячи підсумок, можна зробити висновок, що стратегія подальшого розвитку зернопереробної галузі повинна містити заходи щодо регулювання цін на ринку зерна задля надання можливості зерновиробникам функціонувати повноцінно та ефективно, реконструкцію існуючих та будівництво нових спеціалізованих підприємств, оновлення та поповнення технічної бази, впровадження ресурсозберігаючих технологій, підготовку та перепідготовку керівників, фахівців та робітників агропродовольчої сфери.

### Література

1. Розвиток зернової галузі України на сучасному етапі. Козак О.А., Грищенко О.Ю. Економіка АПК. URL: <http://eapk.org.ua/contents/2016/01/38> (дата звернення: 01.10.2021).

2. Кернасюк Ю. В. Зернова галузь: розвиток, тренди і прогнози в умовах зміни клімату. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/18345-zernova-haluz-rozvytok-trendy-i-prohnozy-v-umovakh-zminy-klimatu.html> (дата звернення: 03.10.2021).

3. Лотиш О.Я. Стратегічний аналіз зернової галузі України: стан та перспективи розвитку. URL:

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**Згадова Н. С., к.е.н., доцент**

**Гончаренко С. С., магістр спеціальності 073 Менеджмент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Підприємства харчової промисловості є важливою складовою виробничого комплексу країни, внесок яких в економіку складає вагомую частку. Харчова промисловість є однією із важливих галузей країни.

Підприємства харчової промисловості є завершальною ланкою у виробництві харчових продуктів та основою ефективного функціонування вітчизняного продовольчого комплексу. Завдяки діяльності підприємств харчової промисловості забезпечується в певній мірі продовольча безпека країни. Проте важливою проблемою в нинішніх умовах є стабільний розвиток та формування економічної безпеки їх функціонування. Підприємства харчової промисловості в своїй діяльності взаємопов'язані із підприємствами аграрної сфери. Адже сировина для виробництва продуктів харчування в основному поступає від аграрних виробників.

Ефективне функціонування підприємств харчової промисловості на пряму залежить від завантаження виробничих потужностей та налагодження комерційно виробничих зав'язків. На конкурентоспроможність харчової продукції впливає відповідність аграрної сировини як по екологічних, так і по якісних параметрах. Все вище наведене доводить актуальність вирішення наукової проблеми забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості.

Теоретичні питання забезпечення економічної безпеки підприємств досліджувало багато вітчизняних та зарубіжних вчених. В наукових дослідженнях вирішення проблеми забезпечення економічної безпеки підприємств піднімається багато різних актуальних питань та напрямів. Зокрема питання управління економічною безпекою підприємства, передумови її забезпечення та попередження загроз. Проте мало дослідженими є проблеми забезпечення конкурентоспроможності як продукції, так і самих безпосередньо підприємств харчової промисловості, зокрема на основі використання маркетингових інструментів.

Мета тез полягає у дослідженні і обґрунтуванні можливих шляхів забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості.

В умовах трансформаційних процесів в економіці держави, формування нормативно правового законодавства діяльності суб'єктів господарювання в контексті євроінтеграції, з являються такі фактори негативного змісту (рейдерські захвати бізнесу, зниження інвестиційного клімату та конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів господарювання, наростання рівня криміналізації, збільшення проявів корупції в національній економіці тощо), і як наслідок виникає потреба у покращенні забезпечення економічної безпеки підприємств та підприємництва.

Основні питання в контексті організаційно функціональних задач, які необхідно вирішити за допомогою маркетингового механізму забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості на базі маркетингових інструментів. Адже на формування економічної безпеки підприємств харчової промисловості мають вплив численні фактори як внутрішнього так і зовнішнього середовища, наявні ризики у фінансово економічній діяльності.

Беззаперечно, маркетинговий механізм системи економічної безпеки суб'єктів бізнесу харчової промисловості на основі маркетингових інструментів є надзвичайно комплексним та масштабним, а відтак повинен включати складові, котрі за своєю основною сутністю мають вагоме значення як для розвитку підприємницького бізнесу, так і для розвитку всієї галузі. Нами мається на увазі, екологічна та інноваційна складові, котрі повинні відображатися у маркетинговому механізмі системи економічної безпеки суб'єктів підприємницького бізнесу в сфері харчової промисловості, так як без них не буде комплексності на багатьох рівнях захисту і мінімізації впливу екзогенних і ендегенних ризиків.

Доцільно зауважити, держава, що у змозі стратегічно вирішити проблеми інноваційної безпеки у сфері підприємницького бізнесу в галузі харчової промисловості, одночасно формує основу для власного економічного розвитку у довгостроковій перспективі та забезпечення економічної безпеки держави.

Для ефективного забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості необхідно використовувати системний підхід, котрий передбачає комплексне врахування умов і чинників їх діяльності. Метою запропонованого механізму є забезпечення цільового рівня економічної безпеки підприємств харчової промисловості, який дасть таким суб'єктам господарювання, з одного боку, можливість формування необхідного її рівня, а з іншого дозволить досягнути покращання економічної ефективності та стійкого розвитку.

Найважливішими завданнями запропонованого механізму є забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості, виконання яких дозволить реалізувати його функції: ідентифікація чинників впливу на

економічну безпеку підприємств харчової промисловості, моніторинг її рівня, обґрунтування та реалізація заходів щодо забезпечення цільового рівня безпеки, визначення ефективності заходів з метою коригування управлінських дій.

При формуванні механізму забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості враховані принципи управління економічною безпекою того чи іншого суб'єкта господарювання, його цілі та фінансові ресурси. Суб'єктом визначено підприємства харчової промисловості в особі менеджерів із економічної безпеки, об'єктом процес забезпечення цільового рівня економічної безпеки. І на завершальному етапі практично реалізується запропонований механізм забезпечення економічної безпеки підприємств харчової промисловості на основі запропонованих інструментів, серед яких виокремлені маркетингові. До таких маркетингових інструментів віднесено соціаль медіа маркетинг, бренд підхід та брендинг харчової продукції, event-маркетинг та системно рефлексивний маркетинг.

Отже, основні підсумки дослідження та його теоретико-методологічні можна завести до наступного формування на основі оцінки фінансово-економічного становища заочної кількості суб'єктів господарювання в харчовій промисловості, яке погіршується через відсутність налагоджених систем логістики і інфраструктури підприємницького бізнесу, постійно невдалими реформами і відсутністю прийнятої державної політики щодо їх розвитку, цим методом актуалізує реальну необхідність утворення функціональних для бізнесового середовища організаційно-економічних механізмів, котрі б функціонували на основі новітніх інструментів фінансового захисту підприємства в харчовій промисловості на основі новітніх маркетингових інструментів фінансового захисту підприємства в харчовій промисловості та сприяли формуванню їх економічної безпеки.

### Література

1. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємства України: стратегія та механізм зміцнення [текст]: монографія. Львів: Вид во «Арал», 2008. 386с.
2. Васильчак С.В. Механізми формування економічної безпеки підприємств готельного бізнесу на основі маркетингових інструментів / С.В. Васильчак, О.М. Ві-вчарук, О.В. Фурсіна // Зб. наук. праць «Формування ринкових відносин в Україні». Київ, 2017. № 12 (199). С.75-79.
3. Дейнеко Л.В. Розвиток харчової промисловості України в умовах ринкових перетворень: проблеми теорії і практики. К.: Вид во Знання, 1999. 331 с.
4. Козаченко А.В., Пономарьов В.П., Лященко А.Н. (2003) Економічна безпека підприємства. Сутність і механізм забезпечення практики [текст]: монографія. К.: Вид во «Лібра», 2003. 280с.

5. Котлер Ф. Основи маркетингу [текст]: Пер. з англ. М.: «Ростінтер», 2006, 481с.

6. Пономаренко В.С., Кавун С.В. Концептуальні основи економічної безпеки [текст]: монографія. Харків: Вид во ХНЕУ, 2008. 256с.

7. Новикова О.Ф., Потоколенко Р.В. Економічна безпека: концептуальне визначення та механізм забезпечення. Інститут економіки промисловості НАН України. Донецьк: Вид во «Прима», 2006. 407с.

8. Лоханова Н. Система управління станом економічної безпеки підприємства: проблемні питання, концепція розвитку. Економіст (№2), 2005. с. 52-56.

## **ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ З ПОЗИЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

**Борисова Л.П., к.е.н., доцент**

**Одеський фаховий коледж економіки, права, готельно-ресторанного бізнесу,  
м. Одеса, Україна**

Існує безліч підходів до оцінки фінансового стану підприємств. Найбільшу актуальність серед них набула оцінка фінансового стану з позиції забезпечення економічної безпеки підприємства, так як здатність економіки до виживання під впливом різних несприятливих факторів, як внутрішніх, так і зовнішніх, є першорядною проблемою.

Економічна безпека підприємства – це становище найбільш ефективного використання ресурсів для запобігання загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства на теперішній час і в майбутньому [1, с. 219].

Фінансова складова економічної безпеки підприємств відіграє важливу роль в їх діяльності, оскільки характеризує найбільш ефективне використання всіх ресурсів підприємств, виражене в найкращих фінансових показниках прибутковості та рентабельності фінансово-господарської діяльності, якості менеджменту, використання основних і оборотних коштів, структури капіталу підприємств. Потреба підприємства в фінансових ресурсах є основним предметом процесу управління фінансами підприємства, що дозволяє забезпечити його економічну безпеку.

Процес забезпечення фінансової стійкості та економічної безпеки підприємства являє собою процес запобігання різноманітних збитків і їх негативних впливів на економічну безпеку підприємства за всіма аспектами фінансово-господарської діяльності підприємства.

Забезпечення фінансової безпеки підприємств являє собою процес запобігання всіляких збитків від негативних впливів на економічну безпеку

підприємства за різними напрямками його фінансово-господарської діяльності.

Оцінку фінансової безпеки необхідно проводити, застосовуючи основні показники фінансової стійкості та платоспроможності підприємств. При цьому при оцінці фінансового стану підприємств використовуються такі показники, як ліквідність, фінансова стійкість, рентабельність і показники ділової активності.

Загальна система оцінки фінансової складової економічної безпеки підприємств харчової промисловості включає абсолютні (динаміка прибутку і інвестицій в основний капітал, наявність заборгованості по заробітній платі, перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською) і відносні показники (рентабельність, ліквідність, платоспроможність і фінансова стійкість).

Порівняльною базою для проведення оцінки того чи іншого фінансового показника можуть бути регламентовані документами і законодавчими актами границь нормативних значень, науково-обґрунтовані оптимальні значення показників, середньогалузеві значення, динаміка відповідних показників за попередні періоди.

Доцільно було б доповнити цей перелік абсолютних і відносних показників фінансової складової економічної безпеки підприємств харчової промисловості такими показниками, як індекс інфляції, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами, сума інвестицій в основний капітал. Слід зазначити, що недолік інвестиційних вкладень в підприємства харчової промисловості пов'язаний з впливом таких чинників, як низька рентабельність реалізованих товарів; невисока швидкість обігу оборотних активів в грошову форму; неможливість отримати довгострокові кредити; дефіцит оборотних коштів; наявність значної заборгованості підприємств, а також низька інноваційна активність, пов'язана з повільним реагуванням на вимоги ринку через недостатній техніко-організаційний рівень виробництва.

Виділяючи основні тенденції розвитку, що визначають стан фінансів підприємств харчової промисловості для забезпечення їх економічної безпеки, можна виділити ряд зовнішніх і внутрішніх факторів, що стримують ефективність діяльності підприємств даної галузі.

До зовнішніх факторів, що формується під впливом загальних економічних і соціальних умов, можна віднести: стан агропромислового комплексу, що є сировинною базою для харчової промисловості; рівень розвитку інфраструктури в сфері переробки; рівень інфляції; платоспроможність населення; питома вага імпорту продовольства і сільськогосподарської сировини; ефективність державних заходів; доступність кредитних ресурсів; рівень оподаткування.

Серед внутрішніх факторів, що представляють собою умови, які визначають специфіку виробництва і можливості його розвитку, піддаються контролю з боку керівництва підприємства, слід виділити стан виробничих потужностей; склад і структуру основних виробничих фондів і оборотних активів; наявність власних фінансових ресурсів; інвестиційну та інноваційну активність; наявність достатньої кількості кваліфікованих кадрів.

Результатом взаємопов'язаного аналізу макроекономічних, галузевих та внутрішніх показників є виявлення небезпек і загроз, чинників, що роблять істотний вплив на зміну стану підприємства, а також прогноз його подальшого розвитку з урахуванням специфіки діяльності.

Так як підприємства харчової промисловості в силу своєї специфіки вкладають значні кошти в запаси сировини, в структурі оборотних активів цей показник повинен переважати. Показником негативної тенденції в діяльності підприємств є те, що темпи приросту оборотних активів нижче темпів приросту необоротних активів. Це безпосередньо пов'язано зі збільшенням виробничого і фінансового циклів, що може свідчити про аритмічність і неефективність як виробництва, так і продажу продукції.

Таким чином, структура економічної безпеки підприємства виражається забезпеченістю підприємства якісними ресурсами, їх оптимальними запасами з урахуванням можливих ризиків господарської діяльності.

При цьому всі ресурси повинні бути ефективно задіяні в рентабельне виробництво для забезпечення отримання прибутку, підтримання ліквідності підприємства та фінансової стабілізації діяльності підприємств, яка полягає в збільшенні доходів від основного, інвестиційного та фінансового видів діяльності; оптимізації витрат; реструктуризації номенклатури і поточних активів; реорганізації маркетингу і збуту.

Для поліпшення фінансового стану підприємств харчової промисловості необхідно стежити за співвідношенням дебіторської і кредиторської заборгованості, не допускаючи перевищення кредиторської, а також проводити моніторинг стану фінансової безпеки. Це дозволить витримати цільові установки розвитку підприємства з точки зору економічної безпеки.

### Література

1. Бланк І.А. Управління фінансовою безпекою підприємства. К.: Ельга, Ніка-Центр, 2009. 784 с.

2. Орлик О.В. «Аналіз факторів впливу на економічну безпеку підприємств та методи захисту від загроз і нейтралізації їх наслідків». Тренди та інновації в сучасній економіці. Харків : ХНУБА. 2015. С. 161-163.

3. Фролов С.М., Управління фінансово-економічною безпекою підприємства: сутність і механізм забезпечення, Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів. Суми. ДВНЗ «Українська академія

банківської справи Національного банку України», 2015. URL: [https://pidruchniki.com/78180/finansii/upravlinnya\\_finansovoyu\\_bezpekoju\\_e\\_konomichnih\\_subyektiv](https://pidruchniki.com/78180/finansii/upravlinnya_finansovoyu_bezpekoju_e_konomichnih_subyektiv)

4. Фролов С. М., Козьменко О. В., Бойко А. О. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів [Текст] : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів економічних і юридичних спеціальностей усіх форм навчання. Суми : ДВНЗ-УАБС НБУІ, 2015. 332 с.

5. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство: монографія / за ред. В. М. Геєця. Х. : «ІНЖЕК», 2006. 240 с.

## ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ: СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА

Антонюк О.П., к.е.н., доцент

Ступницька Т.М., к.е.н., доцент

Баранюк Х.О., доктор філософії (PhD), старший викладач

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Антонюк П.О., к.е.н., ст.н.с., Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса, Україна

В останні роки в товарній структурі українського експорту відбуваються істотні зрушення. Починаючи з 2014 р. агропродовольча продукція стає головним експортним товаром держави [1]. З часом ситуація в цьому плані ще більше змінюється – в 2020 р. частка агропродовольчої продукції в товарному експорті досягла 45,1 %. Зростання значення агропродовольчої продукції відбувається при загальному скороченні товарного експорту з 62306 млн. дол. в 2013 р. до 49192 млн. дол. в 2020 р., або на 21,0 % збільшення експорту продукції сільського господарства та харчової промисловості за цей період з 16930 млн. дол. до 22179 млн. дол., або на 131,0 %.

Важливою особливістю в зовнішній торгівлі агропродовольчими товарами є стрімке зростання імпорту темпами, що значно перевищують збільшення експорту в результаті чого сповільнюється темпи зростання сальдо, а також суттєво скорочується коефіцієнт покриття імпорту експортом (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні показники зовнішньої торгівлі агропродовольчими товарами в 2016 – 2020 рр.\*

Показники	Роки					2020 р. до 2016 р. у %
	2016	2017	2018	2019	2020	
1. Експорт, млн. дол.	15284	17758	18612	22143	22179	145,1
2. Імпорт, млн. дол.	3891	4301	5055	5736	6498	167,0

3. Сальдо, млн. дол.	11393	13457	13557	16407	15681	137,6
4. Коефіцієнт покриття імпорту експортом	3,928	4,129	3,682	3,860	3,413	86,9

\* Розраховано авторами за даними Державної служби статистики України [2].

Як свідчать дані табл. 1 особливо погіршилися результати торгівлі в останні два роки. В 2019 – 2020 рр. експорт зріс на 100,2 %, а імпорт на 113,3 %, що визвало скорочення сальдо 726 млн. дол.. В цьому плані значний інтерес являють дослідження причин, що визвали таке зростання імпорту, а також можливостей його скорочення.

Для цього слід розглянути структуру імпорту агропродовольчої продукції в фізичному обсязі і вартісному вимірі по чотирьох розділах продукції відповідно до УКТЗЕД (табл. 2).

Таблиця 2 – Динаміка та структура імпорту агропродовольчої продукції за 2016 – 2020 рр.\*

Розділи продукції відповідно до УКТЗЕД	Роки					2020 р. до 2016 р. у %
	2016	2017	2018	2019	2020	
1. Живі тварини, продукти тваринного походження						
- тис. т.	470	544	633	651	666	141,7
- млн. дол.	626	731	918	1071	1258	201,0
- середня імпортна ціна, 1 т/дол.	1332	1344	14,50	1645	1889	141,8
2. Продукти рослинного походження						
- тис. т.	1094	1190	1320	1835	2001	182,9
- млн. дол.	1285	1368	1529	1795	1989	154,8
- середня імпортна ціна, 1 т/дол.	1179	1150	1158	978	994	84,3
3. Жири та олії тваринного або рослинного походження						
- тис. т.	289	316	320	328	298	103,1
- млн. дол.	246	267	267	253	280	113,8
- середня імпортна ціна, 1 т/дол.	851	845	834	771	940	110,4
4. Готові харчові продукти						
- тис. т.	707	748	1021	1066	1185	167,6
- млн. дол.	1734	1935	2341	2617	2971	171,3
- середня імпортна ціна, 1 т/дол.	2453	2587	2293	2455	2507	102,2
Всього						
- тис. т.	2560	2798	3294	3880	4150	162,1
- млн. дол.	3891	4301	5055	5736	6498	167,0

\* Розраховано авторами за даними Державної служби статистики України [2].

Дані табл. 2 свідчать про зростання імпорту як в натуральному так і в вартісному вираженні по продукції усіх чотирьох розділів відповідно до УКТЗЕД. Слід зауважити, що темпи зростання імпорту у вартісному вираженні крім продуктів рослинного походження, перевищують темпи зростання імпорту в фізичному обсязі, що свідчить про зростання цін на імпортовані товари. Найбільше зростання імпортованих цін має місце по товарам тваринного походження – 141,8 %, а найменше – по готовим харчовим продуктам – 102,2 %. Проте зростання цін не є головним фактором нарощування вартості імпорту, а ним в дійсності є збільшення фізичного обсягу імпорту з 2560 тис. т. у 2016 році до 4150 тис. т. у 2020 р., або на 162,1 %.

Зростання фізичного обсягу імпорту відбувається в умовах швидкого зростання доходів населення в розрахунку на одну особу з 37080 грн. у 2016 році до 73355 грн. у 2020 році, тобто на 197,8 % і надзвичайно низькими темпами росту продукції сільського господарства, основи для виробництва агропродовольчої продукції. Так, за період 2016 – 2019 рр. продукція сільського господарства (в постійних цінах 2016 р.) зросла з 634433 млн. грн. до 680982 млн. грн., або на 107,3 %, в т.ч. продукція рослинництва зросла на 108,4 %, а продукція тваринництва на 101,7 % [3,4].

По деяких важливих видах продуктів тваринництва за період 2016 – 2019 рр. виробництво скоротилось (%): молоко – 6,9; яловичина і телятина – 1,6; свинина – 8,1. В таких умовах, імпорт продуктів тваринництва та його зростання виглядає логічним. Дійсно, за період 2016 – 2020 рр. імпорт м'яса та їстівних субпродуктів зріс з 80,8 млн. дол. до 165,0 млн. дол. – на 204,2 %, а молока та молочних продуктів – з 59,5 млн. дол. до 308,4 млн. дол., тобто – в 5,2 рази.

Якщо імпорт та його зростання по продукції тваринництва пояснюється внутрішніми проблемами виробництва, то по деяких видах продукції рослинництва збільшення імпорту продукції, для виробництва якої в Україні є всі необхідні умови, слід шукати в невмінні використати вже вироблену продукцію по причині відсутності інфраструктури зберігання, реалізації, тощо. В першу чергу це відноситься до овочевих культур – картопля, помідор, цибуля, огірки і т.п.. За період 2016 – 2020 рр. вартість імпорту по цих культурах зросла (%): картопля – в 16 разів; помідори – 264,1; цибуля – 394,5; капуста – 261,1; огірки, корнішони – 265,2.

Найбільший імпорт має місце по готовим харчовим продуктам, на які в 2020 році приходиться 45,7 % агропродовольчого імпорту. В структурі імпорту готових харчових продуктів найбільші закупки здійснюються по продукції таких товарних груп: 16 – «Продукти з м'яса і риби», 18 – «Какао та продукти з нього», 21 – «Різні харчові продукти», 22 – «Алкогільні та безалкогільні напої, оцет», 24 – «Тютюн та промислові замітники тютюну». В 2020 році вартість імпорту по цих товарних групах склала 2167,9 млн. дол.,

або 73,5 % всього імпорту готових харчових продуктів. По цих товарних групах вартість імпорту значно перевищує вартість експорту. Однією з причин такого стану є недостатній обсяг вітчизняного виробництва по цих товарних групах і товарних позиціях. Недостатній технологічний рівень продукції, обмежений асортимент та проблеми з якістю існуючих ресурсів цих видів товарів недостатньо як для експорту, так і для внутрішнього ринку, потреби якого покриваються все зростаючим імпортом.

Вартість імпорту, його динаміка в значній мірі визначаються географією імпортичних потоків агропродовольчої продукції (табл. 3).

Таблиця 3 – Географічна структура імпорту агропродовольчої продукції в Україну\*

Напрями імпорту	2016 рік		2020 рік		Зростання вартості імпорту, %
	млн. дол.	%	млн. дол.	%	
СНД	149	3,8	250	3,8	167,8
ЄС	1711	44,0	3275	50,4	191,4
Азія	951	24,4	1383	21,3	145,4
Америка	606	15,6	862	13,3	142,2
Інші	474	12,2	728	11,2	153,6
Всього	3891	101,0	6498	100,0	167,0

\* Розраховано авторами за даними Державної служби статистики України [2].

Основним постачальником агропродовольчої продукції в Україну традиційно виступають країни ЄС, звідкілья поступає 50,9 % імпорту живих тварин і продуктів тваринного походження та 65,4 % готових харчових продуктів. Країни Азії займають провідні позиції в експорті до України продуктів рослинного походження – 33,2 % всього імпорту цієї продукції, та в експорті олії рослинного походження (головним чином пальмова та кокосова олії – 72,1 %).

*Висновки.* Однією з головних причин зростання імпорту продукції являються недостатні обсяги та темпи зростання вітчизняного виробництва. Скорочення імпорту можливе за умов збільшення виробництва продукції тваринництва, створення необхідної інфраструктури для зберігання та реалізації вироблених в державі овочів та модернізації виробництва готових харчових продуктів, здатних конкурувати за асортиментом та якістю з іноземними товарами.

### Література

1. Антонюк П.О., Антонюк О.П., Ступницька Т.М., Головаченко Л.М. Стан та результати торгівлі агропродовольчими товарами між Україною і

Європейським союзом // Економіка харчової промисловості. 2019. Т.11, вип.1. С. 27-36. doi: 10.15673/fe.v11i1.1292

2. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 28.09.2021).

3. Державна служба статистики - експрес випуск. Доходи та витрати населення у 2020 році. URL: <https://goo.su/88tN> (дата звернення: 28.09.2021).

4. Державна служба статистики України. Сільське господарство України. Статистичний збірник. 2019. Київ. 2020. С. 46.

## **RURAL DEVELOPMENT IN UKRAINE IN CONDITIONS OF DECENTRALIZATION OF POWER AND GOVERNANCE**

**Pavlov O.I., doctor of economics, professor**  
**Pavlova I.O., candidate of economic sciences**  
**Odessa National Academy of Food Technologies, Odessa, Ukraine**

The process of decentralization of power and management started in 2015 in the format of voluntary association of territorial communities with further reform of the district administrative-territorial unit creates preconditions for solving a whole set of socio-economic, political, administrative tasks facing Ukrainian society. In the context of this topic we are talking about the formation of a common space of rural and urban territorial subsystems of society, which creates the possibility of continuous-convergent rural-urban development associated with the formation of united territorial communities (UTC) and districts of agglomeration-type, with mutual benefit for rural territories and cities of Ukraine.

The first step in this direction was the formation of certain institutional conditions, as evidenced by the adoption of the order of the Cabinet of Ministers of Ukraine «On approval of the Concept of reforming local government and territorial organization in Ukraine» (April 2014), of the Law of Ukraine «On voluntary association of territorial communities» (February 2015), which introduced of community model of decentralization of power and governance.

The adoption of the resolution of the Verkhovna Rada of Ukraine «On the formation and liquidation of districts», in accordance with which 490 old districts were liquidated and 136 new ones were formed, greatly contributed to the strengthening of rural-urban integration [1].

Scientific development of issues related to the definition of the nature and functionality of rural agglomerations has a long tradition in the scientific literature, which was laid down in fundamental works on urban sociology by Western researchers R. Park (1925), P. Sorokin and K. Zimmerman (1929), R. Redfield (1947), L. Wirth (1956), F. Brodel (1979).

In particular, the French historian F. Brodel approached the problem of the relationship between village and city not from the standpoint of their opposition, but in the context of their mutual influence. Given the historical significance of the division of labor between urban and rural areas, he noted that this division is not complete, but is constantly updated. For this reason, the village and the city can not be separated from each other: at the same time there were division and rapprochement, demarcation and unification. Villages near the city benefited from such a neighborhood. Villages and cities were subordinated to the reciprocity of perspectives, as a result of which there were changes that have the opposite character: cities urbanized villages, and those finally made cities rural [2, p. 79].

Rural-urban agglomeration, as a socio-spatial formation, has many features in common with such a phenomenon as the rural-urban continuum, which is a common space of location, operation and relationship with blurred, blurred boundaries between urban and rural territorial subsystems of society. The difference between them is that in agglomerations the administrative-territorial boundaries are clearly defined. In addition, if the formation of a continuous type is mainly the result of the process of historical evolution of certain components of the settlement system associated with the influence of social development trends, the formation of rural-urban agglomerations is an artificial process derived from of a management decisions and the use of administrative measures. However, the social purpose of these processes is essentially the same – to promote the cohesion of society to create decent conditions and equal opportunities for the comprehensive development of the population of these entities.

The combination of rural and urban settlements in one space leads to their convergence, which is achieved, according to P. Sorokin, due to [3, p. 16–17]:

- of unification of technical and technological component;
- of presence of common spiritual values;
- of biological principles of human behavior, which are the beginnings of social inequality and are insurmountable in both villages and cities;
- of presence to people same needs, regardless of their place of residence.

Within rural-urban socio-spatial formations, a partnership is established, which manifests itself as territorial (flows of people, funds, goods, information) and sectoral (for example, the links between agriculture, of «agricultural activity» implemented in cities (eg, agricultural production), as well as measures of «urban» nature (eg, production of goods and services), which are carried out in the villages.

In recent decades, there has been an intensification of urban-rural partnerships in all European countries, which is reflected into increased labor flows to large cities, measures for the organization of recreation and leisure, relocation of a urban residents in the villages and the implemented of urban lifestyle on the rural territories. In other words, the influence of cities on rural areas is growing. Links between cities and rural areas are important to ensure balanced socio-economic

development and reduce the vulnerability of less developed rural socio-spatial entities. Interactions between urban and rural areas often have a critical impact on the use of natural resources, particularly in suburban space. In order to support harmonious territorial development, measures are taken to establish partnerships between rural and urban communities, whose interests are represented by their governing bodies, as well as non-governmental organizations and the public. They are aimed at providing the necessary services, protecting the environment, maintaining regular contacts between cities and villages and developing economic synergies.

Rural-urban continuum detects a number of problems associated with the formation of rural-urban relations, which are as follows:

- of dependence of infrastructure availability on the settlement structure (for suburban rural areas the territory acquires «centrality», and for remotes – isolation);
- of diversification of the economy of rural areas and cities in a broad sense (its isolation in connection with by the location of industrial facilities in the countryside, the development of tourism and recreation, proximity to markets, the use of new information and communication technologies);
- of territorial impact on agricultural structural changes in more urban spaces, which serve as a «buffer», which integrates agriculture, nature and leisure;
- of the dual role of natural heritage (nature conservation as centers of biodiversity and its use as an factor of employment);
- use of culture in economic development strategies (increasing interest in the assessment of cultural heritage in rural areas as a common achievement of the region and the country);
- expansion of cooperation between rural and urban authorities (expression of interest in the joint use of the economic base, infrastructure, natural resources of the territories located at the rural-urban space).

Thus, the problem of urban-rural relations has its prehistory and a broad interdisciplinary context, the basis of which is the theoretical research of philosophers, economists, geographers, sociologists, representatives of other branches of science. Research scientific discourse on this issue has gradually evolved from the opposition of the rural way of life to the urban to their organic synthesis. Its generalized quintessence is the view of the city and the village as different, but such socio-spatial formations enriching each other.

The implementation in Ukraine of the idea of forming an effectively functioning rural-urban agglomeration of continuous-convergent type will largely depend on the financial and economic capacity of the basic (community) and district units of the administrative-territorial structure of the country, and of balanced reform of territorial organization at the regional level.

## Literature

1. On the formation and liquidation of districts: Resolution of the Verkhovna Rada of Ukraine of July 17, 2020 № 807-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/807-20> (access date: October 7, 2021).
2. Brodel F. Material civilization, economics and capitalism XV-XVIII centuries. In 2 vols. T. 1. The structure of everyday life: Possible and impossible; translation with fr. G. Filipchuk. K. : Osnova, 1995. 534 s.
3. Cit. for: Gilyazitdinov J.M. P. Sorokin's Integrative pendulum society and Alternatives to Russia's Development. Sociological research. 2001. № 3. P. 15–19.

## АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Купріна Н.М., д.е.н., доцент, декан ф-ту ЕБіК  
Комишан О.Ю., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Метою діяльності будь-якого суб'єкта господарювання є отримання максимального доходу за умови мінімізації витрат та ефективного використання всіх видів ресурсів. Дослідження статистичних даних діяльності підприємств показує, що близько 40% оборотного капіталу кожного підприємства становлять запаси [4]. Тому необхідно визначити, які є напрями оптимізації витрат за цією статтею балансу за допомогою складових бухгалтерського обліку, а також запровадження них на практиці в умовах конкуренції та нестабільної економіки, що не можливо без ефективного економічного аналізу запасів, як елементу оборотного капіталу, їх складу, динаміки, структури та ефективності використання. Тому, метою аналізу запасів є підвищення ефективності виробництва за рахунок раціонального використання ресурсів, а також пошук оптимальних варіантів економії використання запасів

Проведене нами дослідження щодо напрямів проведення аналізу запасів, як елементу оборотних активів [3], так й наукових праць вчених показав, що більшість вчених розглядають запаси з точки зору використання матеріальних ресурсів – С.В. Калабухова, Г.М. Мельничук, Є.В. Мних, А.М. Поплюйко, В.Я. Попович, Л.А. Богдановська, Г.В. Савицька, Кузьмінська О.Е., Тринькою Л.Я. та Липчанським (Іванчук) О.В. А питаннями управління запасами, як елементу оборотного капіталу присвячені праці І.А. Бланка (табл. 1).

Таблиця 1 – Напрями аналізу запасів різних авторів\*

Автор, джерело	І.А. Бланк, [1, с.185]	Рабокoнь Ю.С., Томчук О.Ф., [5, с.76]	Тринька Л.Я., Липчанський (Іванчук) О.В., [6, с. 204]	Кузьмінська О.Е., [2, с. 178]
Напям аналізу				
Аналіз забезпеченості	+	+	+	+
Аналіз ефективності використання запасів	+	+	+	-
Аналіз виконання договірних зобов'язань	-	+		-
Аналіз структури та динаміки запасів	+	+	+	-
Аналіз запасів в системі управління оборотним капіталом	+	-	-	-
Аналіз обґрунтованості обсягів замовлення виробничих запасів	-	-	-	+
Аналіз матеріаломісткості продукції	-	-	-	+
Загальний аналіз обсягу і структури виробничих запасів підприємства	+	-	-	+
Аналіз використання матеріальних ресурсів	-	-	+	-
Виявлення резервів збільшення обсягів виробництва за рахунок підвищення ефективності використання запасів	-	-	+	-
Аналіз впливу використання матеріальних ресурсів на обсяг виробництва продукції	-	-	+	+

\* Складено автором на підставі джерел [1-2, 5-6]

У результаті опрацювання наукових літературних джерел можна стверджувати, що єдиного бачення щодо напрямів аналізу запасів науковцями не вироблено. Результати дослідження дозволили сформуванати напрями аналізу запасів підприємства (рис. 1).

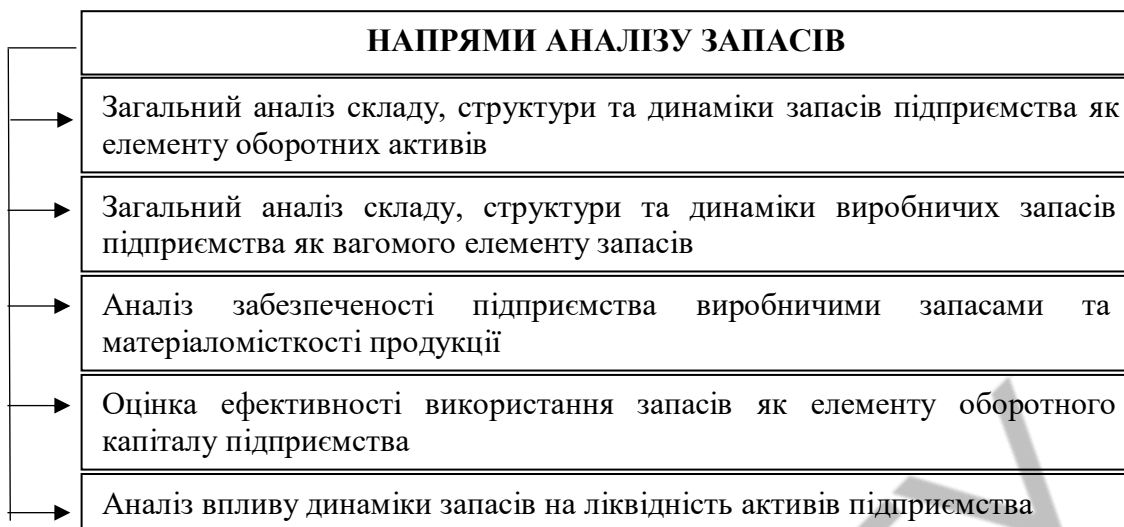


Рис. 1. Напрями аналізу запасів підприємства\*  
\*сформовано авторами на підставі дослідження джерел [1-6]

Необхідно зазначити, що пошук резервів покращення використання виробничих запасів є важливим завданням їх економічного аналізу, яке має втілюватися за кожним його напрямом його проведення.

Таким чином, для покращення управління виробничими запасами доречно проводити загальний аналіз складу, динаміки та структури запасів підприємства та такого важливого елементу, як виробничі запаси, який передбачає розрахунок абсолютних і відносних показників їх змін за номенклатурними позиціями та визначення тенденцій змін за декілька звітних періодів. Важливим етапом аналізу запасів є оцінка ефективності використання виробничих запасів, яка передбачає проведення діагностичного аналізу екстенсивного та інтенсивного їх використання, а у процесі аналізу матеріаломісткості продукції здійснюється діагностичний і факторний аналіз зазначеного показника. Якісний економічний аналіз запасів та їх елементів дозволяє розробити ефективну політику управління ними, а також організувати систему контролю за ефективністю їх використання, оборотності даного елементу оборотного капіталу та збільшення ліквідності активів підприємства, що є важливим для забезпечення ефективності його функціонування та здійснення результативності операційної діяльності.

### Література

1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: [учебный курс]. [2-е изд.]. К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. 656 с.
2. Кузьмінська О.Е. Напрями аналізу виробничих запасів підприємств // Вчені записки: зб. наук. пр. / Мін-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». 2014. № 16. С. 174-180.

3. Купріна Н.М., Ступницька Т.М., Баранюк Х.О., Величко О.М. Оборотні активи в системі управління підприємства: сучасні аспекти обліку, аналізу та аудиту // Економіка харчової промисловості. 2021. Т. 13, вип. 2. С. 50-57.

4. Левченко О.П. Шляхи удосконалення організації обліку виробничих запасів. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2014. № 4. С. 266–270.

5. Рабоконт Ю.С., Томчук О.Ф. Аналіз ефективності використання запасів підприємства Науковий журнал «Фінанси, облік, банки». Донецький національний університет імені Василя Стуса, № 1(24). 2019. С.76-86. URL: <https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/557/1/Фінанси%2С%20облік%202019.pdf>

6. Тринька Л.Я. „Липчанський (Іванчук) О.В. Економічний аналіз: навч.-метод. посібник. Київ: Алерта, 2013. 568 с.

## **СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СТУДЕНТІВ**

**Черкаський А.В., к.і.н., доцент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

У розрізі сучасної педагогіки та психології гуманне виховання розглядається як прищеплення дитині відповідальності, яка нерозривно пов'язується зі свободою вибору. Вчені, що вивчають цю категорію, впевнені, що тільки наявність у людини певним чином сформованої свободи вибору дозволяє говорити про відповідальність, так як неможливо говорити ні про яку «відповідь», якщо немає альтернативних варіантів дії. У подібній ситуації є сенс розглядати дію людини не як конкретну її дію, що усвідомлено ініціюється, а більше як відповідь на вплив, що чиниться на неї.

Відповідальність може бути присутня тільки там, де людина може дати відповідь, засновану на власному рішенні, продиктовану свободою волі і особистісними спонуканнями. Під відповідальністю тут варто розуміти ступінь відповідності свободи волі людини і потреба в її відповідності зі свободою волі інших людей. Нерідко відповідальність трактують в контексті прийняття себе в якості джерела своїх же переживань. У більш широкому сенсі відповідальністю можна назвати почуття і думки людини в певних ситуаціях, його вчинки, а також емоції, які у нього виникають після здійснення певних дій, їх наслідки. Одним із завдань даної роботи є вивчення факторів, які є основою становлення і розвитку внутрішньої сторони відповідальності у студентів за допомогою задіяння самодисципліни, самосвідомості та самоврядування.

Студентство – один з важливих вікових періодів розвитку і становлення людини як особистості. Саме в цьому віці кардинально змінюється свідомість, погляди на життя, діяльність, система ціннісних орієнтирів і сфера взаємин з оточуючими людьми, батьками, однолітками, дорослими і протилежною статтю. Це період активного розвитку окремих психічних процесів і властивостей. Вважаємо, що студентський вік є ідеальним для формування особистісної громадянської відповідальності.

Особливо гостро стоїть проблема становлення громадянської відповідальності в розрізі соціальної психології. Відповідальність як індивідуальна риса характеру окремої особистості розглядалася вітчизняними психологами і педагогами. Становлення громадянської відповідальності у юнаків і дівчат пов'язувалося з досить великою кількістю різноманітних детермінант, переплетених з аксіологічними методами і моделями, специфікою морального виховання, а також рядом інших факторів, які могли привести до втрати молоддю норм і цінностей, популяризації аморальності, втрати почуття відповідальності за власні вчинки, дії, рішення.

У соціальній психології громадянська відповідальність розглядається в категорії об'єктивних якостей людини, яким властиво швидко і усвідомлено приймати рішення щодо виконання власних обов'язків, боргу перед оточуючими людьми і всією країною, можливість відстояти власні інтереси і інтереси суспільства, втілити в життя всі починання, ідеї і плани. У сучасних публікаціях громадянська відповідальність розглядається в контексті людських свобод та як інтегратор особистісних начал [2]. У публікаціях О. Гуменюк проведено психологічний аналіз громадянської відповідальності. Так, громадянська відповідальність розглядається як можливість людини працювати на благо оточуючих і брати повну відповідальність за власні вчинки і дії [3]. Ця якість повністю формується на засадах моральності [4].

Розглядаючи громадянську відповідальність в контексті її зв'язку з активністю індивідуальної життєвої позиції, можна виділити кілька характерних її елементів:

- \* мотив (щире бажання займатися конкретною діяльністю, значущою для суспільства і держави; усвідомлення тонкощів законодавчої бази, почуття власної причетності до всіх подій, які відбуваються в рідній державі);

- \* громадська активність (здатність оперативно виконувати поставлені завдання і готовність пожертвувати своїми справами, якщо того вимагає задоволення громадянських інтересів; почуття особистісної прихильності до якоїсь групи людей або всього соціуму);

- \* інтернаціональна позиція – толерантне ставлення до представників інших національностей та етнічних груп, досягнень інших держав; неприйняття всіх форм расизму, шовінізму, націоналізму; готовність

захистити свою країну, але здатність шанобливо ставитися до держави, що протистоїть;

\* правова відповідальність (усвідомлення своїх прав і обов'язків перед державою і суспільством, виконання обов'язку).

З метою оцінки рівня формування громадської відповідальності у молоді є сенс проаналізувати ряд психологічних параметрів, включаючи: діяльнісний, когнітивний, поведінковий, вольовий і мотиваційний. *Когнітивному* параметру властиво наявність сформованих уявлень і знань про різні сфери людського життя, наявність здібностей. *Вольовий* показник нерозривно пов'язаний з організованістю і дисциплінованістю. У його структурі варто виділити здатність молоді контролювати свої емоції і дії, управляти власними відчуттями і бажаннями, вміти застосовувати обмеження.

*Поведінковий і діяльнісний* компоненти передбачають реалізацію поставлених цілей і завдань, значущих для соціуму, а також готовність до виконання допоміжних справ. *Мотиваційну* складову варто розглядати як бажання людини будь-що домогтися поставленої мети, проявляти соціальну ініціативність та свій творчий потенціал на благо суспільства і держави, бути емоційно чуйною людиною [1].

Таким чином, під громадянською відповідальністю особистості ми розуміємо таку її властивість, що включає в себе прагнення і вміння оцінювати свою поведінку з точки зору користі або шкоди для суспільства, порівнювати свої вчинки з пануючими в суспільстві вимогами, нормами, законами, співвідносити потреби з реальними можливостями.

### Література

1. Валеева Р. А., Королева Н. Е., Сахапова Ф. Х. Диагностика сформированности гражданственности у студентов вуза // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 6.
2. Горак Г., Фінін Г. Громадянське суспільство як інтегратор особистісних начал / Г. Горак, Г. Фінін // Філософ. думка. - 2008 - № 3 - С. 62
3. Гуменюк О. Психологічний аналіз громадянської відповідальності / О. Гуменюк // Психологія і суспільство. - 2007 - № 4 - С. 81-92.
4. Гуменюк О. Громадянська відповідальність у контексті сьогодення / О. Гуменюк // Психологія і суспільство. - 2008 - № 2 (32). - С. 65

# РОЛЬ ІНДИВІДУАЛЬНОГО СТИЛЮ СОЦІАЛІЗАЦІЇ І ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ГРОМАДЯНСЬКОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Черняк Г.А., к.і.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

В останні роки одним з найважливіших аспектів вивчення громадянського виховання сучасної студентської молоді, є аналіз межі можливостей поєднання процесів соціалізації та індивідуалізації. Це пов'язано як з новими методологічними підходами до проблеми соціалізації та самовизначення, з розширенням меж особистісної активності людини, так і з новою соціальною ситуацією розвитку сучасних студентів, у яких з'являються більш широкі, в порівнянні з попередніми поколіннями, можливості для вибору груп соціалізації та ідентифікації [1, с. 118].

У статті розглядаються проблеми громадянського виховання студентської молоді на основі співвідношення процесів соціалізації та індивідуалізації.

Провідним чинником в взаємозв'язку соціалізації та індивідуалізації в онтогенезі, є індивідуальний стиль соціалізації.

В онтогенезі процеси соціалізації і індивідуалізації йдуть одночасно, так як формування і розвиток особистості відбувається в результаті спільного накопичення індивідуального і засвоєння соціального досвідів.

Індивідуалізація - усвідомлення індивідом себе як окремої одиниці суспільства, своїх характеристик, якостей, особливостей. Соціалізація - процес засвоєння і відтворення індивідом соціального досвіду, реалізованого в спілкуванні і діяльності [2]. Соціалізація забезпечує засвоєння певних звичаїв, цінностей, установок, ролей, думок певною соціальною групою і зберігається протягом усього життя. Людина в процесі соціалізації набуває ціннісні орієнтири, які дозволяють їй порівнювати себе з оточуючими людьми, взаємодіяти з ними, враховувати їх думки, виявляти власне «Я». Людина є частиною суспільства, тому здатна до засвоєння суб'єктивного досвіду, який згодом стає частиною її особистості. Переконавання людини, норми поведінки та моралі визначаються нормами, прийнятими в даному суспільстві. З об'єктивно однакових ситуацій різні індивіди можуть виносити різний соціальний досвід, що виступає основою індивідуалізації.

Введення поняття індивідуального стилю соціалізації дозволяє розглядати процеси соціалізації та індивідуалізації як взаємодоповнюючі один одного лінії розвитку людини в соціумі. Ці два процеси пов'язані, їх динамічна взаємодія забезпечує входження людини до групи ідентичності та формування різних варіантів образів Я.

Становлення індивідуального стилю соціалізації відбувається в певних межах, ступінь жорсткості яких змінюється в онтогенезі. Незважаючи на те що існує варіативність у змісті норм і правил в різних інститутах соціалізації, сам характер трансформації цих норм і цінностей обмежує можливість формування продуктивного стилю соціалізації у студентської молоді.

У студентському віці різко зростає роль власної активності в процесі соціалізації і становлення ідентичності, посилюються процеси категоризації, молода людина активно шукає свою групу ідентичності. У цьому віці варіативність процесу соціалізації збільшується, межі формування індивідуального стилю соціалізації кілька пом'якшуються. Освоєння нових норм, моделей поведінки більш активно йде в групі однокурсників. З огляду на сказане, громадянське виховання як цілеспрямований, морально обумовлений процес освоєння молоддю навичок демократичного самоврядування, зміцнення відповідальності індивіда за політичний, моральний і правовий вибір, за максимальний розвиток особистістю власних творчих здібностей, їх реалізацію в інтересах прогресивного сталого розвитку суспільства і досягнення особистісного життєвого успіху, вимагає проведення єдиної державної політики в галузі цивільного виховання, шляхом планової, безперервної і узгодженої діяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування та громадських організацій. Адже громадянське виховання дозволяє людині відчувати себе юридично, соціально, морально і політично дієздатним [3, с. 353].

У країні в основному створена система громадянського виховання молоді. Зросли рівень і ефективність проведення фестивалів художньої творчості, конкурсів, виставок та змагань. Для проведення заходів цивільної спрямованості використовується потенціал центрів традиційної народної культури, театрів, бібліотек і музеїв. Відроджуються традиції, які добре зарекомендували себе в минулих формах виховної роботи. Студенти активно працюють в громадських об'єднаннях, діяльність яких спрямована на громадянське виховання.

Однак для подальшого розвитку системи громадянського виховання необхідні наступні дії: вдосконалення законодавства України в цій галузі; модернізація матеріально-технічної бази громадянського виховання, підвищення рівня його організаційно-методичного забезпечення; підвищення рівня професійної підготовки організаторів і фахівців громадянського виховання; розвиток системи громадянського виховання у ВНЗ; більш активне і широке залучення до цієї роботи засобів масової інформації, культури; більш широке використання можливостей мережі Інтернет для вирішення завдань громадянського виховання.

Таким чином, питання, пов'язані з аналізом варіантів співвідношення соціалізації і індивідуалізації в процесі громадянського виховання молоді

актуалізують проблему розвитку і функціонування громадянського суспільства, яка, в певній мірі, є і гарантом можливостей гармонійності взаємин соціалізації і індивідуалізації, індивідуального стилю соціалізації і, одночасно, одним з факторів, який допомагає формуванню такої взаємини.

### **Література**

1. Проблемы социализации и индивидуализации личности в образовательном пространстве. Часть 1: сборник материалов Международной научно-практической конференции (г. Белгород, 22–23 ноября 2018 года) / отв. ред. И.П. Ильинская. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2018. – 318 с.

2. Социализация. Социобиологические предпосылки социализации: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://spravochnick.ru/sociologiya/socializaciya\\_sociobiologicheskie\\_predposylki\\_socializacii/](https://spravochnick.ru/sociologiya/socializaciya_sociobiologicheskie_predposylki_socializacii/).[https://spravochnick.ru/sociologiya/socializaciya\\_sociobiologicheskie\\_predposylki\\_socializacii/individualizaciya\\_i\\_socializaciya/](https://spravochnick.ru/sociologiya/socializaciya_sociobiologicheskie_predposylki_socializacii/individualizaciya_i_socializaciya/).

3. Черняк Г.А. Інформаційні технології та когнітивні навантаження на психіку людини. /Наукове видання. Збірник тез, доповідей 78 наукової конференції викладачів академії 23 - 27 квітня 2018 р.// Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2018. –С.353-354.

## **ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ КОНСТРУКТ СУЧАСНИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН**

**Соловей А.О., к.і.н., доцент**

**Ботіка Т.С., к.і.н., доцент**

**Мамроцька О.А., к.і.н., доцент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Важливою складовою політичної системи будь-якого суспільства є політична культура. Сьогодні політична культура виступає певним феноменом, що допомагає виявити не тільки політичні процеси, але й формувати конструктивні політичні відносини, як в межах держави, так і на міжнародному рівні [3].

У широку розумінні, політична культура – досить глибоке за змістом явище. Свої витоки проблема політичної культури бере в працях стародавніх мислителів, які неодноразово зверталися до питань моралі, етики, принципів ідеального правління. Перші згадки про політику зустрічаємо ще в античній Греції. Сам термін «політична культура» вперше був запропонований у XVIII ст. німецьким філософом І. Гердером. Показово, що він не вкладав нинішнього змісту в це поняття і навіть не припускав, що концепція політичної культури

може так суттєво впливати на політичну науку та практику. Згодом, особливо в кінці XIX – на початку XX ст. це поняття почало використовуватися багатьма політичними школами. У сучасній науці немає загальноприйнятого трактування поняття «політичної культури». Як відомо, більшість дискурсів заснована на тому, що культура – це певна людська діяльність, об'єктивована у матеріальних і духовних цінностях [2].

Дослідники виділяють дві ключові концепції політичної культури. Перша була розроблена американським політологом Г. Алмондом у 1956 р., надрукована у статті «Порівняльні політичні дослідження», де політична культура розглянута як відповідний зразок орієнтирів на політичні дії, що відбиває особливості кожної політичної системи. Подальше розуміння цього концепту було розвинуто у класичній політологічній праці Г. Алмонда і С. Верби «Громадянська культура» (1963 р.). Даний підхід тяжіє до ототожнення політичної культури й політичної свідомості. Проте, можна поглянути на політичну культуру, як на більш загальне явище, що включає наступні аспекти: знання про політику, знайомство з фактами, інтерес до них, оцінку політичних явищ, думки про те, як повинна здійснюватися влада, емоційну сторону політичних позицій, наприклад, любов до Батьківщини, ставлення до проявів будь-яких негативних настроїв, визнані у суспільстві зразки політичної поведінки, фінансові зв'язки тощо. На наш погляд, привертає увагу позиція французького філософа та історика XX ст. М. Фуко, який стверджував, що політична культура присутня в будь-якому концепті нашого життя, впливаючи (безпосередньо чи опосередковано) на певні дії чи думки.

Крім того, слід розрізняти політичну культуру особистості та політичну культуру суспільства. Для характеристики політичної культури особистості важливо додати усвідомлення її суті та мети політичного процесу, знання своїх прав і обов'язків, так звану міру «включеності» в реалізацію політичної влади. Історичні традиції справляють активний вплив на політичну культуру. Інакше кажучи, політична культура суспільства є зафіксований у законах, звичаях, традиціях досвід суспільства, а також рівень уявлень про політичний розвиток [1].

Набуття особистістю політичної культури – двоєдиний процес [4], оскільки він пов'язаний, з одного боку, з усвідомленням себе суб'єктом саморозвитку, вірою у власні сили та можливості. З іншого боку – з формуванням особистості як суб'єкта не лише власного, а й суспільного поступу.

Таким чином, політична культура є складним, динамічним, багаторівневим концептом, який формується під впливом історичних, економічних, суспільно владних, духовних, культурних чинників у тій чи іншій державі. У свою чергу, політична культура як самостійне явище здійснює постійний вплив на інші сфери людського буття.

## Література

1. Дмитренко М. Особливості сучасної української політичної культури: проблема визначення // Політичний менеджмент. 2005. № 5. С. 134 – 138.
2. Марковець В.М. Політична культура як складова духовної культури суспільства // Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 18. С. 94 – 96.
3. Остапенко М.А. Політична культура суспільства: Навч. посіб. К. 2008. 96 с.
4. Сипко О.С. Політична свідомість і політична культура сучасної України: регіональні особливості в контексті проблеми формування української політичної нації // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна «Питання політології». 2001. № 518. С. 156.

## СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Орлова В.А., к.ю.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Термін “Публічне управління” був використаний англійським державним службовцем у своїй науковій практиці. Це значення застосовували лише для політичних обговорювань. У сучасному світі все популярніше стає дисципліна “Публічне управління та адміністрування”. Це зумовлено зростанням суб'єктів ведіння господарювання та інформаційною реформою. Вона є складовою ефективного функціонування розвиненої держави та є ключовим критерієм соціально-психологічного врядування. Дисципліна має науковий напрям, що передбачає управління за допомогою інформації, упровадження ефективного управління. Є декілька гілок: широко та вузько направлені. Це державні службовці та люди, які працюють в соціальній сфері. Більшість науковців вважають, що публічне управління та адміністрування – один з модифікацій менеджменту, що організовує та планує, особливо приділяючи увагу контролю використання ресурсів. Ми цілком згодні з цією думкою.

Перш за все, метою публічного управління є надання соціальних послуг. Якщо порівнювати його з бізнес-управлінням, то тут більша увага звертається на забезпечення соціального прибутку, а не фінансового. Хоч ці два види управління стосуються різних сфер, водночас вони тісно пов'язані між собою, адже в сучасному баченні розвитку держави влада мусить бути ефективною в процесі реалізації менеджменту. Справа в тому, що рішення, прийняті керівництвом публічного управління, мають в першу чергу порушувати питання забезпечення добробуту громадян. Але в той же час, від якості

виконання процесів публічного управління залежать економічні показники в країні.

Говорячи про становлення публічного управління, то можна сказати, що з моменту створення держави існують люди, які в ній займаються керівницькою діяльністю. Простежуючи історію стародавніх цивілізацій, можна знайти багато доказів про існування управлінських організацій в них. Основи публічного управління у сучасному розумінні беруть свій початок та були раціонально обґрунтовані у роки існування Стародавньої Греції та Риму. Саме давньогрецький філософ Сократ описав управління як те, що засноване на справедливості, добродійності та знанні законів. Цікавим є дослідження іншого вченого – Арістотеля, який обґрунтував думку про зловживання владою та її негативний вплив на людське суспільство.

Підсумовуючи вищесказане, саме в античні часи зароджуються основні ідеї публічного адміністрування: звертання уваги на проблеми та потреби людей; володіння базовими навичками, які стосуються управління; переважання суспільної думки. Далі настає доба Середньовіччя, час, коли активно розвивається буржуазія. Це стає поштовхом до формування нових ідей та концепцій у галузі управління. Саме ці думки про теорію суспільства та держави у своїх працях описували відомі філософи того часу: Т. Мор, Т. Гоббс, Т. Аквінський та інші. Дуже значною у добу Середньовіччя була ідея зв'язку людини-управлінця та Бога, тому й основні ідеї публічного адміністрування у цей час пов'язані з миром та суспільною злагодою. Хотілось би виділити Т. Мора та його працю «Утопія», де він обґрунтував думку про ідеальне публічне управління, яке має керуватися принципами справедливості, а особи, які хочуть стати частиною керівництва – вибраними. Таке питання, як управлінська культура найперше було розглянуте також в добу Середньовіччя М. Падуанським, який описав якою має бути поведінка та моральні якості особи, що представляє публічне управління. Виділився він також досить категоричною та неприйнятною на той час думкою, що церква не має права втручатися у державні справи. Зовсім новим є період капіталістичних відносин, який породжує масу нових теорій, ідей та доведень. В більшості вони пов'язані тим, що всі мають ознаки ідеалістичності. Хотілось би виділити концепцію М. Вебера, основними засадами якої є: розподілення праці серед управлінців, звертання уваги на інтереси та потреби держави, ієрархія серед керівників. Його ідеї є актуальними і на сьогоднішній день.

Підсумовуючи, хотілось би виділити відомих українських постатей, які також зробили внесок у розвиток публічного управління. Мова йдеться про М. Грушевського, який описав ідею децентралізації та процес державотворення України: М. Драгоманова, що описав обов'язки держави перед її громадянами; Д. Донцова, який звернув особливу увагу на самостійність та незалежність

країни та про важливість еліти, яка керує державою та спонукає народ до боротьби.

### **Література**

1. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. За ред. О.В. Скидана. «Публічне управління та адміністрування». - 2017.
2. «Державне управління: у 2 томах». За ред. Ю.В. Ковбасюка. - 2012.

## **ТЕОРІЯ «РОЗБИТИХ ВІКОН У СВІТЛІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ**

**Мордовець М. В., к.політ.н., доцент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що будь-яка сфера життєдіяльності людини передбачає існування такої моральної складової як відповідальність. Сьогодні традиційне розуміння відповідальності у сучасному світі потребує переосмислення, на перший план висувуються серйозні проблеми глобалізації, зростання рівня насильства та зменшення рівня соціальної безпеки у громадських місцях. На початку ХХІ століття стало очевидним, що глобальні трансформації, викликані технічним прогресом, можуть призводити як до позитивних, так і негативних наслідків у житті людини. Вони загострили проблему меж людської діяльності, якості життя на нашій планеті. Іншими словами, процеси, що відбуваються у сучасному світі, об'єктивно ведуть до усвідомлення людством ступеня соціальної відповідальності різних суб'єктів суспільно-історичної діяльності, що обумовлює актуальність досліджуваної нами проблеми.

У період трансформацій, пережитих в останні десятиліття українським суспільством, стверджувати, що існують які-небудь загальноприйняті стандарти поведінки складно. У сучасній Україні проблема формування соціальної відповідальності розглядається крізь призму побудови правової держави і громадянського суспільства, формування суспільної свідомості, гостро стоїть проблема формування особистості сучасної людини. Суспільство потребує відповідальної особистості. Це основна умова позитивного і продуктивного проведення соціальних реформ. Соціальний розвиток індивіда у сучасних умовах характеризується невизначеністю його соціалізації, що проявляється у руйнуванні колишніх цінностей і норм та вільної інтерпретації моральних ідеалів. Переважання у останні роки у вітчизняній політичній і соціальній сферах атмосфери безвідповідальності та абсолютного небажання замислюватися про наслідки власних дій свідчить про необхідність і значимості формування соціальної відповідальності.

У даному ракурсі досить злободенною уявляється теорія «розбитих вікон». Її створили 1982 році соціологи Джеймс Вілсон і Джордж Келлінг. Вони стверджували, що у несприятливій обстановці для окремої особистості простіше зайнятися хуліганством. Наприклад, якщо в будинку на вулиці є розбите вікно, це певним чином подає людям «приклад для наслідування». Ідея у багатьох вчених знайшла відгук, а державні структури вирішили перевірити її на практиці.

Одним з найнебезпечніших місць того часу в США була нью-йоркська підземка. Тут траплялося багато злочинів, вагони швидко псувалися, громадяни повсюди жбурляли сміття. Директор нью-йоркського метрополітену відповідно до соціологічної теорії розпочав очистку вагонів від написів, а начальник транспортної поліції ловив безбілетників. В той самий час мер Нью-Йорка привернув до наведення порядку у метро стільки поліцейських, що за 1990 рік кількість арештів збільшилася на 80%. Усі ці заходи дійсно спрацювали і метрополітен справді став набагато безпечнішим. Прихильники теорії стверджують, що вжиті заходи допомогли перемогти злочинність в Нью-Йорку.

З'ясувалося, що сама атмосфера порушення закону підштовхує людину до девіантної поведінки. Підтвердження цьому були отримані у результаті цікавих та наочних експериментів голландські соціологи, як про це написав журнал «Science» у 2008 році. В рамках одного з них вчені наклеїли на ручки 77 велосипедів, що стояли на парковці, звичайні рекламні листівки. В одному випадку це було зроблено у чистому місці (таку локацію вчені назвали «порядок дотримано»), а в іншому поруч з припаркованими велосипедами на стіні було намальовано безглузде хуліганське графіті. У першому випадку лише 25 велосипедистів (32%) вирішили кинути листівку там же, де її побачили, а решта взяли з собою, щоб закинути в перший-ліпший сміттєвий ящик на шляху. У другому випадку більшість листівок перетворились на сміття у тій же локації.

Дослідники у рамках схожих провокацій «прикрашали» дійсність не тільки візуальними проявами беззаконня (графіті, сміття навколо), але й звуковими. Наприклад, підривали петарди неподалік від місця проведення дослідів (в Голландії це дозволено лише під час новорічних свят). Вчені прийшли до висновку, що будь-яка девіантна поведінка оточуючих впливає на людину, підштовхуючи її до порушення закону.

Чому голландців так зацікавив американський досвід? Справа в тому, що країни Бенілюксу зіткнулися із соціальною катастрофою, пов'язаною з обігом наркотиків у країні. Експерименти з легалізацією окремих видів препаратів, заборонених у більшості країн, через кілька років обернулися жахливою наркотизацією населення як Нідерландів, так і сусідніх країн. Одночасно деякі міста стали місцями паломництва наркотурістів. Місцеві

силовики не прикладали особливих зусиль до боротьби з наркотрафіком. Окремі провінції Бельгії, зокрема Антверпен, захлеснула хвиля вуличної злочинності, вбивств, скоєних в стані наркотичного сп'яніння, грабежів, розбоїв, незаконних заволодінь, вандалізму, сімейного насильства. За даними національної асоціації з боротьби із проблемою алкогольної і наркотичної залежності, 21,6% опитаних студентів і учнів шкіл зізналися, що вживали наркотики, а 3,5% повідомили, що використовують їх систематично [1].

Влада регіону запозичила американський досвід наведення порядку на вулицях, і за кілька років злочинність зменшилася у рази. Стало більше піших патрулів як в містах, так і в сільській місцевості, до роботи залучили громадські організації. За сумлінне виконання обов'язків правоохоронцям підвищили платню. Велику увагу бельгійці приділили кадровій роботі з поліцією, акцент був зроблений на тимблдінг, підвищення культурного рівня співробітників. Було також розширено список заборонених препаратів, збільшені штрафи за вживання наркопрепаратів на вулиці та їх зберігання навіть у невеликих дозах.

Як доводить соціологія, злочин — це завжди результат безладу. Якщо вікно розбите і ніхто його не замінює, перехожі думають, що усім все одно і ніхто ні за що не відповідає. Після цього розіб'ють друге вікно, третє — і поступово відчуття безкарності і анархії поширяться з одного будинку на всю вулицю, потім — на район і усе місто. Люди зчитують наявність «розбитого скла» як відсутність покарання. Вони скоюють правопорушення, покарання не настає — і утворюється замкнене коло.

Секрет лежить у поведінковій психології мас. Якщо пресічні люди бачать, що інші особи порушують правила і їм це сходить з рук, то вони закономірно вважають, що можуть діяти так само. Тобто якщо на вашому подвір'ї хтось насмітив, а двірник одразу цього не прибрав, то швидко знайдуться ті, хто також не донесе непотріб до смітника. Якщо ж на тротуарі припарковано усього кілька автомобілів, то точно знайдуться й інші водії, які забажають залишити там і своє авто — звісно ж, «на 5 хвилин». Спрацьовує могутній соціальний сигнал: «Якщо інші можуть, значить, і я можу». Зворотний приклад — камери спостереження: сам факт їх наявності та потенційний ризик понести покарання змушує людей вести себе більш стримано.

Теорія розбитих вікон мала глибокі наслідки: вона дала правоохоронним органам можливість «жорстко реагувати» на поведінку. Вона уповноважила поліцію направляти зусилля на боротьбу із практиками, зумовленими злочинними уподобаннями. В той же час, вона приховала структурні причини расового та класового гноблення, які реально мають місце, наприклад, у американському суспільстві.

У багатьох країнах поліцейські першими вирішують чи порушив громадський порядок громадянин своїми діями чи ні. Це рішення часто приймається за відсутності чітких критеріїв дієздатності щодо психічного нездоров'я. Один з перших соціологів поліції Ігон Бітнер на матеріалі емпіричних досліджень в США описав фрустрацію і неготовність поліції приймати рішення з приводу «безумства» громадян. Він показав, що сприйняття поліцейськими ментального нездоров'я, по-перше, характеризується знаннями поліцейських про психічні відхилення, які засновані на пересічних стереотипах. По-друге, поліцейські стикаються із соціальними відхиленнями (втратою орієнтації, болем і недієздатністю і т. п.) набагато частіше, ніж інші професійні групи. Отже, спираючись на повсякденне знання про психологічні відхилення, вони формують вміння розділяти неадекватну поведінку на соціально небезпечну (таку, яке тягне за собою затримання) і на допустиму. Фактично, вони не мають реальних і науково обгрунтованих інструментів для цього, а рішення повинні приймати за лічені секунди [2]. Виникає серйозна проблема, яка є одночасно соціальною, правовою та юридичною проблемою.

Теорія розбитих вікон працює не тільки всередині гетто, а й у компанії, підприємстві, організації, у стосунках з клієнтами. Відомо, якщо ви хочете добитися певних дій від покупців, подумайте про те, як зменшити наявність «сигналів байдужості». Аналогом «розбитих вікон» може бути що завгодно: брудна форма працівників сервісу, безлад і неприбрані туалети. Саме тому «McDonald's» суворо стежить за тим, щоб їх приміщення завжди були чистими і акуратними. Покупці бачать це, зчитуючи порядок як знак того, що за цим місцем стежать — і тому менше сміять.

Отримані результати, безсумнівно, можуть бути використані українською владою з метою зменшення рівня злочинності, зростання соціальної безпеки та відповідальності. Тепер практично доведено, що порушення суспільних норм може наростати, як снігова куля, а боротися потрібно вже з найпершими їх проявами, тому що антигромадська поведінка може швидко стати звичною для багатьох. В такому випадку антисоціальна підсистема почне підтримувати сама себе. Кожен з нас, звичайно, повинен мати на увазі, що, кидаючи на газон банку з-під пива або виводячи на стіні непристойне слово, ми тим самим реально сприяємо зростанню злочинності і примноженню загального безладу.

Підсумовуючи вищевикладене можна зробити наступні висновки:

1. Теорія «розбитих вікон» довела свою ефективність під час вирішення проблем безпеки міста, однак залишається чимало аспектів, котрі потребують подальшого вивчення вченими.

2. Надбання соціології можуть бути з успіхом використані для створення більш безпечного середовища у місті, селі, навчальних закладах, бізнес-структурах.

3. Ознайомлення молоді із даною теорією саме по собі буде сприяти підвищенню рівня соціальної відповідальності студентів та формуванню високої правової свідомості громадян нашої країни.

### **Література**

1. Clarke V Opportunities, precipitators and criminal decisions: a reply to wortley's critique of situational crime prevention / R. Clarke, D. Cornish // Crime Prevention Studies. – 2003. – vol. 16. – 41-96 p.

2. Голубош, В. 2021. Трансформація підходів поліцейського функціонування в руслі впровадження теорії розбитих вікон і моделі САРО. Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ. 21, 1 (Сер 2021), 81-90.

3. Гишинский Я. И. Что же делать с преступностью? преступность, социальный контроль в обществе постмодерна. Санкт Петербург: Алетейя, 2017. С. 56-74.

4. Sherman, L. 1997. "Policing for Crime Prevention" In Preventing Crime: What Works, What Doesn't, What's Promising – A Report to the Attorney General of the United States. Washington, DC: U.S. Department of Justice.

## **ФОРМУВАННЯ ЦИВІЛЬНО-ПАТРІОТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНОГО ПРОГРЕСУ**

**Черняк Г.А., к.і.н., доцент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Рівень розвитку цивільно - патріотичної культури в суспільстві є фактором соціального прогресу. Саме цивільно-патріотична культура показує рівень виховання в людині соціально значущих цінностей, активної громадянської позиції, гордість за історію свого народу і рідного краю. Сучасна студентська молодь прагне неординарно мислити, креативно думати і діяти, що накладає особливі вимоги на проблему забезпечення ефективної мотивації і створення умов для формування цивільно-патріотичної культури особистості.

У статті розглядаються ключові компоненти формування цивільно-правової культури молоді на основі реалізації сучасних соціальних процесів, обґрунтовано ефективність процесу формування цивільно-патріотичної культури сучасної студентської молоді, і висвітлено, як на сьогоднішній день

змінився зміст процесу формування цивільно-патріотичного виховання сучасної студентської молоді в порівнянні з системою минулих років.

Ключові слова: цивільно-патріотична культура, цивільно-патріотичне виховання, студентська молодь, структура цивільно-патріотичного виховання, соціально-культурна діяльність.

Виховання цивільно-патріотичних якостей в людині передбачає залучення індивіда до народу, національно-державної спільності, локально-регіональному спільноті. Успіх цієї роботи неможливий без забезпечення загальної стратегії патріотичного виховання. Виховна стратегія покликана співвіднести ідеали і цінності, покладені в основу навчання, з умовами і можливостями виховних впливів, які освітнє середовище надає на того, хто навчається [1, с. 451]. У такій ситуації зростає роль громадянської освіти, яка спрямована на виховання громадянина для життя в демократичній державі, громадянському суспільстві. Такий громадянин повинен володіти певною сумою знань і умінь, мати сформовану систему демократичних цінностей. А також готовність брати участь в суспільно-політичному житті вищого навчального закладу, місцевих спільнот.

Сформувати єдиний напрямок цивільно-патріотичного виховання сьогодні непросто. Занадто велика соціально - культурна дистанція відокремлює ідеали і цінності цього виховання від реального стану соціальної та освітньої середовища [2, с. 45]. Сьогодні формування цивільно-патріотичної культури молоді ґрунтується на ідеї створення оптимальної моделі для функціонування цивільно-патріотичного виховання, поетапне ускладнення цивільно-патріотичного досвіду молоді, стимулювання та регулювання розвитку цивільно-патріотичного мислення і його ефективному розвитку в умовах соціокультурної діяльності [3, с. 34]. На наш погляд, ефективність такого процесу обґрунтована декількома важливими напрямками:

- формуванням і розвитком громадянської свідомості, цивільно-патріотичного світогляду і мислення, пов'язаного з адаптацією молоді в сучасному соціумі;

- розвитком соціальної індивідуалізації і формуванням особистісних життєвих цінностей студентської молоді;

- реалізацією різних соціальних факторів, що є сукупністю суб'єктів і об'єктів цивільно-патріотичної діяльності при використанні різних соціально-культурних технологій;

- функціональними змінами в соціально-діяльнісних формах поведінки молоді, що впливають на їх культурний розвиток, моральні орієнтації, цивільні ідеали і духовні цінності;

- застосуванням інноваційних технологій при проблематизації, стратегії і розробці алгоритму соціально-культурної діяльності [1, с. 312].

Кінцевою метою цивільно-патріотичного виховання є формування високої соціальної активності, яка притаманна людині-громадянину, вона пов'язана з громадянською відповідальністю, умінням поєднувати і підпорядковувати особисті інтереси суспільним, умінням свідомо і самостійно робити свій вибір, мати гуманізмом, етнічної толерантністю і патріотизмом.

Для цього необхідне створення культурно-дозвілєвого простору, що забезпечує ефективне функціонування цивільно-патріотичного виховання студентської молоді в умовах науково-обґрунтованої соціально-культурної та педагогічної діяльності, формування правової культури, що забезпечує засвоєння базових цивільно-патріотичних цінностей, спрямованих на розвиток громадянської позиції, виховання основоположних цивільно-патріотичних якостей особистості - протидія проявам політичного і релігійного екстремізму, розвиток громадянської чесності, гідності, повагу до традицій країни.

### **Література**

1. Г.А. Черняк, В. Ангелов, И.А. Гордієнко, І. М. Буценко, Г.А. Шевченко, О.В. Дишкантюк, С.М. Тітлова, Т.Е. Шарахматова, А.В. Черкаський. Пошук гармонії в людському взаєморозумінні./ Науково-навчальний посібник. Херсон: Гринь Д.С. 2014. 688 с.

2. Черняк Г.А. Социально-психологический особенности процесса политического развития студентов/ XXII научно-методическая конференция профессорско-преподавательского коллектива ОТИПП им. М.В. Ломоносова «Профессионально-практическая направленность учебного процесса – важное звено в системе обучения и воспитания будущего специалиста», Одесса, 1992. С. 44-45.

3. Черняк Г.А. Деякі соціальні аспекти інформатизації українського суспільства / Україна в гуманітарних і соціально-економічних вимірах. Матеріали III Всеукраїнської наукової конференції. 30-31 березня 2018 р., м. Дніпро. Частина I. / Наук. ред. О.Ю.Висоцький. Дніпро: СПД «Охотнік». 2018. С. 34-35.

## **ДО ІСТОРІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ: МИХАЙЛО ТУГАН-БАРАНОВСЬКИЙ**

**Шишко О. Г., д.і.н., доцент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Для економічного та соціального розвитку України на початку ХХІ століття дуже важливим фактором є вивчення та засвоєння напрацьовань представників різних економічних шкіл, як вітчизняних, так і зарубіжних. У

цьому контексті особливого значення набуває всебічне вивчення наукових теорій доктора політичної економії (1898 р.), професора (1913 р.), дійсного члена Української академії наук (1918 р.) Михайла Туган-Барановського. Вчений був першим економістом зі Східної Європи, чії наукові теорії були визнані зарубіжними вченими різних шкіл і напрямків. Зокрема, всесвітнє визнання він здобув за внесок у теорію кон'юнктурних коливань, монетарну теорію, критичний аналіз економічної теорії марксизму, історію й теорію кооперації. Також відомими стали його праці з проблем розподілу, історії економічних вчень, історії і теорії соціалізму, філософії, економічної соціології [1].

Вже перші його ідеї й відкриття, зокрема виявлена ним невідповідність у темпах розвитку виробництва капітальних благ і предметів споживання, стали основою формування методологічного базису для багатьох теорій економічних циклів, серед яких й були теорії ринкової кон'юнктури Дж.-М. Кейнса та теорії «довгих хвиль» М. Кондратьєва.

За участь у студентських демонстраціях 1901 р. вченому було заборонено жити у великих містах, після чого він оселився на Полтавщині. Саме тут у нього зародився інтерес до кооперативного руху, дослідження якого принесли йому світову славу. Одночасно він почав активно виступати проти денационалізації українського народу, за необхідність мати всі ступені української школи, від початкової до вищої, та взагалі утверджувати українську мову в усіх сферах суспільного життя.

У 1917 р. М. Туган-Барановський назавжди пов'язав своє життя з Україною. Передусім він долучився до діяльності кооперативних, наукових та громадських установ. Вчений став ініціатором заснування Українського товариства економістів і його першим головою, очолив раду Коопероцентру, друкувався у часописі «Кооперативна Зоря», редагував «Українську кооперацію». Особливу увагу він приділяв розробці та втіленню у життя планів щодо заснування вищих наукових закладів України – Кооперативного інституту, Економіко-адміністративного інституту, Академії наук.

Поряд з цим вчений велику увагу приділяв проблемі державності України. У часописі «Нова Рада» ним було опубліковано низку статей, у яких він обґрунтував основні засади державної незалежності України: «Федералізм і державний суверенітет», «Невідкладна справа» та ін. Тому не випадково у серпні 1917 р. йому було запропоновано посаду генерального секретаря фінансів в уряді В. Винниченка., на якій він робив усе від нього залежне задля досягнення Україною економічної незалежності. Згодом він знову повернувся до наукової та педагогічної діяльності. Одночасно він продовжував надавати консультації та виступати радником з фінансово-економічних питань для державних установ України. Саме під час виконання такої місії, коли він мав

їхати до Франції у складі урядової делегації УНР, на станції Затишшя його спіткала раптова смерть. Похований видатний вчений в Одесі [2].

Таким чином, в особі Михайла Туган-Барановського поєдналися риси видатного вченого-економіста світового рівня, чії ідеї є актуальними й донині, а також громадянина, будівничого Української держави.

### **Література**

1. Горкіна Л. П. Туган-Барановський Михайло Іванович // Енциклопедія історії України : у 10 т. Київ : Наукова думка, 2013. Т. 10. С. 172.

2. М. І. Туган-Барановський: вчений, громадянин, державотворець. До 150-річчя від дня народження / авт. кол. : В. М. Геєць, В. В. Небрат, Н. А. Супрун та ін. Київ : Наукова думка, 2015. 363 с.

## **PROBLEMATIC ASPECTS OF THE RECEIVABLES AUDIT OF ENTERPRISES**

**Stupnytska T.M., Ph.D., Associate Professor, Department of Accounting and Auditing  
Volodina O.P., Assistant, Department of Foreign Languages  
Nakoryk A., 2nd year student of Master's degree  
Odessa National Academy of Food Technologies, Odessa, Ukraine**

In today's business environment, one of the priorities is to restructure the economic mechanism and improve the management system at all levels, which has necessitated a radical change in the national accounting system and its adaptation to market requirements. Efficient and transparent organization of the system of settlements with customers and other debtors is an indispensable condition for optimizing the cash flows of each business entity, as well as for its stable and efficient operation.

Significance of receivables development is that it can forecast fulfillment of contractual obligations of the enterprise and may lead to participation in commercial, civil and administrative disputes. Deficiency or incompleteness of information on receivables in the financial statements of the enterprise may affect the correctness of analytical calculations and subsequent management decisions, so the audit should confirm the correctness of accounting and reporting, including receivables of the company.

Issues in the theory and practice of accounting and auditing of receivables in the enterprise management system have been the subject of research of many economists. A significant contribution to solving these problems was made by such domestic researchers as: F.F. Butynets, S.F.Golov, Yu.A. Chain, E.A. Karpenko, V.M. Kostiuchenko, B.A. Kulik, L.V. Napadovska, M.F.Ogiychuk, Yu.I.Osadchiy, V.V.Sopko, B.F.Usach, K.O. Utenkova, B.O. Shevchuk and others.and foreign: A.

Upcherch, D. Norton, R. Kaplan V.F.Paliy, E.V.Sokolov and others. Given the achievements of scholars in the field of accounting and auditing of receivables, some theoretical and practical issues remain open and need further research and improvement.

According to accounting regulation and standards 10 “Receivables”, receivables are the amount of debtors’ indebtedness to the enterprise by certain date and debtors are legal entities and individuals who, as a result of past events, owed the company certain amounts of cash, cash equivalents or other assets [1].

The purpose of receivables audit is to obtain sufficient evidence to confirm the reliability and reality of indebtedness reflected in the financial statements in accordance with the qualitative characteristics of the financial statements [2].

To achieve this goal, the auditor needs to perform the following tasks:

- to establish the presence and reality of receivables;
- to assess the status of receivables according to established criteria;
- examinations of availability and correctness of primary documents, which is the basis for the implementation of accounts receivable,
- assessment of synthetic and analytical accounting, the correct use of the relevant accounts of the Chart of Accounts;
- control of accuracy of transference of input balance during transformation of the old form of the balance sheet in the new and when opening the relevant accounts of the General Ledger;
- checking the correctness of the calculations of receivables;
- correctness of receivables estimation, calculation;
- checking the correctness of receivables write-off in respect of which the statute of limitations has expired [3].

The key to a quality audit of receivables is its proper advance planning, selection of appropriate strategy and preparation of a detailed plan and program of this area of audit. It is also advisable to develop a classifier of possible violations and errors, the probability of which at the inspected enterprise is significant.

Unfortunately, at the present stage of activity and development of enterprises there are such negative facts as: imperfect accounting of settlement operations, employees’ negligence, fraud, abuse of office, which are the cause of violations of accounting and financial discipline, so it becomes important to conduct timely, regular audit of payments with suppliers and contractors, in addition, it is also important to identify areas that will improve the audit.

The complicated issue when considering receivables is to determine the required level of withdrawals from receivables, as well as to determine the impact of the amount of receivables on the financial condition of the enterprise.

Accounts receivables audit quality control is ensured through audit procedures aimed at auditing of financial statements, as well as its planning. Planning according to International Standards on Auditing means developing a

comprehensive strategy and a detailed approach to the expected nature, terms and scope of the audit. Qualitative aspects of the audit that are consistent with the declarations made in the financial statements in accordance to International Standards on Auditing [2]:

- reality (existence): receivables exist for a certain period.
- rights and obligations - receivables belong to the company for a certain period,
- cash - a transaction or event related to the receivables of the organization, which occurred during the reporting period;
- completeness - absence of outstanding receivables, as well as undisclosed information about them,
- valuation - receivables are valued according to the book value;
- estimation - transactions with receivables in appropriate amount;
- submission and exchange of information - information on receivables is disclosed, classified and described in accordance with current legislation.

Checking the receivables it's the necessary to establish availability and the accuracy of the primary documents and evaluate synthetic and analytical accounting of receivables; establish exact impact on the balance sheet items of the relevant debt balances; to pay attention to the existence of such debts of employees of the enterprise, which arises as a result of dismissal without prepayment of goods and materials for non-donated, spoiled clothes, unpaid reporting amounts and the timeliness of inventory calculations. As auditing practice shows, one of the reasons for violation of the discipline of settlements, the emergence of illegal and unrealistic debts, as well as late repayment (repayment) of proper accounts is the neglect of reporting on settlement operations.

Also one of the problematic issues is the effective control over the timely collection of debts from debtors in order to prevent an increase in overdue receivables. To do this, the company must create an internal audit department, whose main task is to control problem receivables.

Accounts receivables is an integral part of the company's operating activities, which can actively influence the size and structure of money supply, payment rotation and turnover. A sharp increase in receivables and their share of current assets may indicate a reckless credit policy of the company to customers or an increase in sales or insolvency and bankruptcy of some customers, and limiting shipments by the company will reduce it. Prolonged non-payment of receivables causes a shortage of cash, which can limit the financial activities of the enterprise. Therefore, an important task of cash flow management is effective management and control of receivables, which aims to optimize the amount of receivables and ensure their timely repayment.

## References

1. *Debitorska zaborhovanist: polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku №10, stanom na 29.09.2020 zatverdzhenyi nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy №237 vid 08.10.99 r.* (2020). Retrieved September 9, 2021, from <https://zakon.help/law/z0725-99>
2. Beskosta, G. M. (2013). Rozrobka kontseptualnykh osnov zabezpechennia kontroliu yakosti audytu debitorskoi zaborhovanosti. *Efektivna Ekonomika*, (9). Retrieved September 11, 2021, from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2305>.
3. Bilukha, N. A. (2010). *Kurs audyta* (2-he vyd, pererob.). Vyshcha shkola.: KOO T-vo «Znannia».
4. Oliinyk, S. O. (2018). Osoblyvosti orhanizatsii audytu debitorskoi zaborhovanosti na pidpriemstvi. *Naukovyi ohliad*, (6(49)). Retrieved September 11, 2021, from <https://core.ac.uk/download/pdf/217450718.pdf>
5. Polova, O. L. (2010). Pryntsypy upravlinnia debitorskoiu zaborhovanistiu ahrarykh pidpriemstv na rehionalnomu rivni. *Naukovyi visnyk VDAU*, (5), 290-294.
6. Syrtseva, S. V., & Shcherbak, M. M. (2016). Napriamy vdoskonalennia obliku, analizu ta audytu rozrakhunkiv iz kontrahentamy. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, (14), 1101-1006.

## **ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ**

**Купріна Н.М., д.е.н., доцент, декан ф-ту ЕБіК**

**Величко О.М., бакалавр**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Ефективна діяльність будь-якого підприємства потребує ефективного управління всіма видами його ресурсів та капіталом, а саме оборотний капітал, який вкладено в його поточні активи має велике значення. Це підтверджується тим, що в сучасних умовах функціонування підприємства під впливом змін зовнішнього і внутрішнього середовища його функціонування, необхідно враховувати склад оборотних активів та їх класифікацію: за сферою розміщення та структурою, за ступенем ліквідності та джерелами формування, швидкістю кругообігу та за прибутковістю, а також враховувати ступень захищеності від інфляції. Тому важливим етапом управління оборотними активами підприємства та їх елементами в сучасних умовах є саме проведення якісного його фінансового аналізу.

Аналіз наукових публікацій вчених та практичних джерел щодо проведення аналізу оборотних активів підприємства показав, що автори

розглядають безліч підходів до проведення такого економічного аналізу відповідно до поставленої мети та очікуваних результатів дослідження.

Так, І.О. Бланк [1-2] вважає, що аналіз оборотних активів є першим етапом в розробці політики управління оборотним капіталом та, на думку автора, повинен починатися саме з розгляду динаміки загального об'єму оборотних активів з зіставленням з середньою сумою всіх активів та з темпами зміни обсягів реалізації продукції (робіт, послуг). Інші вчені [3-5] вважають доцільним розпочинати аналіз оборотних активів з оцінки динаміки основних елементів оборотних активів, а такої з їх ліквідності. Невелика кількість вчених серед етапів проведення фінансового аналізу оборотних активів розглядає їх факторний аналіз – дослідження змін елементів оборотних активів та вплив на їх загальну величину [6], що є необхідним в сучасних умовах забезпечення ефективності функціонування та конкурентоспроможності підприємств в наслідок впливу глобалізаційних процесів на економіку України та достатньо відкритий внутрішній ринок України, лібералізацію торгівлі на ньому та незахищеність українського товаровиробника.

Таким чином, проведене дослідження публікацій вчених та врахування практичних аспектів діяльності підприємств, в тому числі підприємств харчової промисловості, показав, що фінансовий аналіз оборотних активів повинен охоплювати наступні етапи:

- аналіз складу, структури та динаміки як оборотних активів та структури розміщення оборотного капіталу підприємства;
- аналіз складу, структури та динаміки важливих елементів оборотних активів, як які вкладено оборотний капітал підприємства – грошових коштів, дебіторської заборгованості, запасів;
- аналіз оборотності оборотних активів та їх елементів на підставі оцінки відносних показників – коефіцієнту оборотності з врахуванням тривалості періоду обороту;
- аналіз в динаміці фінансового циклу підприємства, якій характеризує забезпеченість запасів джерелами фінансування;
- факторного аналізу зміни елементів оборотних активів та вплив на їх стан, структуру, динаміку, фінансування поточних активів для забезпечення основної операційної діяльності підприємства;
- аналіз відносних показників фінансової стійкості та ліквідності балансу підприємства для розрахунку яких використовують показник оборотних активів, в тому числі власних оборотних коштів (активів);
- аналіз та оцінка впливу оборотності оборотних активів та їх елементів на ліквідність балансу підприємства.

Такій підхід до проведення фінансового аналізу оборотних активів підприємства дозволяє не тільки розробити ефективну політику управління

ними, але й проводити постійний моніторинг зміни абсолютних та відносних показників, що характеризують стан та використання елементів оборотних активів в системі управління підприємством для забезпечення ефективного його функціонування, розвитку діяльності, підвищення інвестиційної привабливості та фінансової стійкості й конкурентоспроможності.

### **Література**

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: Учеб. Курс. К.: Ника-Центр, Эльга, 2001. 528 с.
2. Бланк И.А. Управление использованием капитала: навч. посібник. К. : Ника-Центр : Эльга, 2000. 651 с.
3. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навч. посіб. К.: Вища школа., 2003. 278 с.
4. Мних Є. В. , Барабаш Н. С. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : КНТЕУ, 2010. 412 с.
5. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: підруч.. К.: ЦУЛ, 2008. 566 с.
6. Куприна Н.М. Совершенствование механизма управления оборотным капиталом в пищевой промышленности. Дис. на соиск. уч. степени к.е.н. по спец. 08.07.01 «Экономика промышленности». 2006. 231 с.
7. Павленко О.П., Бурсук Г.Ю «Фінансовий аналіз оборотних активів та оптимізація джерел їх формування» «Молодий вчений», № 10 (50) жовтень, 2017 р. С. 981-984.

## **АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ АУДИТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ**

**Баранюк Х.О., д-р філософії (PhD), старший викладач  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Забезпечення та підвищення рівня конкурентоспроможності в сучасних умовах є пріоритетним напрямом розвитку діяльності, що постає перед кожним суб'єктом національної економіки, тому управління конкурентоспроможністю є необхідністю та першочерговим завданням системи управління діяльністю підприємства. Економічний розвиток будь-якої країни залежить від впливу внутрішніх та зовнішніх факторів як на економіку самої країни так і функціонування суб'єктів її господарської діяльності. Особливо незахищеним та схильним до впливу зовнішніх факторів є саме підприємства малого бізнесу, як найбільш вразливої ланки національної економіки, що потребує гнучкої політики підтримки розвитку малого бізнесу з боку держави. Малий бізнес – стратегічна складова економічного простору

держави, один із основних елементів її конкурентного механізму. Завдяки підприємствам малого бізнесу економіка держави набуває гнучкості, слугує основним стимулом здорової конкуренції, акумулює фінансові ресурси населення, забезпечує його основну зайнятість, використання нових науково-технічних розробок, вдосконалення методів та прийомів управління, нових ідей по створенню та просуванню продукції інше.

Через постійні зміни у вітчизняному законодавстві виникають питання пов'язані із удосконаленням організаційно-методологічного інструментарію бухгалтерського обліку на підприємствах малого бізнесу, а нормативні документи з обліку та фінансової звітності, не дивлячись на їх постійну доробку, вимагають доопрацювання, вдосконалення та поступового впровадження. Але ефективна організація системи бухгалтерського обліку на підприємствах малого бізнесу забезпечує стабільність його діяльності та управління нею.

Для попередження можливих проблем підприємств малого бізнесу, підвищення ефективності його діяльності, забезпечення конкурентоспроможності та ефективного управління нею, на нашу думку, можна досягнути через застосування сучасних інструментів управління, одним із яких є аудит – аудит спеціального призначення (зовнішній) та внутрішній аудит, застосування якого призначене й для аналізу рівня конкурентоспроможності малого бізнесу (рис.1).

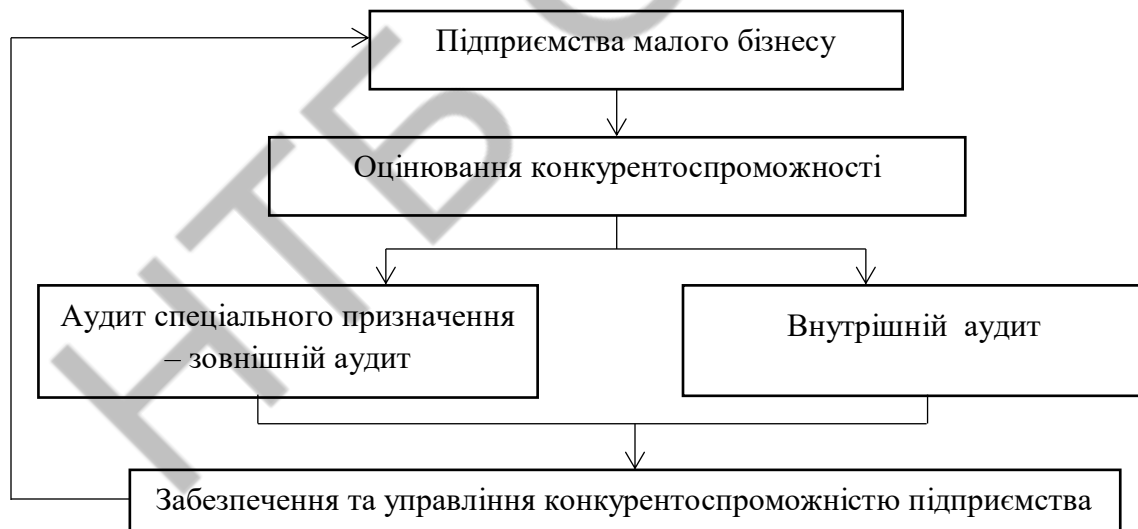


Рис. 1. – Схема застосування інструменту аудиторської діяльності для забезпечення та управління конкурентоспроможністю підприємств малого бізнесу\*

\* складено автором

Слід зазначити, що як і організація обліку на підприємствах малого бізнесу, так і раціональна організація та ефективне проведення аудиту, в т.ч. аудиту в системі управління конкурентоспроможністю, має ряд особливостей та потребує специфічного підходу та запровадження різноманітних прийомів з обов'язковим врахуванням обмежень в діяльності таких підприємств. Задля ефективної роботи підприємства, вдалого планування та запровадження найбільш ефективних управлінських рішень, необхідно бути впевненим у фінансовій та управлінській інформації підприємства, правильності розрахунків економічних показників.

При здійсненні аудиту спеціального призначення основними регулюючими нормативними документами виступають міжнародні стандарти аудиту, а при здійсненні аудиторської перевірки на підприємствах малого бізнесу, необхідно дотримуватися вимог стандартів спеціалізованих сфер: 800 «Особливі міркування – аудити фінансової звітності, складеної відповідно до концептуальних основ спеціального призначення»; 805 «Особливі міркування – аудити окремих фінансових звітів та певних елементів, рахунків або статей фінансового звіту»; 810 «Завдання з надання звіту щодо узагальненої фінансової звітності». Дослідження Пожарицької І.М. показали [1, с. 115], що «питання професійного судження, що регулюють положення МСА 800-899 щодо спеціалізованих сфер стосуються рішення аудитора щодо очікуваної форми думки та питань, суттєвих для користувачів фінансової звітності. У МСА 800 уперше висуваються вимоги до застосування особливого судження аудитора, яке повинне ґрунтуватися на міркуваннях щодо потреб визначених користувачів фінансової інформації відповідно до концептуальних основ спеціального призначення. У стандарті наводиться приклад щодо протиставлення судження на підставі міркувань, суттєвих для користувачів фінансової звітності загального призначення або фінансової звітності групи. При аудитах спеціального призначення здійснюється прийняття завдання, планування і виконання цього завдання, а також формулювання думки та звіту згідно всіх доречних МСА».

Для здійснення аудиту спеціального призначення або застосування внутрішнього аудиту в системі управління конкурентоспроможністю підприємств малого бізнесу, якщо підприємства малого бізнесу мають такого фахівця та джерела фінансування для введення такої посади на підприємстві, доречно виконувати оцінювання ефективності діяльності підприємства та конкурентоспроможності його функціонування, на підставі запропонованого нами методу на основі теорії ефективної конкуренції – ЕФК-аналізу конкурентоспроможності підприємства малого бізнесу (рис. 2).

Даний метод розроблений на підставі комплексного підходу та адаптований саме для підприємств малого бізнесу і харчової промисловості,



Рис. 2 – Схема проведення ЕФК-аналізу конкурентоспроможності підприємств малого бізнесу харчової промисловості\*

\*складено автором [2]

але може бути застосованим для оцінювання конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності малого бізнесу інших галузей.

Таким чином, проведені дослідження дозволяють зробити наступні висновки:

- для ефективної діяльності підприємств малого бізнесу, забезпечення їх конкурентоспроможності та ефективного управління нею необхідне застосування сучасних інструментів управління, одним із яких є аудит – аудит спеціального призначення (зовнішній) або внутрішній аудит;

- визначено, що при проведенні зовнішнього аудиту – аудиту спеціального призначення, рішення аудитора щодо очікуваної форми думки є важливим типом професійного судження щодо аудитів фінансової звітності спеціального призначення, а при його проведенні – здійснюється прийняття завдання, планування і виконання цього завдання, а також формулювання думки та звіту згідно всіх доречних МСА;

- запровадження внутрішнього аудиту на підприємствах малого бізнесу дозволить знизити кількість помилок та порушень, своєчасно виявити та

зменшити їх вплив на достовірність фінансової звітності та за можливістю повністю його ліквідувати, а також проводити оцінювання конкурентоспроможності суб'єкту для забезпечення ефективного його функціонування та розвитку;

– застосування запропонованого нами методу – ЕФК-аналізу для оцінювання конкурентоспроможності підприємств малого бізнесу харчової промисловості, на нашу думку, дозволить провести всебічну оцінку ефективності діяльності підприємства та його конкурентоспроможності з метою її забезпечення та ефективного управління нею й підвищення її рівня.

### Література

1. Пожарицька І.М. Професійне судження у спеціалізованих сферах аудиту // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. 2013. №5. С. 113-118.

2. Баранюк Х.О. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств малого бізнесу в харчовій промисловості : дис. ... д-ра філософії : спец. 051 "Економіка" / наук. кер. Н. М. Купріна ; Одес. нац. акад. харч. технологій. Одеса, 2020. 223 с.

3. Радецька О.О. Особливості обліку та аудиту на підприємствах малого бізнесу // Вісник Хмельницького національного університету. 2013, Т. 2, № 6. С. 159-162.

## СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Момотлива С.Л., викладач вищої категорії

Одеський фаховий коледж економіки, права, готельно-ресторанного бізнеса,  
м. Одеса, Україна

Здійснено огляд літературних джерел ключових питань формування та розвитку публічного управління. Історіографія питання охоплює значний за науковим спектром та обсягом масив літератури, яка переважно висвітлює історію становлення та розвитку публічного управління в Україні, європейський досвід модернізації державного управління, методологічні підходи до оцінки реформ у цій сфері в контексті інтеграції України до Європейського Союзу.

**Метою статті** є огляд літературних джерел із ключових питань формування та розвитку публічного управління.

Так, серед західних учених, які досліджували проблеми публічного управління, виокремимо: Д. Кіллінга, В. Вільсона, К. Поллітта, Г.Букерта, Д. Кеттла, Д. Осборна, Т. Геблера, М. Вебера, Дж. Шавріца, П. Друкера, М. Бевіра, Р. Роудса та ін.

Термін *Public administration* (публічне адміністрування) був уведений до наукового обігу лише в 1950-х роках у США, хоча теоретичні засади в цій сфері формувалися ще за часів античності, тобто з самого початку зародження демократичних ідеалів. Поява наукового визначення та початок концептуального підходу до формування нової управлінської парадигми *Public administration* розпочав Пол Х. Епплбі, виклавши своє бачення цього явища та охарактеризувавши його як «процес керівництва в публічних справах діячами, відповідальними за виконавчу гілку владу» [10].

Однак до появи власне терміна *Public administration* початок теоретичному розробленню цього концепту було покладено Вудро Вільсоном. Він уважав, що наука державного адміністрування (управління) буде займатися пошуком способів поліпшення діяльності сукупності органів центральної державної влади. В. Вільсон пропонував відокремити політичну та професійну складові в діяльності системи органів державного управління, тим самим запровадивши засади бюрократичного управління, залишивши суто політичні аспекти виключно для визначення загальнодержавної політики. Учений акцентував увагу на тому, що на відміну від бізнесу всі процедури та механізми реалізації державної політики повинні бути публічними, тобто відкритими для суспільства, оскільки на їх втілення витрачаються кошти суспільства, які держава акумулює у вигляді податків [9].

Американські вчені Д. Шуман та Д. В. Олуф стверджують, що *публічне адміністрування*, його поняття та роль з часом змінюються та визначають його характеристики. Публічне адміністрування охоплює всі три сфери влади: виконавчу, законодавчу та судову та їх взаємовідносини; відіграє важливу роль у формуванні публічної політики і таким чином є складовою політичного процесу; суттєво відрізняється від приватного адміністрування; взаємодіє з багатьма приватними групами та індивідами у наданні послуг суспільству [12].

Г. Клапп запропонував більш узагальнювальне тлумачення терміна *Public administration*, визначивши його як сферу діяльності публічної особи. Учений зазначав, що відкритість діяльності вищих посадових осіб держави - це об'єктивна необхідність у контексті розбудови нового типу громадянського суспільства, а відтак будь-яка діяльність у сфері адміністрування державних справ є публічною [11]. У результаті чого, критерій публічності став постійно супроводжувати діяльність державних управлінців, хоча з самого початку ця публічність належала безпосередньо до очільників вищої адміністративної ланки.

На сьогодні публічне адміністрування настільки укорінилося в практиці управління державними справами в англосаксонських країнах, демонструючи у процесі цього ефективність обраного підходу та сформованого інструментарію, що почалася його імплементація у державно-управлінську

парадигму інших країн, особливо тих, які знаходяться на етапі зламу суспільної свідомості та переходу від ідеології тоталітаризму чи авторитаризму до демократії. У цьому контексті слушно навести точку зору Патрісії М. Шілде, яка визначає *Public administration* як процес імплементації демократичних цінностей, засад та інструментів у сферу управління державою [12].

Чільне місце питання становлення та розвитку публічного управління в Україні, зокрема стандарти європейського врядування, посідають в українській історіографії. З-поміж вітчизняних учених, котрі досліджували цю тематику, виділимо: В.Б. Авер'янова, В.А. Дерезь, Ю.П. Сурміна, А.М. Михненко, Т.П. Крушельницьку, І.А. Грицяка, О.Ю. Оржель, С.М. Гладкову, О.Л. Валевського, Н.Р. Нижник, О.М. Палія, Ю.Д. Полянського, С.В. Соколик, П.І. Крайника, Т.О. Гусаченко, О.Л. Приходько, В.Д. Бакуменко, Ю.В. Ковбасюка, В.Д. Мартиненко, К.О. Ващенко та ін.

Що стосується розуміння сутності *Public administration* у сучасній науці державного управління в Україні, то слід навести низку дефініцій, які характеризують відсутність єдності у науковців стосовно не лише змістовного навантаження, але і перекладу українською мовою категорії *Public administration*, що суттєво ускладнює вироблення єдиного підходу до пізнання механізму *Public administration*, як унікального публічно-політичного та суспільного процесу (табл. 1) [1].

**Таблиця 1- Визначення поняття «публічне адміністрування»**

Автори	Публічне адміністрування – це
Т. Б. Семенчук [8]	метод управління, який з одного боку забезпечує надання суспільству послуг щодо законодавства, а з іншого боку - реалізацію обраного типу політики, що втілюють державні службовці, яким було делеговано повноваження під час волевиявлення народу на виборах як у межах країни, так і закордоном у всіх напрямках її прояву
Т. О. Коломоєць [3]	У широкому сенсі – це сукупність усіх видів діяльності всіх органів держави й органів місцевого самоврядування, тобто означає фактично всі форми реалізації державної і самоврядної влади в цілому. У вузькому сенсі – це сукупність видів діяльності державних органів і органів місцевого самоврядування, між якими певним чином розподілені різні види діяльності. Отже, категорія «публічне адміністрування» у вузькому сенсі відображає відносно самостійний вид діяльності державних органів і органів місцевого самоврядування, що її здійснює певна частина відповідних суб'єктів
О. В. Кузьменко [6]	діяльність публічної адміністрації щодо задоволення загальних публічних інтересів соціуму

Енциклопедія державного управління [2]	різновид управлінської діяльності інституцій публічної влади, завдяки якій держава та громадянське суспільство забезпечують самокерованість (самоврядність) усієї суспільної системи та її розвиток у певному визначеному напрямі
В. Б. Дзюндзюк, Н. М. Мельтюхова, Н. В. Фоміцька [7]	державне управління або впровадження державної політики переважно виконавчою гілкою влади
А. Кузнецов [4]	регламентована законодавством діяльність державних органів місцевого самоврядування, спрямована на реалізацію правових 15 актів, рішень місцевого самоврядування, на адміністрування передбачених публічних послуг
О. І. Гріценко, С. М. Коник [5]	діяльність зі здійснення функцій публічної сфери, що забезпечують взаємодію суспільства, влади та економіки з метою досягнення суспільних інтересів, а спроби розподілити публічне адміністрування, у тому числі - на державне управління та місцеве самоврядування, тобто на державну і самоврядну складові, є штучними

Аналіз наведених дефініцій дає змогу зробити такі висновки: по-перше, публічне адміністрування є складовою процесу державного управління; по-друге, публічне адміністрування здійснюється сукупністю органів, що мають відповідний мандат на реалізацію тих чи інших адміністративних функцій держави; по-третє, публічне адміністрування має на меті впровадження результатів демократії, тобто забезпечення всебічного розвитку суспільства легітимним публічним шляхом за вектором, визначеним більшістю; по-четверте, це вид діяльності державних органів.

Різні точки зору вітчизняних науковців і практиків на сутність та зміст категорії «публічне адміністрування», а також соціально-економічні та публічно-політичні реалії України значно впливають на сам процес реалізації публічного адміністрування. Відтак основними особливостями публічного адміністрування в Україні можна визначити такі: тривала нестабільність вектора зовнішньополітичного розвитку, що вплинуло на систему відносин у сфері державного управління і на його модель зокрема.

На сьогодні в Україні починається відбуватися перехід до принципів публічного адміністрування. З огляду на євроінтеграційні процеси такий перехід мав би відбуватися швидким, однак навіть за умови фінансової, методичної та організаційної допомоги європейських інституцій ефективність реформ у країні залишається на недостатньому рівні. Отже, такий самий рівень ефективності має і система публічного адміністрування. Увесь сенс ефективності системи публічного адміністрування зводиться до забезпечення стабільного розвитку політичної системи суспільства. У таких умовах досягається високий рівень демократизації суспільних процесів і формування громадянського суспільства. Ці два компоненти сучасної держави

зумовлюють її соціально-економічну складову, яка у процесі свого розвитку чуттєво реагує на будь-які політичні зміни.

Загалом у вітчизняних і зарубіжних виданнях проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку вітчизняного публічного управління, європейський досвід модернізації державного управління. Висвітлено методологічні підходи до оцінки реформ у цій сфері в контексті інтеграції України до ЄС. Проте, незважаючи на значну кількість наукових праць, опублікованих останніми роками, враховуючи нещодавні зміни до чинного адміністративного законодавства, можна говорити про відсутність у вітчизняній юридичній науці комплексного дослідження щодо формування концептуальних теоретико-правових засад адміністративно-правового забезпечення публічного управління в Україні відповідно до європейських стандартів. Саме тому ці питання потребують подальшого всебічного дослідження.

### Література

1. Вступ до публічного адміністрування : навчальний посібник / Н. Л. Гавкалова, Т. А. Власенко, Л. Ю. Гордієнко та ін. ; за заг. ред. докт. екон. наук, професора Гавкалової Н. Л. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 382 с. (Укр. мов.)
2. Енциклопедія державного управління. У 8 т. – Т. 8 : Публічне врядування / наук.-ред. кол. : В. С. Загорський [та ін.] – Львів : ЛРІДУ, НАДУ, 2011. – 712 с.
3. Колодій А. Процес деліберації як складового демократичного врядування / А. Колодій / Демократичні стандарти врядування й публічного адміністрування : матеріали науково-практичної Конференції ЛРІДУ НАДУ при Президентіві України (4 квітня 2008 року). – Львів, 2008. – С. 106–110.
4. Кузнецов А. Концептуальні підходи до формування понятійного апарату в сфері публічного управління / А. Кузнецов // Понятійнокатегоріальний апарат публічного управління. – К. : НАДУ, 2010. – С. 38– 43.
5. Організація та функціонування публічної адміністрації: Методичні розробки для практичних, семінарських занять та самостійної роботи слухачів експериментальної програми підготовки магістрів за спеціальністю – 8.150000 "Державне управління" (магістр публічного адміністрування) / уклад. О. І. Гріценко, С. М. Коник, І. Г. Сурай. – К. : Вид-во НАДУ, 2007. – 48 с.
6. Правова детермінація поняття "публічне адміністрування" / О. В. Кузьменко // Юридичний вісник. Повітряне і космічне право. – 2009. – № 3. – С. 20–24.

7. Публічне адміністрування в Україні : навч. посіб. / [за заг. ред. д-ра ф. наук, проф. В. В. Корженка, к.е.н., доц. Н. М. Мельтюхової. – Х. : Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2011. – 306 с.

8. Семенчук Т. Б. Сутність дефініції «Публічне адміністрування» / Т. Б. Семенчук // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. № 42. – С. 301–302

9. Уткин А. И. Вудро Вильсон / А. И. Уткин. – М. : Международные отношения, 1989

10. Appleby P. Toward Better Public Administration / P. Appleby // Public Administration Review. – 1947. – Vol. 7 (№. 2). – PP. 93–99.

11. Clapp G. Public Administration in an Advancing South / G. Clapp // Public Administration Review. – 1948. – Vol. 8 (№. 2). – PP. 169–175.

12. Shields P. Pragmatism as a Philosophy of Science: A Tool for Public Administration. – N.Y. – 1998. – PP. 195–225.

## **АУДИТ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**Ступницька Т.М., к.е.н., доцент**

**Разінін Я.О., магістрант**

**Стерницький В.М., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Аудит в Україні є порівняно новим видом діяльності, саме через це, процес його розвитку супроводжується виникненням проблемних питань, що обумовлені багатьма чинниками і обставинами: недосконалість вітчизняного законодавства з аудиту, незначний практичний досвід, відсутність методики з проведення та документування процесу аудиту тощо.

В Україні розвиток аудиту розпочався 22.04.1993р. коли був прийнятий Закон України «Про аудиторську діяльність». У продовж 30 років незалежності формувалась система аудиту, яку використовують країни з ринковою економікою. Однак, навіть зараз аудит в Україні ще не набув широкого впровадження. Тому важливим є проведення аналізу зарубіжного досвіду та застосування його на практиці з урахуванням інтересів нашої країни.

Ситуація, що склалася в Україні, потребує вирішення проблем, які мають місце у професійній діяльності аудиторів, аудиторських фірм і гальмують успішний розвиток аудиту.

Дослідженням розвитку аудиту в Україні займаються чимало вітчизняних спеціалістів та науковців, а саме: М. Білуха, В. Галкін, С. Голов,

Н. Дорош, В. Жук, С. Канигін, А. Кузьминський, Ю. Прозоров, В. Рудницький, Б. Усач та інші.

В економічній літературі виділяють три етапи розвитку аудиту в Україні:

- перший – 1987-1992 рр. – створення перших аудиторських структур;
- другий – 1993-1998 рр. – формування нормативно-правової бази аудиту в Україні;
- третій – 1999 р. – дотепер – діяльність аудиту на новій нормативно-правовій базі.

На початковому етапі розвитку вітчизняного аудиту (у 1993-1994 роках), за аналізом останніх досліджень, значення такому виду діяльності ніхто з потенційних замовників не надавав. Аудит був нав'язаний державними органами під тиском Світового банку і Міжнародного валютного фонду. Такі обставини певною мірою уповільнювали розвиток вітчизняного аудиту [4].

В період 1999-2001р. ситуація змінилась. Складність, запутаність обліку, особливо податкового, зміна фінансового обліку, істотна суперечливість законодавства, реальність значних фінансових санкцій підштовхнули власників та керівників підприємств, які прагнуть застрахуватись від відповідальності і можливих фінансових втрат, до рішення скористатися послугами аудиторських фірм або незалежних аудиторів. В суспільстві виникла необхідність в незалежному професійному контролі за діяльністю підприємств.

За період функціонування національна система аудиту в Україні постійно удосконалюється. Сучасні умови процесу інтеграції України до європейського простору, викликають пристосування нормативно-законодавчої бази до законодавства Європейського Союзу. В зв'язку з чим нормативні положення діяльності аудиторів і аудиторських фірм, потребують уточнення та реформування у зв'язку з приведенням норм національного законодавства у сфері аудиторської діяльності у відповідність із законодавством Європейського Союзу (із положеннями Директиви 2006/43/ЄС та Регламенту (ЄС) 537/2014). Одним з напрямів такого реформування стало введення в дію Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», що є третім етапом розвитку аудиту. Шлях приєднання України до Європейського Союзу висуває відповідні вимоги до ведення обліку і складання звітності, гармонізацію національного обліку і аудиту у європейських масштабах, але існує низка проблем, що вимагає уваги як науковців, так й практиків [6].

Закон наблизив реформування системи аудиту, а саме були введені наступні зміни: новий порядок атестації аудиторів; зміна кількості Реєстрів аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності; обмеження щодо одночасного надання послуг з обов'язкового аудиту та неаудиторських послуг

підприємствам, що становлять суспільний інтерес; уточнення переліку підприємств, що становлять суспільний інтерес, для яких проведення аудиту є обов'язковим; введення професійного скептицизму; обмеження терміном тривалості обов'язкового аудиту фінансової звітності підприємств, також було створено Орган суспільного нагляду (в складі – Ради нагляду за аудиторською діяльністю та Інспекції із забезпечення якості), який насамперед буде здійснювати контроль за якістю аудиторських послуг, що надаються підприємствам, які становлять суспільний інтерес та визначає особливості проведення обов'язкового аудиту та аудиту підприємств, що становлять суспільний інтерес та інші [1,5].

Однак, незважаючи на реформування аудиту в Україні залишилось ще чи мало проблемних питань аудиторської діяльності які підлягають вирішенню [2,5]:

- брак достатнього досвіду аудиторської діяльності;
- проблема сучасного аудитора та довіри до нього;
- недостатня кількість кваліфікованих кадрів, а звідси і неосвоєний ринок аудиторських послуг;
- недодержання аудиторами якості аудиторських послуг;
- недосконалість теоретико-прикладних матеріалів та методичних рекомендацій з аудиторського контролю;
- негативний вплив дослівного перекладу закордонних стандартів і концепцій без урахування особливостей економічного розвитку нашої держави;
- відсутність типових форм документів з аудиту (договорів, висновків тощо);
- проблема формування ціни на аудиторські послуги;
- комп'ютеризація аудиту тощо.

Щоб вирішити вищеперелічені проблеми, можна використовувати різні шляхи подолання та перспективи розвитку в Україні. Отже, основними напрямками розвитку аудиторської діяльності в Україні можуть стати [3,5]:

- внесення необхідних змін і доповнень до Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність»;
- запровадження механізму практичного застосування міжнародних стандартів аудиту в Україні та створення до них чітких коментарів;
- розроблення типової методики аудиторської перевірки фінансової звітності;
- поглиблена співпраця професійних аудиторських організацій України з міжнародними та європейськими професійними організаціями бухгалтерів та аудиторів;
- розроблення механізму ціноутворення на аудит та надання аудиторських послуг;

- створення ефективної системи застосування санкцій до аудиторів й аудиторських компаній, які допускають порушення стандартів аудиту та вимог законодавства при його проведенні;
- підвищення престижу аудиторської професії та забезпечення довіри до аудиторів та їх аудиторських висновків;
- розробка типових методик аудиторської перевірки у розрізі галузей функціонування вітчизняних підприємств;
- розробка та впровадження комплексної автоматизації аудиторської діяльності, що дозволять підвищити якість і знизити трудомісткість проведення аудиту, ефективно організувати процес планування аудиту, здійснювати оперативний контроль за якістю аудиту.

Таким чином, були розглянуті етапи та проблеми розвитку аудиту в Україні, а також основні напрями його подальшого розвитку. На основі проведеного дослідження можна виділити, що тільки комплексна та цілісна система заходів, яка буде спрямована на розвиток аудиту та здійснення аудиторської діяльності в Україні з врахуванням вимог законодавства Європейського Союзу та міжнародних стандартів, сприятиме запровадженню удосконаленої системи аудиту, створенню чіткого механізму формування цін на аудиторські послуги; поглибленню співпраці між аудиторськими фірмами України з зарубіжними фірмами та ін.

Не дивлячись на наявні проблеми аудиторські послуги в Україні ще продовжують розвиватися швидкими темпами. Більш детальне дослідження цих проблем може стати базою для визначення першорядних напрямків вдосконалення аудиторської діяльності з огляду на перспективи розвитку ринкової економіки і відносин власності в Україні, а їх розв'язання сприятиме подальшому впровадженню аудиторської професії в господарську практику і формуванню.

### Література

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України №2258-VIII від 21.12.2017 р.: за станом на 04.03.2020 р. / Верховна Рада України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text> (дата звернення: 15.09.2021 р.)

2. Дулачик О.І., Кушнір А.М., Мариняк О.О. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку аудиту в Україні. Розвиток соціально-економічних систем в геоекономічному просторі: теорія, методологія, організація обліку та оподаткування: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (11–12 травня 2017 р.). Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя. С. 81–82.

3. Кашперська А.І. Сучасний стан та перспективи розвитку аудиторської діяльності в Україні // Економіка і суспільство. 2018. Вип.19.

[http://economyandsociety.in.ua/journals/19\\_ukr/190.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/190.pdf) (дата звернення: 15.09.2021 р.)

4. Печенюк Н.В., Цебуляк В.. Проблеми та перспективи розвитку аудиту в Україні. URL: <http://intkonf.org/pechenyuk-nv-tsebuliak-v-problemi-ta-perspektivi-rozvitku-audit-u-v-ukrayini/> (дата звернення 15.09.2021)

5. Проблеми і перспективи розвитку аудиту в Україні: колективна монографія / за ред. М.С. Пушкаря. Тернопіль: ТНЕУ, 2012. 220с.

6. Stupnytska T., Kuprina N., Tkachuk H., Baraniuk Kh. Audit development in Ukraine: aspects of regulation of audit activity // Food Industry Economics. 2021. Vol.13, Issue 2. P. 80-86. doi: 10.15673/fie.v13i2.2043

## **ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА СПРОМОЖНІСТЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Волощук Ю.О., д.е.н, доцент**

**Волощук В.Р., д.е.н.,**

**Федорук У.В., аспірант**

**Подільський державний аграрно-технічний університет,  
м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна**

Особливості діяльності підприємств в сучасних умовах характеризуються високою динамічністю і непередбачуваністю зовнішнього середовища, тенденціями глобалізації його чинників, що вимагає від постійного вдосконалення управління своїм розвитком. Тому актуальними є питання визначення місця і значення інноваційної активності в системі розвитку підприємств та впливу на спроможність економіки України.

Категорія «інноваційна активність», враховуючи її стратегічне значення тривалий час знаходиться у полі уваги широкого кола вітчизняних і зарубіжних дослідників: І. Ансоффа, В.В. Стаднік, А.А. Малицького, О.С. Федоніна, Г.О. Швиданенко, Н.І. Чухрай, М.А. Йохни та багатьох інших.

Незважаючи на значну кількість досліджень із різних питань теорії інноватики, кардинальні зміни у зовнішньому середовищі вимагають постійного розвитку теоретичних і методичних аспектів управління підприємствами, особливо у частині використання ними сучасних методів підвищення ефективності діяльності та забезпечення сталого економічного розвитку.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану і тенденцій розвитку інноваційної активності підприємств та спроможності економіки України.

Дослідивши динаміку інноваційної активності промислових підприємств у період з 2000-2020 роки варто зазначити, що найбільший відсоток інноваційної активності промислових підприємств припадає на 2016 рік

(16,6%). Найменший же відсоток інноваційної активності промислових підприємств припадає на 2005 рік (8,2%).

Аналізуючи динаміку показників, наведених у табл. 1, бачимо, що періоди зниження та зростання цих показників не завжди збігаються між собою, інколи демонструючи навіть протилежні один до одного тенденції. Приходимо до висновку, що інноваційна діяльність на промислових підприємствах України проводиться абсолютно хаотично, динаміка інноваційних процесів є нестабільною, а в багатьох випадках і нелогічною. Це підкреслюють ситуації, коли впродовж певного нетривалого періоду окремі показники інноваційної діяльності в промисловості України демонструють протилежно різні тенденції розвитку.

В порівнянні з іншими країнами в Україні рівень інноваційної активності промислових підприємств залишається достатньо низьким. На такий показник занадто негативно впливають кризові процеси у вітчизняній економіці [1].

**Таблиця 1 – Впровадження інновацій на промислових підприємствах [2]**

	Частка кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації, в загальній кількості промислових підприємств, %	Кількість упроваджених у звітному році видів інноваційної продукції, усього одиниць	З них:		Частка обсягу реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої продукції промислових підприємств, %
			нових для ринку	упроваджених машин, обладнання	
2000	14,8	15323	...	631	9,4
2005	8,2	3152	...	657	6,5
2010	11,5	2408	606	663	3,8
2011	12,8	3238	900	897	3,8
2012	13,6	3403	672	942	3,3
2013	13,6	3138	640	809	3,3
2014	12,1	3661	540	1314	2,5
2015	15,2	3136	548	966	1,4
2016	16,6	4139	978	1305	...
2017	14,3	2387	477	751	0,7
2018	15,6	3843	968	920	0,8
2019	13,8	2148	418	760	1,3
2020	14,9	4066	691	647	1,9

На сьогодні в країнах Європейського Союзу (ЄС) питома вага підприємств, що займаються інноваційною діяльністю становить близько 53%. Найбільша кількість інноваційних підприємств, серед Країн ЄС, знаходиться у

Німеччині (79,3%), найменша – в Болгарії (27,1% до загальної кількості підприємств ) [3].

Інноваційний розвиток вітчизняних підприємств можна оцінити за рівнем впровадження інновацій, тобто за досягненим рівнем практичного використання винаходів, результатів наукових досліджень, технологій та інших інновацій.

Україна разом з усім світом увійшла в епоху четвертої промислової революції. На даний час завершується етап широкого впровадження технологій «епохи ІКТ» та настає етап освоєння нових передових або проривних (frontier) технологій, що використовують переваги цифровізації та взаємодії, таких як штучний інтелект (ШІ), інтернет речей, великі дані, блокчейн, робототехніка, п'яте покоління мобільного зв'язку (5G), 3D друк, дрони, гена інженерія, нанотехнології. Це відбувається на основі конвергенції технологій, продуктів, галузей, інфраструктури, змін економічної структури.

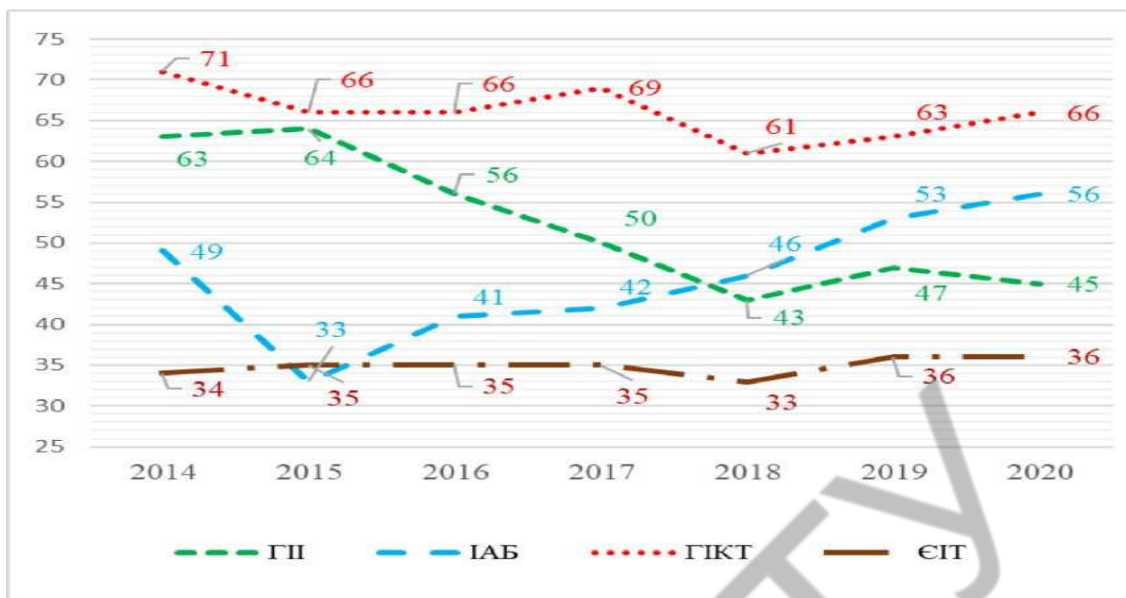
У цих умовах надзвичайно важливу роль грає оцінювання спроможності країн до освоєння передових/проривних технологій та впровадження пов'язаних з ними як технологічних, так і нетехнологічних інновацій.

Україна представлена у декількох міжнародних рейтингах, які оцінюють інноваційний потенціал та інноваційну спроможність. Найбільш авторитетними є Глобальний індекс інновацій – ГІІ (Global Innovation Index), Індекс інновацій Агентства Блумберг – ІАБ (Bloomberg Innovation Index), Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів – ГІКТ (Global Talent Competitiveness Index), Європейське інноваційне табло – ЄІТ (European Innovation Scoreboard).

Спроможність України до освоєння передових технологій оцінюється Індексом готовності до передових/проривних технологій, запровадженим ЮНКТАД у 2021 р. (A Frontier Technologies Readiness Index).

Динаміка рейтингів України за чотирма підходами до оцінки спроможності до інновацій за 2014-2020 рр. (рис. 1) дозволяє зробити висновок про відсутність активної політики та проривів у підтримці інноваційної діяльності як державою, так і бізнесом.

Результати міжнародної оцінки інноваційних індикаторів України свідчать, що результативність інноваційної діяльності у 2014-2020 рр. знизилась за двома індексами (Глобальним індексом конкурентоспроможності талантів та за Глобальним інноваційним індексом), незначно покращилася за Індексом інновацій Bloomberg та за індексом Європейського інноваційного табло.



**Рис. 1 – Індеси інноваційної спроможності України – рейтинги [4]**

Основою української інноваційної конкурентоспроможності є людський капітал, вища освіта, а також знання й результати наукових досліджень. Однак слабкі державні інституції, несприятливе середовище для ведення інноваційного бізнесу та недружня фінансова система заважають розкриттю підприємницького потенціалу, створюють перешкоди для комерціалізації інновацій та їх впливу на зростання ВВП. Україна залишається протягом останнього десятиліття у групі країн з доходом нижче середнього (за групуванням країн Світовим банком).

*Негативний вплив на зменшення результативності інноваційної діяльності* спричинили скорочення витрат на дослідження і розробки та, як наслідок, зменшення привабливості дослідницької системи для молодих науковців, низька концентрація дослідників, недостатній рівень розвитку інноваційної інфраструктури, обмеженість інструментів інституційної та фінансової підтримки інноваторів, слабкий захист прав інтелектуальної власності і, відповідно, низькі патентна активність та інтелектуальні активи, погіршення спроможності експортувати товари з високою доданою вартістю, недостатньо висока частка користувачів мережею Інтернет.

**Висновки.** Критичний стан української наукової та науково-технічної сфери значною мірою зумовлений відсутністю ефективної системи державного управління науковою діяльністю, яка відповідально відстоювала б дотримання вимог законодавства та сучасні потреби розвитку національної науки, забезпечувала її взаємодію з виробництвом, здійснювала необхідну координацію наукових досліджень і розробок.

Людські ресурси – складова індексів, яка все ще залишається найбільш сильною стороною України. Повільна розбудова привабливої для дослідників та інженерів інноваційної екосистеми поряд із зниженням бюджетного фінансування освіти та науки може знищити цю перевагу нашої країни. Сильними сторонами України залишаються: знаннєві та технологічні результати, інноваційні зв'язки, людський капітал і дослідження, можливості приваблювання талантів, ринкові та нормативні можливості на ринку праці, інституції, креативність, проникнення високих технологій, навички.

Однією з найважливіших стратегічних цілей, які в сучасних умовах має ставити перед собою наша держава, є пошук можливостей та вжиття дієвих заходів, спрямованих на активізацію розвитку науково-технічного та інноваційного потенціалу щодо прискорення технологічного розвитку національної промисловості, підвищення її конкурентоспроможності та інноваційної активності підприємств та економічної спроможності.

### **Література**

1. Євростат. Показники «Європа 2020». URL: [https://www.spbstu.ru/upload/inter/indicators\\$europa\\$2020\\$r\\$d\\$innovation.pdf](https://www.spbstu.ru/upload/inter/indicators$europa$2020$r$d$innovation.pdf)
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Євростат (база даних). URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
4. Стан науково-інноваційної діяльності в Україні у 2020 році: науково-аналітична записка [Електронний ресурс] / Т.В. Писаренко, Т.К. Куранда, Т.К.Кваша та ін. К.: УкрІНТЕІ, 2021. 39 с.

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

**Миرونюк Н.В., здобувач вищої освіти ОС «магістр», спеціальність «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
Семененко І.І., здобувач вищої освіти ОС «магістр», спеціальність «Економіка»  
Подільський державний аграрно-технічний університет,  
м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна**

Сутність проблеми підвищення ефективності полягає в тому, щоб на кожну одиницю витрат досягти максимального результату. Для оцінки рівня ефективності потрібні як фінансові, так і нефінансові визначники ефективності.

В умовах фінансово-економічної нестабільності при прийнятті управлінських рішень вітчизняним підприємствам слід враховувати внутрішні і зовнішні чинники, які сприяють підвищенню ефективності діяльності. До

внутрішніх чинників належать наступні [1, с.48]:

1. Технологічні нововведення, особливо сучасні форми автоматизації і інформаційні технології справляють чи не найбільш істотний вплив на рівень і динаміку ефективності виробництва.

2. Устаткування. Зростанню продуктивності діючого устаткування сприяють належна організація ремонтно-технічного обслуговування, оптимальні строки експлуатації, забезпечення необхідної пропорційності в пропускній спроможності технологічно зв'язаних його груп, чітке планування завантаження у часі, підвищення змінності роботи, скорочення внутрішньо змінних витрат робочого часу тощо.

3. Матеріали і енергія. Проблема економії і зменшення споживання сировини, матеріалів, енергії повинна бути під постійним контролем відповідних спеціалістів підприємств з матеріаломістким і енергомістким виробництвом.

4. Продукція. Сама продукція, її дизайн та якість також є важливими чинниками ефективності. Остання повинна корелювати з так званою корисною вартістю, тобто тією сумою, яку покупець готовий заплатити за виріб відповідної якості. Передові підприємства постійно контролюють втілення своєї технічної переваги у конкретних виробках, що користуються великим попитом на ринку. Проте для досягнення високої продуктивності підприємства корисності товару недостатньо. Запропонована підприємством для продажу продукція повинна появитись на ринку у потрібному місці, у потрібний час і за розсудливою ціною.

5. Працівники. Основним джерелом і визначальним чинником, зростання ефективності виробництва є працівники – керівники, підприємці, спеціалісти, робітники. Продуктивність їх праці багато в чому визначається методами, технікою, особистим умінням, знаннями, відношенням до праці та здібністю виконувати ту або іншу роботу. Ділові якості працівників найбільш повно можуть проявлятися в умовах функціонування на підприємстві потужного і гнучкого мотиваційного механізму.

6. Організація і системи. Єдність трудового колективу, раціональність у делегуванні відповідальності і нормах керованості відносяться до принципів доброї організації справ на підприємстві, що забезпечують необхідну спеціалізацію і координацію виробничих і управлінських процесів і, отже, вищий рівень ефективності діяльності. Тому система повинна бути динамічною і гнучкою, періодично реорганізованою у відповідності з новими завданнями, що постають перед підприємством при зміні ситуації.

7. Методи роботи. Більш досконалі методи роботи в умовах переважання трудомістких процесів стають достатньо перспективними для зростання продуктивності.

8. Стиль управління. Значний внесок у зростання ефективності виробництва може забезпечувати сучасна добре організована система управління, під контролем якої знаходяться ресурси і результати діяльності підприємства. Кожен керівник, підприємець чи менеджер підприємства повинен знати, що абсолютно досконалого стилю управління для усіх випадків не існує, але при цьому обрати оптимальний для даного підприємства.

На рівень ефективності кожного окремого підприємства безпосередній чи непрямий вплив мають зовнішні чинники ефективності виробництва. Проте самі підприємства не можуть активно їх контролювати і ось чому ці чинники слід знати і вивчати, зрозуміти їх дію (вплив) і приймати до уваги при розробці (плануванні) і здійсненні програм підвищення ефективності виробництва на підприємствах. У зв'язку з цим стає очевидною необхідність суттєвої характеристики і окреслення напрямків дії окремих зовнішніх чинників росту [2, с. 69]:

1. Державна політика – економічна і соціальна політика, яка здійснюється державою, істотно впливає на ефективність суспільного виробництва через: практичну діяльність урядових установ різноманітні види законодавства; фінансові заходи і стимули; установлювані та контрольовані економічні правила і нормативи; макроекономічні структурні зміни; програми роздержавлення власності і приватизації державних підприємств; комерціалізацію організаційних структур невиробничої сфери тощо.

2. Інституційні механізми – ефективність виробництва залежить від багатьох чинників – внутрішніх і зовнішніх, непересічним завданням держави є створення на національному рівні не лише відповідних економічних, соціальних, політичних і законодавчих, але й організаційних умов підвищення продуктивності виробничо-економічних систем.

3. Інфраструктура – важливою передумовою зростання ефективності господарської діяльності підприємства є достатній рівень розвитку і активна діяльність різноманітних інституцій ринкової, виробничої і соціальної інфраструктури. В сучасних умовах усі підприємства у процесі своєї інноваційної, виробничої і комерційної діяльності не можуть обходитись без відповідних послуг інноваційних фондів, товарно-сировинних бірж, бірж праці, фондових бірж, комерційних банків та інших інститутів ринкової інфраструктури.

4. Структурні зміни. На показники ефективності на різних рівнях господарювання нерідко впливають структурні зміни у суспільстві незалежно від якості управління діяльністю окремих підприємств. Причому така взаємодія у довгостроковій перспективі завжди має двосторонній характер, тобто структурні зміни відбиваються на рівні загальної ефективності, а позитивні зрушення продуктивності можуть сприяти модифікації самої структури суспільного виробництва.

Варто зазначити, що обов'язковість врахування зовнішніх чинників не є такою жорсткою, як внутрішніх чинників ефективності господарської діяльності. Певне ігнорування підприємствами цієї вимоги може лише загальмувати темпи зростання ефективності.

Взагалі всі заходи підвищення ефективності функціонування підприємств можна звести до трьох напрямків (рис. 1): управління витратами і ресурсами; розвитку й удосконалення виробництва та іншої діяльності; удосконалення системи управління підприємством та всіма видами його діяльності.



**Рис. 1 – Напрями підвищення ефективності функціонування підприємств**  
[3, с.78]

Очікувану стійкість економічного зростання можна досягнути лише при забезпеченні приросту джерел фінансування для реалізації програм нарощування економічної ваги господарюючого суб'єкта. Основними показниками стійкого економічного зростання, яких треба дотримуватись вітчизняним підприємствам, є [4, с. 431]:

1. Стабільні або зростаючі темпи приросту вартості та виділити вплив інфляції на зміну ціни капіталу підприємств.
2. Приріст обсягу довгострокового фінансування та параметри реальної прибутковості й оптимістичного ризику.
3. Збільшення обсягу власного капіталу (абсолютний приріст і стійкі темпи зростання) за рахунок фінансових результатів діяльності.
4. Приріст оборотності активів і капіталу, що зумовлює їх вивільнення для розширення підприємницької діяльності.

Підприємство має можливість отримати економію при раціональному управлінні, зокрема: 50% економії можна одержати при раціональному управлінні матеріально-виробничими запасами, 40% – управління готовою продукцією і дебіторською заборгованістю, 10% – управління технологічним процесом.

Можливі напрямки реалізації внутрішніх і зовнішніх чинників підвищення ефективності діяльності підприємств неоднакові за мірою впливу, ступенем використання та контролю [5].

Тому для практики господарювання, для керівників і відповідних спеціалістів (менеджерів) суб'єктів підприємницької чи інших видів діяльності важливим є детальне знання масштабів дії, форм контролю та використання найбільш істотних внутрішніх і зовнішніх чинників ефективності на різних рівнях управління діяльністю трудових колективів.

**Висновки.** Економічна ефективність пронизує всі сфери практичної діяльності людини, всі стадії суспільного виробництва, є основою побудови кількісних критеріїв цінності прийняття рішень, використовується для формування матеріально-структурної, функціональної та системної характеристики господарської діяльності.

Основними завданнями аналізу ефективності є: оцінка господарської ситуації; виявлення чинників і причин досягнутого стану; підготовка та обґрунтування прийнятих управлінських рішень; виявлення і мобілізація резервів підвищення ефективності господарської діяльності. В якості узагальнюючих показників ефективності господарської діяльності організації необхідно використовувати відношення обсягу реалізованої продукції або ефекту у вигляді прибутку до сукупної величиною ресурсів, що включають середньорічну вартість основних і оборотних коштів або до загальної суми витрат на виробництво або продаж.

### Література

1. Говорушко Т.А., Климаш Н.І. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу: монографія, К.: Логос, 2013. 204 с.

2. Шляга О.В., Гальцев М.В. Шляхи підвищення ефективності роботи підприємства. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2014. Вип. 7. С. 66-75.

3. Погорелов С.М., Леденко О.В., Матяж О.А. Дослідження шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2015. № 26. С. 76-82.

4. Момот Т.В. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2011. 620 с.

5. Пріб К.А., Патики Н.І. Діагностика в системі управління: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2016. 432 с.

## **МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНО БЕЗПЕЧНОЇ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Савчук О.В., аспірант  
Москалюк В.В., аспірант**

**Подільський державний аграрно-технічний університет,  
м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна**

Підприємства в процесі діяльності у сучасних умовах опиняються перед значною кількістю ризиків і загроз, які проявляються у макроекономічних негативних впливах та обмеженнях, виявах недобросовісної конкуренції, проблем у сфері кадрового забезпечення, дефіциту коштів, витоку конфіденційної інформації тощо. Всі ці аспекти вносять певні корективи у процес управління, що передбачає орієнтацію на забезпечення економічної безпеки діяльності агропромислових підприємств. Тобто виникає ситуація, за якої процес управління неможливий без функціонування ефективної системи економічної безпеки. Удосконалення механізму управління виступає важливою умовою ефективності і сталого розвитку підприємств.

Дослідження питань удосконалення управління Альтмана Г.Х., Андрєєва Е.В., Василенка В.О., Салиги О.Я., Ляшенка Є.І., Даций Н.В., Корецького С.О., Нестеренка Н.В. не містять достатнього розкриття механізмів антикризового управління саме для агропромислових підприємств, більшість з яких на сьогодні перебувають в найскладніших економічних умовах.

Метою дослідження є необхідність вдосконалення механізмів менеджменту інноваційної діяльності в контексті економічної безпеки агропромислових підприємств.

Характерною особливістю розвитку практики антикризового управління повинна стати першочерговість зростання соціально-економічного добробуту населення. Тому в сучасних умовах, на особливу увагу в розвитку методів антикризового управління заслуговує необхідність активізації заходів, пов'язаних з розробкою і створенням вітчизняної ринкової інфраструктури і ефективного механізму управління процесом структурних перетворень.

При цьому процес створення і розвитку ринкової інфраструктури визначає темпи розвитку економіки і зростання добробуту населення. В першу чергу необхідно забезпечити розвиток ринкової інфраструктури таким чином, щоб випереджати розвиток країн з розвинутою економікою, тому що тільки це дасть можливість Україні забезпечити темпи росту добробуту населення.

Необхідно визначити основний стратегічний напрям розвитку практики антикризового управління, у відповідності до якого слід модернізувати і удосконалювати ринкову інфраструктуру, розвивати ресурсний потенціал. Поряд з цим в якості основного напрямку слід рахувати гармонійний соціально-економічний розвиток суспільства, який враховує соціально-економічний, екологічний розвиток суспільства.

До головних інфраструктурних складових повинні входити розвинуті всіма видами ресурсів такі складові як: кадрова; інформаційна; інструментальна. Водночас керівники і підсистеми, які їх обслуговують, інформаційні бази даних і інструментальних засобів практики антикризового управління, повинні скласти основу розгалуженої по всіх регіонах України ринкової інфраструктури. Це дасть можливість стан ресурсного потенціалу визначати станом створюваної розгалуженої ринкової інфраструктури.

Саме це і пояснює дані, що найбільш ефективні інвестиційні проекти в ряді регіонів України (порти, аеропорти, розробка і освоєння природних ресурсів) керуються і реалізуються зарубіжними інвестиційними інжиниринговими компаніями, що в подальшому призводить до деградації ресурсного потенціалу регіонів і в результаті не сприяє створенню нових робочих місць.

В умовах всезагальної структурної перебудови української економіки більш актуальною стала проблема прискорення інноваційних процесів і їх фронтального регулюючого об'єму. В цих умовах, завдання полягає в розробці на підприємстві стратегії цільового антикризового управління, яке дозволяє перейти від епізодичних мір до створення стабільного механізму цільової орієнтації всіх елементів і учасників на здійснення фронтальної антикризової політики на підприємстві. Так, вирішення цієї задачі можливе в рамках побудови системи антикризового управління на принципах проблемно-орієнтованого підходу, суттєвість якого полягає в: забезпеченні постійної і довготермінової здатності підприємства до сприйняття трансформацій, взаємоадаптації антикризових нововведень у всіх сферах діяльності; створенні механізмів для здійснення фронтальних ефективних заходів в кризовій зоні; розгортанні антикризових дій на основі методів сценарного моделювання, які забезпечать узгодженість і логічний взаємозв'язок пропозицій про напрямки розвитку стратегій антикризового процесу з врахуванням впливу зовнішніх і внутрішніх факторів.

Концепція проблемно-орієнтованого підходу дозволить: зосередити зусилля на вирішення ключових антикризових проблем підприємства, які витікають із розробленої технології виживання, підприємницької політики і довготермінових намірів, сформованих в місії підприємства; забезпечити на системній основі інтеграцію механізмів і учасників антикризового процесу; створити стратегічну систему антикризового управління, яка забезпечить

перехід від «реактивного» до «активного» управління, побудованому на принципах випередження протиріч, які виникають із проблем в господарській системі.

При цьому слід відмітити, що сценарне моделювання в рамках проблемно-орієнтованого підходу здійснюється з врахуванням того, що антикризовий процес являє собою цілісний, організаційно оформлений програмно-цільовий комплекс заходів, розрахований на достатньо довгий часовий етап, який пропонує широкий об'єм структурних ланок і виконавців, а також залучення різних матеріальних, фінансових і трудових ресурсів. Крім того, сценарій виконує важливу структуроутворюючу функцію, так як дозволяє розмістити у вертикальному і горизонтальному розрізах основні процесуальні елементи антикризових дій і на цій основі здійснювати ті чи інші організаційні будови.

Власне сценарій являє собою логічну послідовність дій, використовуваних підприємством для досягнення мети антикризового управління. Зміст і масштаби заходів на різних підприємствах можуть бути рівновеликими, але логіка дій лишається для всіх однаковою. Для цієї мети необхідний так званий механізм антикризового узгодження, який здійснює на систематичній основі межі необхідного і достатнього потенціалу життєздатності підприємства з наявними на даний момент ресурсами і можливо допустимими ризиками [1].

Джерелами формування банку антикризової інформації є результати, з однієї сторони, аналізу зовнішнього середовища, виявлення зовнішніх негативних тенденцій, з другої – аналізу потенціалу підприємства і його попередньої господарюючої діяльності, виявлення внутрішніх негативних тенденцій, слабких і сильних сторін підприємства, а також даних експертного попиту керівників, спеціалістів функціональних і виробничих підрозділів. Спільною вимогою до інформації являється можливість її використання з метою прогнозування, що передбачено сценарним моделюванням проблеми. В сценарії фіксуються причинно-наслідкові залежності, очікувані в перспективі зміни стану підприємства і умови, в яких ці зміни будуть проходити. Принципи попереджувального управління в рамках антикризових заходів пропонують використання методів і засобів раннього виявлення тенденцій дисбалансу в системі на основі так званих слабких сигналів і застосування попереджувальних його профілактичних заходів.

Метод використання механізму слабких сигналів забезпечує підприємству завчасне нарощування запасу гнучкості, що дозволить уникнути небезпеки на ранніх стадіях виникнення кризової ситуації. При цьому, чим слабший сигнал, виявлений і ідентифікований підприємством, тим раніше у підприємства з'являться шанси точно визначити ризики із зовнішнього і

внутрішнього середовища, більший тимчасовий ресурс для прийняття і реалізації попереджувачих і нейтралізованих рішень [2].

Щоб користуватись слабкими сигналами, необхідний більший ступінь впевненості в тому, що підприємство використовує саме ті сигнали, які надають об'єктивну інформацію про нові загрози або нові можливості. В залежності від ступеня об'єктивності інформації про кризову ситуацію і формується реакція антикризового підрозділу підприємства на загрози зі сторони зовнішнього і внутрішнього середовища. Для введення в дію механізму виявлення ранніх ознак наступаючої кризи, необхідно також визначити саме поняття «слабкий сигнал». При цьому слід виходити з того, що в ринковій економіці стійкої рівноваги в господарюючих системах завжди є умовним, а показники стійкості завжди відносні. Керівнику, 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 [3].

Основою підходу до вирішення проблеми існування збиткових підприємств повинно стати виведення підприємства, що перебуває у кризі, спочатку на беззбитковий, а потім і на прибутковий рівень діяльності [4]. Для цього необхідно вивчення і удосконалення механізмів антикризового управління з метою формування його системи. Використання вказаних підходів буде сприяти раціональній організації антикризових процесів на підприємстві, подоланню виникнення кризових ситуацій, забезпечувати його сталий розвиток.

Особливої уваги у процесі управління інноваційною діяльністю заслуговує реалізація дій щодо забезпечення економічної безпеки, адже саме ця діяльність дозволяє максимально врахувати ризики і загрози, які створюються середовищем функціонування, а також адаптувати до змін, уникнути чи мінімізувати наслідки їх впливу на підприємство чи його інноваційні проекти.

Для забезпечення максимальної ефективності процесу управління інноваційною діяльністю підприємства необхідно: визначити найбільш ризиковані напрями діяльності підприємства; використати усі доступні джерела новаторських ідей; встановити кількісні показники, які необхідно отримати для досягнення цілей, визначених інноваційними проектами, що реалізуються; визначити основні етапи роботи з реалізації інноваційного проекту, важливо здійснювати перехід до наступного етапу лише за умови повного виконання попереднього етапу [5].

Суттєво на весь бізнес і менеджмент у світі впливає пандемія COVID-19. Призупинення підприємств, які ніколи не зупиняли діяльність, внесло корективи до процесу управління ними. Перед топ-менеджментом світових

компаній постало питання, як втримати компанії на досягнутому рівні, продовжити започатковані проекти та не втратити кваліфікованих працівників. Суттєвий негативний вплив на світову економіку через пандемію COVID-19 оцінили в ООН у розмірі 3,4 трлн дол. США [6].

Великим компаніям вдається зазнати менших втрат, а малому та середньому бізнесу надзвичайно складно. Тому питання безпеки у процесі управління набувають актуальності і потребують суттєвого аналізу.

У здійсненні управління інноваційною діяльністю необхідно розуміти, що лише ретельне дослідження впливу внутрішнього та зовнішнього середовища із притаманними їм ризиками, загрозами чи можливостями, а також використання всього комплексу безпекових методів дозволять досягнути бажаних результатів та визначених цілей діяльності [7].

Доречно не протиставляти, а виділяти проблеми, пов'язані з забезпеченням життєздатності підприємства із загального процесу його стратегічного розвитку. Для цього необхідно використовувати цільові антикризові програми, кожна з яких покликана вирішувати задачі стабілізації положення в цій чи іншій функціональній сфері діяльності підприємства.

Процес управління інноваційно активним підприємством є складним і вимагає додаткових зусиль від керівників різних рівнів. Так, керівники найвищого рівня повинні вносити вчасно корективи до інноваційної стратегії та формувати відповідну політику її досягнення, керівники нижчих ланок повинні максимально сприяти досягненню визначених пріоритетів і стежити за ресурсним забезпеченням процесу, менеджери найнижчих рівнів управління повинні відповідати за максимальну ефективність здійснюваних одиничних операцій.

### Література

1. Альтманн Г.Х. Звездные часы лидерства: лучшие стратегии управления в мировой истории. М.: ДИС, 2000. 232 с.
2. Андреева Е.В. Прогнозирование социально-экономического развития региона на основе сценарно-аналитического подхода. СПб.: Изд-во СПГУЭФ, 1999. 117 с.
3. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2003. 273 с.
4. Салига О.Я., Ляшенко Є.І., Дацій Н.В., Корецька С.О., Несторенко Н.В., Салига К.С. Антикризове фінансове управління підприємством: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 208 с.
5. Лозовський О.М., Глухова Н.В. Особливості інноваційних стратегій як рушійного фактору розвитку інновацій на підприємствах. URL: <http://nauka.zinet.info/23/gluhova.php>

6. В ООН порахували фінансові втрати людства від COVID-19. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/05/4/660132/>

7. Єпіфанова І.Ю., Джеджула В.В. Особливості формування інноваційної стратегії вітчизняними підприємствами. Інноваційні, фінансові та технічні аспекти діяльності підприємств : колективна монографія / за заг. ред. Л.М. Савчук, Maria Fic. Дніпро: Пороги, 2017. С. 33-42.

## ПОКРАЩЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ «ЧУМАК»

Статєва М.С., д-р філософії (PhD), старший викладач  
Лозовська Г.М., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

ПрАТ «Чумак» – юридична особа, створена і діє відповідно до законодавства України. Акціонерний капітал розподілений між засновниками, як вітчизняними, так і іноземними, 76 % акцій знаходиться у шведській компанії, а 24 % – в українських партнерів. За п'ять років свого існування «Чумак» перетворився в компанію, яка об'єднує чотири підприємства з виробництва кетчупів, майонезів, соусів, томатної пасты, натурального томатного соку, соняшникової олії, консервованих овочів і фруктів. Почавши виробництво з випуску першої банки помідорів, огірків і кетчупу, ПрАТ «Чумак» на сьогоднішній день виробляє 15 найменування продукції «Чумак» та 15 видів продукції під іншими торговими марками: «Премія» (Фоззі-груп), «Хіт Продукт» (Квіза-трейд), і ін.

**Таблиця 1 – Аналіз структури виробництва продукції  
ПрАТ «Чумак»**

Види продукції	Випуск продукції, тонн		Випуск продукції, тис. грн.		Структура, %		Відхилення	
	2019р.	2020р.	2019р.	2020р.	2019р.	2020р.	тонн	тис. грн.
1. Майонез	9712	11340	239416	351436	24,9	25,6	1628	112020
2. Овочі консервовані без оцту	5386	6778	197744	283564	13,8	15,3	1392	85820
3. Макарони	6342	4519	137387	94186	16,3	10,2	-1823	-43201
4. Кетчуп	15500	19303	323131	443024	39,8	43,5	3803	119893
5. Соки	2014	2413	36405	48028	5,2	5,4	399	11623
Всього	38954	44353	934083	1220238	100	100	5399	286155

Всі підприємства намагаються завчасно потурбуватись про визначення різноманітності товарного виробництва та його асортименту. Товарну політику всіх фірм визначає сформований асортимент товарів.

Отже, товарний асортимент – це група товарів, які тісно пов'язані між собою за схожістю їх функціонування, використовують подібні сегменти ринку, види торговельних підприємств або діють в однакових діапазонах цін.

Товарний асортимент характеризується:

- шириною, тобто наявністю асортиментних груп;
- глибиною, тобто наявністю позицій в асортиментній групі.

ПрАТ «Чумак» спеціалізується на виробництві майонезу, овочів консервованих без оцту, макаронів, кетчупу та соків. Аналіз показників, які характеризують асортимент продукції (ширини та глибини) ПрАТ «Чумак» відображено у таблиці 2.

**Таблиця 2 – Аналіз ширини та глибини асортименту ПрАТ «Чумак»**

Ширина	Довжина	Глибина
1. Майонез	8	25
2. Овочі консервовані без оцту	5	5
3. Макарони	11	14
4. Кетчуп	8	18
5. Соки	5	5

При аналізі асортименту продукції ПрАТ «Чумак» було визначено, що ширина даної номенклатури складає п'ять позицій: майонез, овочі консервовані без оцту, макарони, кетчуп та соки.

Щодо глибини, то було визначено, що по першій групі вона складає вісім позицій, по другій – п'ять позицій, по третій – одинадцять позицій, по четвертій – вісім позицій, по п'ятій – п'ять позицій. Насиченість даної номенклатури складає 37 видів.

**Таблиця 3 – Характеристики товарів і маркетингових стратегій згідно з матрицею БКГ**

Товар	Характеристика	Маркетингова стратегія
«Дійна корова»	Товар у стадії зрілості, не потребує інвестицій, приносить великий прибуток	Стратегія підтримування. Рекламнагадування, цінкові знижки, підтримування каналів розподілу, стимулювання збуту.
«Зірка»	Товари - лідери на ринку, прибуток від яких швидко зростає.	Стратегія втримування. Активізація реклами, зниження цін, широке розповсюдження, модифікування.
«Важке дитя»	Проблемний товар. Невелика частка ринку, сильна конкуренція.	Стратегія підсилювання. Інтенсифікація маркетингових зусиль на просування, пошук нових каналів збуту, поліпшення характеристик, зниження цін або вихід з ринку.

«Собака»	Нежиттєздатні товари, які не приносять прибутку.	Стратегія скорочування (елімінування). Мінімізація витрат.
----------	--	---

Далі розрахуємо відносну частку ринку для ПрАТ «Чумак» за допомогою таблиці 4.

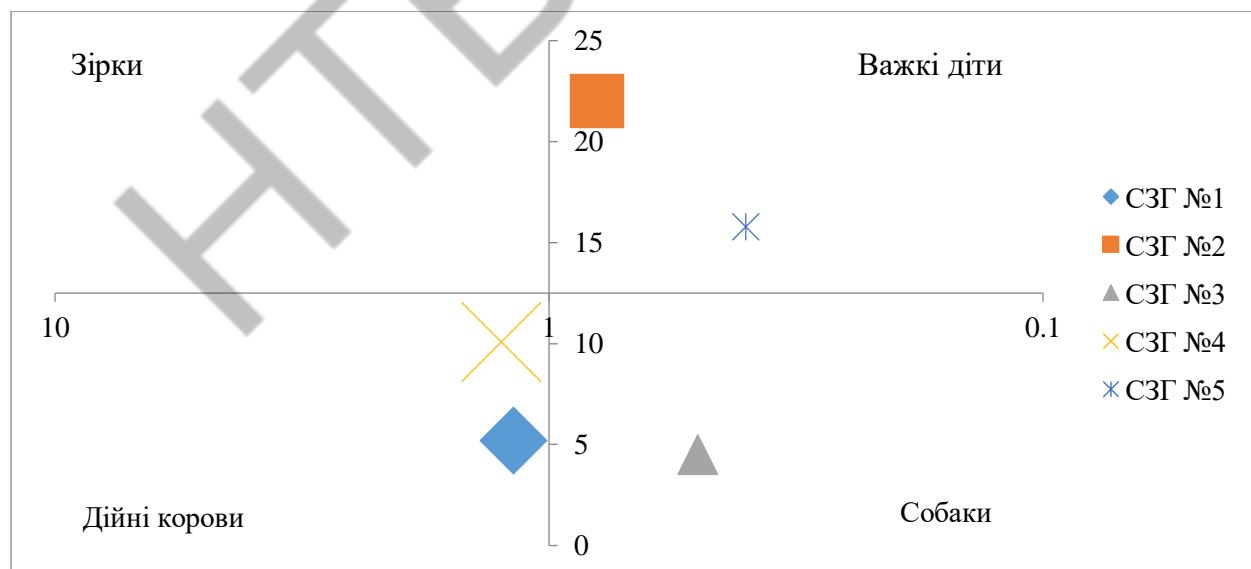
**Таблиця 4 – Розрахунок відносної частки ринку для ПрАТ «Чумак»**

Вид продукту	Частка ринку продаж продуктів компанії, %	Найбільший конкурент	Частка ринку продаж продуктів найбільшого конкурента, %	Відносна частка ринку (ст.2 / ст.4)	Обсяг продажу за 2020 рік, тис. грн
СЗГ №1	5,2	ТМ Щедро, ТМ Торчин	4,41	1,18	351436
СЗГ №2	22,0	ТМ Торчин	27,5	0,8	283564
СЗГ №3	4,5	ПАТ «Макаронна фабрика»	9,0	0,5	94186
СЗГ №4	10,1	ТМ Торчин	8,08	1,25	443024
СЗГ №5	15,8	ТМ Сандора	39,5	0,4	48028

За допомогою розрахованих показників побудуємо матрицю БКГ для продукції ПрАТ «Чумак» (рис. 1).

З побудованої матриці робимо висновок, що:

Стратегічні зони господарювання «Майонез» та «Кетчуп» займають найвигідніші стратегічні позиції – «Дійні корови». Характеризуються отриманням високих прибутків та потребують невеликих інвестицій. Рекомендується застосувати стратегію – підтримання конкурентних переваг.



**Рис. 1 – Матриця БКГ для продукції ПрАТ «Чумак»**

СЗГ №2 «Овочі консервовані без оцту» та СЗГ №5 «Соки» займають місце в стратегічній зоні «Важкі діти», тобто знаходяться в достатньо перспективному ринку збуту та потребують значних інвестицій, які дадуть змогу перейти в іншу стратегічну зону – «Зірки». Рекомендується застосувати стратегію інтенсифікації зусиль (розвитку) після проведення додаткового дослідження стосовно кількості необхідних інвестицій та наявності часу для їх засвоєння.

Стратегічна зона «Макарони» потрапила у квадрант «Собаки», тобто цей сегмент бізнесу знаходиться в неперспективному ринку збуту, має низькі прибутки, низьку конкурентоспроможність та слабкі ринкові позиції. Даний підрозділ не є привабливим для підприємства.

Отже, з проведеного аналізу можна зробити висновок, що для поліпшення асортиментної політики підприємства, ПрАТ «Чумак» необхідно звернути увагу на перспективні стратегічні зони господарювання, які користуються попитом серед споживачів.

### **Література**

1. Офіційний сайт ПрАТ «Чумак».URL: <https://chumak.com> (дата звернення: 15.10.2021).

## **ЗЕРНОВИЙ РИНОК: СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

**Березовська Л.В., асистент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Однією з головних цілей держави, а саме економічної безпеки, є продовольча безпека України. У Декларації Всесвітнього саміту з продовольчої безпеки відмічено, що продовольча безпека існує, коли всі люди завжди мають фізичний, соціальний та економічний доступ до достатньої кількості безпечного та поживного продовольства для задоволення своїх дієтичних потреб і харчових переваг для ведення активного і здорового життя.

Зважаючи на те, що саме в Україні зосереджено одну третину родючих чорноземів від світового запасу, серед яких 60 % мають рівнинну форму рельєфу, зернове господарство України є стратегічною і найефективнішою галуззю народного господарства. Зерно і вироблені з нього продукти завжди ліквідні, оскільки становлять основу продовольчої безпеки держави.

Симбіоз кліматичних та едафічних факторів природних умов України дають змогу вирощувати всі види зернових культур і дають змогу отримувати високоякісне продовольче зерно в обсягах, достатніх для забезпечення як внутрішніх потреб, так і формування експортного потенціалу.

Ринок зерна являє собою систему товарно-грошових відносин суб'єктів, які безпосередньо задіяні в процесі виробництва, зберігання, торгівлі та використання зерна на засадах вільної конкуренції, вільного вибору напрямів реалізації зерна та визначення цін, а також державного контролю за його якістю і зберіганням. Суб'єктами ринку зерна є товаровиробники зерна, підприємства із зберігання зерна, суб'єкти заставних закупок зерна і проведення інтервенційних операцій, акредитовані біржі та інші.

Внутрішньо-економічний ринок зерна формується через розвиток внутрішнього ринку зерна, хлібобулочної, борошно-круп'яної промисловості, спиртової, кондитерської, комбікормової, виробництво біопалива (що є предметом наукових досліджень та дуже актуальним, перспективним питанням) та залучення сільськогосподарського сектору тваринництва та рослинництва. В окремих випадках, від господарського току до кінцевої реалізації процес руху зерна акумулює в собі до 22 суміжних або побічних виробництв, які відбиваються на вартості кінцевого продукту.

Борошно-круп'яна галузь грає провідну роль в забезпеченні населення, а також інших галузей харчової промисловості такими соціально-значущими продуктами, як борошно та крупи. Україна має достатній потенціал для заготовлення продовольчого зерна для виробництва борошна та круп. Незважаючи на поступове зниження рівня споживання хліба в Україні, яке спостерігається в останні роки, борошно було та залишається стратегічно важливим продуктом, виробництво якого приносить стабільний дохід.

У 2002 р. було прийнято Закон України «Про зерно та ринок зерна в Україні», яким визначено пріоритетність виробництва зерна і держава взяла на себе зобов'язання сприяти розвитку та стабільному функціонуванню ринку зерна, спрямований на створення правових, економічних та організаційних умов конкурентоспроможного виробництва і формування ринку зерна для забезпечення внутрішніх потреб держави у продовольчому, насінневому та фуражному зерні, заходів щодо нарощування його експортного потенціалу.

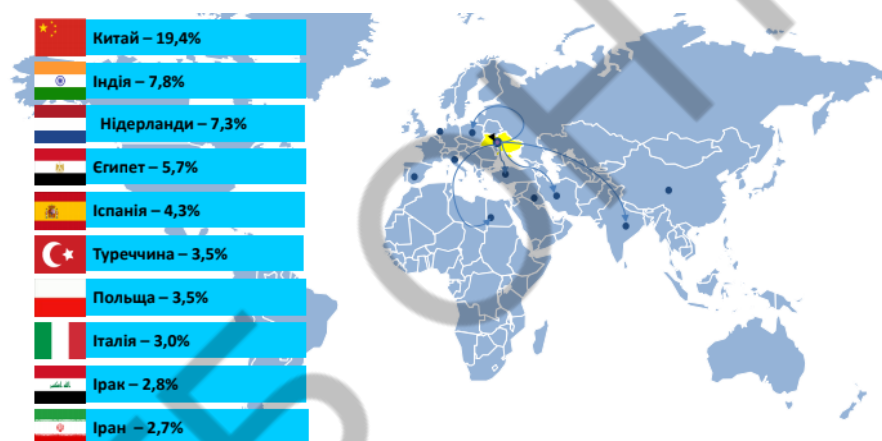
Проте розвиток цієї галузі вимагає перегляду ряду позицій щодо технічних та технологічних особливостей, організаційно-економічних та ринкових умов функціонування всього комплексу.

З метою удосконалення державного регулювання аграрного ринку та контролю за ціноутворенням було створено Аграрний фонд, який, на жаль, не ефективно впливає на зерновий ринок та не в змозі забезпечити цінову стабілізацію.

Пандемія коронавірусу суттєво не вплинула на світовий ринок зернових культур, проте зберігається певна невизначеність через втрати доходів внаслідок вжитих країнами обмежувальних заходів щодо стримування поширення хвороби та світового економічного спаду.



**Рис. 1 – Зовнішньоторговельний обіг продовольчими товарами та сільськогосподарською продукцією у січні-липні 2021р..**



**Рис. 2 – Основні країни, до яких транспортується українська сільськогосподарська продукція та продовольчі товари, 2021 р.**

Реалізувати потенціал національного зерновиробництва в найближчі роки цілком реально завдяки раціональному землекористуванню та розміщенню зернових культур по регіонах країни відповідно до природно-економічних умов, упровадженню інноваційних технологій і нових високопродуктивних сортів, застосуванню ефективніших засобів захисту рослин, добрив і мікроелементів, технічному переоснащенню виробництва новітньою багатофункціональною технікою.

Серед заходів, спрямованих на стабілізацію ринку, особливого значення набувають антиризикові методи зовнішньоекономічного характеру: посилення аналітичної та прогностичної роботи, запровадження технологій міжнародного маркетингу і менеджменту якості, завчасне складання

довгострокових контрактів, диверсифікація експорту зернопродукції за країнами та видами.

### **Література**

1. Жук В.М. Розвиток зернового ринку / В.М. Жук, М.П. Сичевський // Наукове обґрунтування інтенсифікації виробництва зерна в Україні: виступи науковців на засіданні Президії Національної академії аграрних наук України 27 липня 2011 р. – К.: Аграрна наука, 2011. – 156 с. - С. 92-101.

2. Стан агропромислового комплексу у січні-липні 2021 року [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <https://minagro.gov.ua/ua/investoram/monitoring-stanu-apk/stan-rozvitku-apk/stan-galuzej-apk>.

3. Навроцький Я. COVID-19: вплив запровадження карантину на ринок агропродовольчих товарів в Україні – Інститут аграрної економіки / Ярослав Навроцький. // Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки». – 2020.

4. Кузіна В. І. Трансформації на ринку зерна ячменю / В. І. Кузіна. // Вісник аграрної науки. – 2021. – №6. – С. 81–86.

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ В ОЦІНОЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Шевченко О.Ю., викладач вищої категорії**

**Одеський фаховий коледж економіки, права, готельно-ресторанного бізнеса,  
м. Одеса, Україна**

В Україні постійно відбуваються зміни пов'язані з процесом розвитку ринку землі та нерухомого майна, які вимагають вживання відповідних заходів у напрямку вдосконалення способів управління даними цього ринку, а також їх використання для оцінки вартості майна. Оцінка об'єктів нерухомого та рухомого майна необхідна для обґрунтування напрямків стратегічного розвитку суб'єктів господарювання.

Багато оціночних компаній в своїй професійній діяльності використовують інформаційні системи і програми, які дозволяють автоматизувати частину процесу оцінки.

Таке інформаційне забезпечення, дозволить забезпечити сферу оцінки нерухомого майна необхідною якісною актуальною інформацією, отримувати обґрунтований результат оцінки і значною мірою підвищити якість оціночних робіт. Розроблена інформаційна система управління діяльністю оціночної фірми дозволяє вести базу клієнтів, об'єктів оцінки, здійснювати облік документації та бухгалтерський облік.

Оцінка – це, перш за все, робота з інформацією. Тому сучасні оцінювачі навряд чи можуть представити проведення оцінки без Збірників укрупнених показників вартості відтворення, спеціального програмного забезпечення, сайтів агентств нерухомості, а також без використання мережі Internet.

Вже багато років спеціалісти з оціночної діяльності, використовують програми Word і Excel, що знаходяться в стандартному пакеті Microsoft Office. В останній час програмісти пропонують оцінювачам використовувати професійні програми. Проте деякі фахівці піддають сумніву необхідність в таких програмах.

Дослідження інтернет ресурсу показало, що на даний момент в Україні до послуг оцінювачів є близько 10 програм. Можливо, ще є якісь зовсім дрібні програми, створені для внутрішнього споживання, а не на продаж. Також є певний комплекс програм, якими користуються оцінювачі при проведенні оцінки майна. До них можна віднести:

1. Програма МПК «Оцінювача» призначена для ведення банку даних укрупнених показників вартості відтворення об'єктів аналогів для оцінки малоповерхових будинків, будівель та споруд на підприємствах України на основі існуючого законодавства та діючих інструкцій (“Інструкції про порядок проведення технічної інвентаризації об'єктів нерухомого майна”, “Зміни до Інструкції про порядок проведення технічної інвентаризації об'єктів нерухомого майна, наказом Держбуду України від 24.05.2001 N 127 та зареєстрованої в Мін'юсті України 10.07.2001 за N 582/5773” та ін.) [1].

Від програм аналогічного призначення вона відрізняється зручним і гнучким інтерфейсом, що дозволяє користувачу змінювати відображення даних, як на екрані комп'ютера, так і у твердих копіях звітів. Форми звітів є відкритими, тобто користувач може задавати їх самостійно, в межах діючого законодавства. Для відображення і друку звітів використовується зовнішня програма Microsoft Excel, що входить до складу Microsoft Office версії 97 (SP2) або вище.

Програма працює в режимі “клієнт-сервер”, що дає змогу підтримувати єдину інформаційну базу в межах підприємства, а також працювати кільком користувачам одночасно з різних робочих місць в одній локальній мережі (рис.1).

2. **ТЕРЕН-ЗОНУВАННЯ** – економіко-планувальне зонування території та масова грошова оцінка земель населених пунктів:

- створення та ведення баз картографічних та аналітичних даних про: функціональне використання земель; вулично-дорожню мережу; оціночні райони з їх трудовим, житловим, комунально-побутовим та рекреаційним потенціалами; інженерні мережі; екологію тощо;

- розрахунок витрат на освоєння та благоустрій території, визначення індексів транспортно-функціональної зручності, інженерно-інфраструктурного

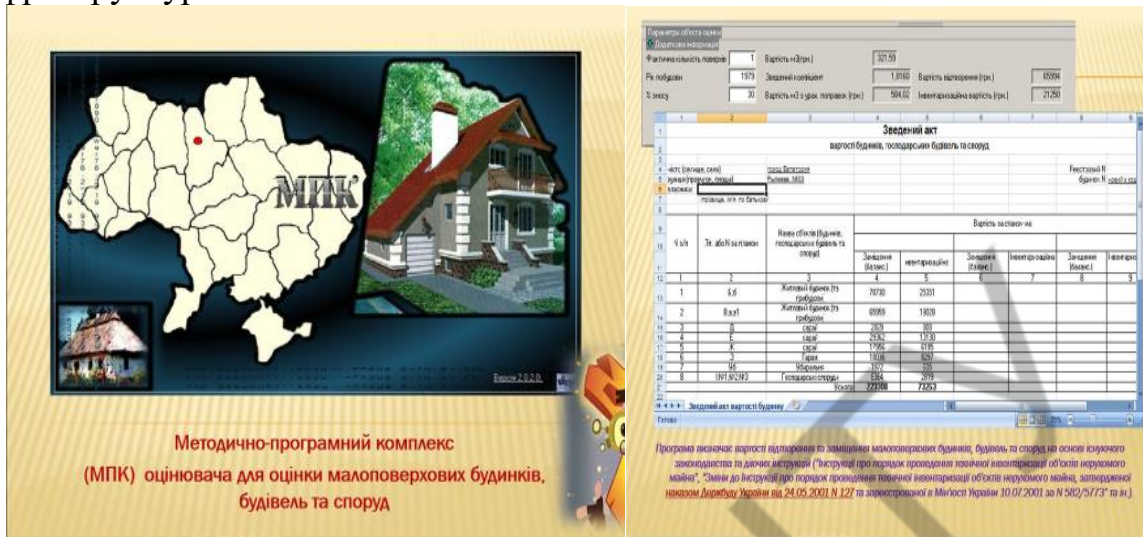


Рис. 1 - Методично- програмний комплекс оцінювача для оцінки малоповерхових будинків , будівель та споруд.

забезпечення, екологічних властивостей та соціально-містобудівної привабливості оціночних районів на множині відповідних натуральних показників або за їх експертною оцінкою;

- розрахунок комплексного індексу містобудівної якості території оціночних районів, визначення економіко-планувальних зон та грошової оцінки земель в них для різного функціонального використання земельних ділянок у відповідності з діючими нормативами України;

- створення тематичних карт за результатами розрахунків, підготовка та випуск технічної документації проекту масової грошової оцінки земель населених пунктів.

3. **ТЕРЕН-РЕЄСТР** – створення та ведення банку даних автоматизованої інформаційної системи земельного кадастру населених пунктів та районів:

- створення та ведення реєстрів земельних ділянок, угідь, юридичних та фізичних осіб землекористувачів, прав та сервітутів на земельні ділянки;

- конвертування обмінних файлів системи ІНВЕНТ-ГРАД в формати ГІС;

- ведення чергового плану використання земельних ресурсів;

- формування звітів на всій множині даних про суб'єкти та об'єкти землекористування.

Також на ринку інформаційних послуг для оцінки об'єктів нерухомості з'явився *онлайн сервіс Геоінформаційної системи «Увекон» «Калькулятор оцінювача»*.

У якості інструментарію для визначення вірогідної вартості об'єктів нерухомості групою компаній «Увекон» пропонується онлайн сервіс «Калькулятор оцінювача», а саме дві його версії:

- «Калькулятор оцінювача PRO»;
- «Калькулятор оцінювача SIMPL».

«Калькулятор оцінювача PRO» - є вбудованим в програмне середовище ГІС «Увекон» інструментом, метою впровадження та застосування якого є допомога професійному оцінювачу - користувачу системи шляхом введення певного набору даних про стан об'єкта нерухомості оперативно отримати інформацію про його ймовірну ринкову вартість станом на дату запиту. Базою застосування сервісу та джерелом отримання інформації є масив даних, що агреговані, накопичені, структуровані та валідовані засобами Геоінформаційної системи «Увекон». Актуалізація бази здійснюється не рідше ніж раз місяць. Робота користувача із «Калькулятором оцінювача PRO» відбувається через WEB інтерфейс індивідуального електронного кабінету в середовищі корпоративного сайту «Увекон» після відповідної реєстрації та авторизації. Методика розрахунку ймовірної вартості ґрунтується на результатах аналізу цін продажу (пропонування) на подібне майно та передбачає застосування порівняльного методу оцінки майна.

Алгоритм пошуку та відбору аналогів передбачає порівняння характеристик об'єктів нерухомості відповідно значенням критеріїв подібності, при цьому процедура порівняння є циклічною та у визначеному порядку здійснюються для кожного рівня географічної віддаленості об'єктів-аналогів від оцінюваного об'єкта.

«Калькулятор оцінювача SIMPL» є спрощеною але повністю автоматизованою версією «Калькулятор оцінювача PRO». При цьому, архітектура побудови інструменту передбачає можливість інтеграції його до програмного середовища користувача шляхом застосування протоколу API.

Оцінка у всьому світі розглядається як один із механізмів ефективного управління власністю. Будь яка організація повинна якнайкраще використовувати сприятливі можливості для свого ефективного функціонування, а також швидко реагувати на несподівані зміни ситуації. Цьому повинна сприяти інформаційна система, яка дозволяє забезпечити динамічну координацію дії за рахунок сучасних засобів зв'язку, програмних засобів та комп'ютерної техніки. Саме тому ми і обрали цю тему, щоб трохи відкрити для нас цю тему, яка зазвичай знаходиться в тіні. Адже оціночна діяльність – надзвичайно важлива сфера діяльності в Україні, а отже, тема

інформаційних систем та технологій в оціночній діяльності повинна розглядатися.

**Висновок.** Від оцінювачів все більше чекають всебічно обґрунтованих результатів оцінки із застосуванням методів аналізу великих даних у своєму продукті. Отже, оцінка належить до видів діяльності, які однозначно потраплять під вплив цифровізації, і це своєю чергою буде потребувати кардинальної зміни вимог до компетенцій оцінювачів.

Тому абсолютно очевидно, що трансформація оціночної галузі також станеться через впровадження нових технологій, за допомогою яких будуть побудовані нові моделі оцінки.

### Література

1. Інструкції про порядок проведення технічної інвентаризації об'єктів нерухомого майна (Зміни до Інструкції про порядок проведення технічної інвентаризації об'єктів нерухомого майна, наказом Держбуду України від 24.05.2001 N 127 та зареєстрованої в Мін'юсті України 10.07.2001 за N 582/5773).

2. <https://www.uvecon.ua/ua/otsiniti-neruhomist.html>

## ДИВЕРГЕНТНО-КОНВЕРГЕНТНИЙ ХРОНОТОП ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Юшин С.О., д.е.н., професор

ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААНУ, м. Київ, Україна

**Вступ.** Висхідним пунктом цивілізаційного розвитку людства став винахід сільського господарства як визначального засобу продовольчого забезпечення суспільств. Подальший розвиток сільського господарства був наслідком застосування більш продуктивних засобів виробництва. Але такі нові засоби були відповіддю на потужні виклики (особливо – голоду). Як підкреслював П. Сорокін: «всякий раз, коли чисельність населення досягає критичної позначки, голод ставить ультиматум: або винаходь – або помри; одні групи вимирали, інші винаходили» [1, с. 252]. У цьому аспекті варто враховувати те, що будь-які винаходи здійснюються нерівномірно у часі та просторі. Саме на це у свій час звертав увагу І.І. Лукінов: «складно повно використовувати пульсуючий характер науково-технічного прогресу і його нерівномірність у аграрному секторі разом із співвідношенням зовнішніх цінових і глибинних вартісних форм руху продукту» [2, с. 162]. Якщо це перевести у систему сучасних понять, то тут мова ведеться про реалізацію «інвестиційно-інноваційної моделі розвитку», яка визначена у Державній

цільовій програмі розвитку українського села на період до 2015 року. По суті, зазначена модель є складною системою, елементи якої розвиваються асинхронно. Стимулювання інвестиційної та інноваційної видів діяльності, на думку І.І. Лукінова, відіграє вирішальну роль у стратегічних цілях ринкового реформування [3, с. 372]. Це потребує дослідження аспектів її синхронізації [3, с. 220] та асинхронізації [4, с. 79; 5, с. 17]. А через те, що будь-яка еволюція, стверджував В. Парето, здійснюється «хвилеподібно» (циклічна взаємозалежність феноменів у просторі та часі, де синтез, який слідує за аналізом, має забезпечити їх нову диспозицію) [6, с. 469], процес інноваційно-інвестиційного розвитку варто досліджувати у координатах дивергентно-конвергентного хронотопу [7, с. 183] з визначенням періодів реалізації загальних і галузевих інвестиційних та інноваційних механізмів.

**Матеріали і методи дослідження.** Об'єктом даного дослідження є становлення інноваційно-інвестиційного моделі господарського розвитку в Україні за період державної незалежності у контексті національних та світових тенденцій. Крім того, у якості об'єктів дослідження виступає правове поле України у частині відповідних законів і норм, спрямованих на створення передумов розгортання інноваційно-інвестиційної діяльності.

У даному дослідженні застосовувались наукові методи аналізу та синтезу, системний і структурно-функціональний підходи до узгодженого позиціонування елементів інноваційної та інвестиційної діяльності, які мають забезпечити загальну позитивну динаміку розвитку вітчизняного аграрного сектора економіки у найближчій і більш віддаленій перспективі.

**Результати дослідження.** На сьогодні усе людство зосереджене на питаннях реалізації цілей сталого розвитку на період до 2030 року. Згідно з Указом Президента України (№ 722, 2019 р.), саме дані цілі є орієнтирами для розроблення проектів прогнозних і програмних документів, проектів правових актів з метою єдності економічного, соціального та екологічного вимірів розвитку України. Декларація з продовольчої безпеки (Всесвітній саміт, ФАО, Рим, 16-18 листопада, 2009 р.) у принципі сталої глобальної продовольчої безпеки внесла інвестиційні та інноваційні засоби. Такий підхід віддзеркалює розвиток теорії економічного розвитку Й. Шумпетера, яка пояснює активність та пасивність господарської поведінки з позиції «стрибків» від старої до нової комбінації факторів виробництва на основі матеріально (= інвестиційно) забезпечених інновацій [8, с. 83, 178, 292].

Набуттю Україною статусу незалежної держави передувало прийняття у 1990 р. Закону «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві» (№ 400), яким була визнана виняткова значущість та незамінність продукції сільського господарства у життєдіяльності людини і суспільства. Серед механізмів, які мали забезпечити аграрний розвиток, Закон № 400 виділив механізм

інвестування і механізм нововведень (інноваційний). Тоді ж був прийнятий Закон УРСР «Про економічну самостійність» (№ 142), який визначив пріоритетність національної інвестиційної та науково-технічної політики.

Безумовно, на даному етапі згадана вище інвестиційно-інноваційна модель розвитку (ІІМР) як завершена цілісність ще не відбулася. Сама ідея конвергенції інвестиційної та інноваційної складових ІІМР була присутня вже на стадії прийняття Закону України «Про інвестиційну діяльність» (№ 1560, 1991 р.), де інвестиції були визначені як усі види майнових та інтелектуальних цінностей, а інноваційна діяльність розглядалася лише як складова діяльності інвестиційної. Саме цим пояснюється те, що протягом перших 10 років дії Закону № 1560 в Україні домінувало прагнення саме до майнових цінностей при ігноруванні цінностей інтелектуальних. На це вказують прийняті Закони України «Про захист іноземних інвестицій на Україні» (№ 1540, 1991 р.), «Про іноземні інвестиції» (№ 2198, 1992 р.), «Про Державну програму заохочення іноземних інвестицій в Україні» (№ 3744, 1994 р.), «Про режим іноземного інвестування» (№ 93, 1996 р.) тощо. Аналогічні акти приймав і Кабінет Міністрів України: Порядок визначення продукції власного виробництва підприємств з іноземними інвестиціями (1996 р.), Порядок державної реєстрації договорів (контрактів) про спільну інвестиційну діяльність за участю іноземного інвестора (1997 р.), Типовий договір на реалізацію інвестиційного проекту на території пріоритетного розвитку, в спеціальній (вільній) економічній зоні (1999 р.). Отже, інноваційна складова інвестиційної діяльності тоді фактично ігнорувалася.

Наприкінці 90-х років вичерпаність кількісних підходів до розвитку виробництва стала виразною. У 1999 р. був прийнятий Закон України «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків» (№ 991). Але суттєвих зрушень у конвергенції інвестиційних та інноваційних процесів загалом досягнуто не було. З прийняттям у 2002 р. Закону України «Про інноваційну діяльність» (№ 40) виникла потенційна можливість перейти з кількісних «рейок» на якісні. У 2003 р. прийнятий Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» (№ 433), у якому (ст. 7. Стратегічні пріоритетні напрями інноваційної діяльності) було зроблено наголос на зв'язку інновацій зі сталим розвитком. В 2004 р. був прийнятий Закон «Про Загальнодержавну програму розвитку високих наукоємних технологій», а Кабінет Міністрів України затвердив Державну програму прогнозування науково-технологічного та інноваційного розвитку на 2004-2006 рр. У 2006 р. був прийнятий Закон «Про державне регулювання діяльності в трансфері технологій». У 2007 р. Кабінет Міністрів України видав розпорядження (№ 255-р) про створення регіональних центрів інноваційного розвитку, також схвалив (№ 381-р) Концепцію Державної цільової економічної програми «Створення в Україні

інноваційної інфраструктури на 2008-2012 роки». Проте, до нової версії Закону «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» (№ 3715, 2011 р.) розділ стосовно зв'язку інновацій зі сталим розвитком був виключений. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року (2013 р.) містить положення про сталий розвиток та пріоритетне фінансування інноваційно-інвестиційних проектів на засадах ДПП, хоча без визначення механізмів практичної їх реалізації.

Певні сподівання стосовно перспектив конвергенції інвестиційного та інноваційного потенціалу України відбулися з утворенням Державного агентства України з інвестицій та інновацій (Указ Президента України № 1873, 2005 р.). Але реалії були такі, що Кабінет Міністрів України утворив у 2000 р. фонд соціальних інвестицій, у 2001 р. прийняв Програму розвитку інвестиційної діяльності на 2002-2010 роки, у 2002 р. прийняв Порядок затвердження інвестиційних програм і проектів будівництва, схвалив Програму «Інвестиційний імідж України», у 2005 р. **створив Український центр сприяння іноземному інвестуванню, у 2006 р.** – Порядок надання пільгових кредитів для реалізації інвестиційних проектів впровадження енергозберігаючих технологій та технологій з виробництва альтернативних джерел палива, у 2007 р. утворив Раду інвесторів та Координаційно-моніторингове комітет з модернізації інвестиційного середовища, затвердив Положення про Національне агентство екологічних інвестицій України та порядок затвердження інвестиційних програм і проектів будівництва. Рекомендації парламентських слухань на тему: «Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації». (Постанова Верховної Ради України № 1244, 2007 р.) з огляду на ситуацію у цій сфері дала оцінку її негативного стану. Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року (Постанова Кабінету Міністрів України № 1158, 2007 р.) передбачала систему заходів, спрямованих на формування ПМР сільського господарства. Але поки що вона існує лише на папері через відсутність системи правових передумов практичної реалізації інвестиційного та інноваційного потенціалів галузі.

Нові можливості реалізації ПМР містяться у процесах інформатизації і цифровізації. Окінавська хартія Глобального інформаційного суспільства (ГІС, 2000 р.) знайшла свій вираз у Законі України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» (№ 537, 2007 р.), де згадане зменшення цифрової/інформаційної нерівності відповідно до Декларації тисячоліття ООН (2000 р.). Цифрові аспекти інформатизації в Україні набули нового звучання після підписання **Угоди про асоціацію між Україною та ЄС**. У 2018 р. **розпорядженням Кабінету Міністрів України № 67-р** була схвалена «**Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки**», де аграрний сектор та інновації

**визнані пріоритетом.** Безумовно, усі вищенаведені правові акти створили дієві передумови для реалізації настанов прийнятого у 2021 р. Закону України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» (№ 1667), де визначені організаційні, правові та фінансові засади функціонування правового режиму Дія Сіті – системи, що запроваджується з метою залучення інвестицій і т.і. Настанови Закону № 1667 збігаються з положеннями «Національної економічної стратегії на період до 2030 року» (постанова Кабінету Міністрів України № 179, 2021 р.), яка констатує, що стрімкий розвиток цифрової економіки створив виклики і нові можливості для України, у т.ч. для реалізації інвестиційних та інноваційних проєктів.

**Висновки.** Наведені вище матеріали дозволяють стверджувати, що:

- 1) розвиток аграрного сектора економіки є похідною інноваційного (на рівні 85 %) інвестування систем галузевого виробництва і управління;
- 2) перешкодою синтезу цілісної ПМР стоять дивергентно-асинхронні принципи розвитку як її складових, так і регулюючих процес інститутів;
- 3) дивергентно-конвергентний хронотоп на етапі входження України до ГІС стає концептуальною системою координат реалізації цілісної ПМР.

### Література

1. Сорокин П.А. Голод как фактор. / П.А. Сорокин ; Пер. с англ. – М.: Academia&LVS, 2003. – 684 с.
2. Лукинов И.И. Воспроизводство и цены. / И.И. Лукинов. – М.: Экономика, 1977. – 514 с.
3. Лукинов І.І. Економічні трансформації (наприкінці ХХ сторіччя). / І.І. Лукинов. – К.: ІЕ НАНУ, 1997. – 455 с.
4. Гейтс Б. Дорога в будущее / Б. Гейтс ; Пер. с англ. – М.: Русская редакция, 1996. – 312 с.
5. Адизес И. Идеальный руководитель: Почему им нельзя стать и что из этого следует / И. Адизес ; Пер. с англ. – М.: АПБ, 2007. – 262 с.
6. Парето В. Компендиум по общей социологии / В. Парето ; Пер. А. А. Зотова. – 2-е изд. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 511 с.
7. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Г. Минцберг ; Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004. – 512 с.: ил.
8. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. / Й.А. Шумпетер; Пер. з англ. – М.: Директмедиа Паблішинг, 2008. – 455 с.

## АНТИЦИКЛІЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ: ІННОВАЦІЇ В МЕТОДОЛОГІЇ

Кулаковська Т.А., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Економіка сучасної держави – це складне системне поєднання механізмів ринкового саморегулювання із цілеспрямованим державним впливом на окремі сфери життєдіяльності. Досягнення бажаного балансу між ринковим механізмом, та державним регулюванням вимагає розробки системи «стримувань і противаг», які мають бути вбудовані в механізми державного регулювання. Одним з таких механізмів є антициклічне регулювання економіки, як система впливу держави на ринковий механізм.

Агропродовольчий сектор, маючи складну систему міжгосподарських зв'язків, є сукупністю підсекторів, циклічний розвиток яких обумовлений впливом різних ендогенних та екзогенних чинників, що відображається у часових характеристиках циклів розвитку та створює підґрунтя для врахування цих відмінностей при розробці антициклічних програм.

Для врахування важливого економічного ресурсу, яким є час, в антициклічному регулюванні розвитку агропродовольчого сектору, було введено в економічну теорію категорію «темпоральне антициклічне регулювання розвитку агропродовольчого сектору» як процесу цілеспрямованого впливу державних та наддержавних органів влади на соціально-економічні процеси, обумовлені синхронізацією розвитку підсекторів агропродовольчого сектору між собою та із зовнішніми чинниками з метою запобігання негативним соціально-економічним наслідкам їх темпоральної збіжності з використанням селективних важелів антициклічного регулювання, спрямованих на розсинхронізацію стагнаційних циклів та недопущення стану продовольчої небезпеки. Визначено форми прояву темпоральності в антициклічному регулюванні [1].

Розроблена структурно-логічна схема методологічного підходу до темпорального антициклічного регулювання розвитку агропродовольчого сектору, яка містить концептуальний та методичний базис. Концепція темпорального антициклічного регулювання розвитку агропродовольчого сектору побудована з урахуванням системи загальноекономічних та темпоральних принципів, серед яких виділено такі, як диференціація заходів щодо державного регулювання агропродовольчого сектору відповідно до фаз розвитку економіки; синергія та інерційність ефекту; дифузія ефекту; темпоральність складових системи; когерентність циклів; ймовірність подій; резонансність. Для побудови цілісної системи антициклічного регулювання розвитку агропродовольчого сектору за більшістю загальноекономічних принципів виділено їх темпоральні ознаки, показаний

зв'язок між принципами, темпоральними ознаками процесів та явищ з показниками розвитку агропродовольчого сектору [2, 3].

Методичний базис об'єднує методики і рекомендації, які мають використовуватися в ході антициклічного регулювання агропродовольчого сектору з урахуванням темпоральності.

Запропонований комплекс методичного забезпечення щодо обґрунтування складових антициклічної політики для підсекторів агропродовольчого сектору, який містить рекомендації з обрання множини параметрів аналізу кон'юнктури зовнішніх і внутрішніх ринків підсекторів агропродовольчого сектору з метою визначення стадій економічного циклу та характеру регуляторної політики; з визначення важелів антициклічного регулювання, взаємодія яких може надати синергійного ефекту (це обґрунтовує необхідність постановки завдання обрання найкращої конфігурації цих важелів, які орієнтовані як на виробництво, так і на споживання, відрізняються «лагом ефекту» – часом настання позитивного результату антициклічного регулювання їх впровадження); з оцінки характеру впливу селективних важелів антициклічного регулювання агропродовольчого сектору на основі умовного представлення сфери взаємодії результуючих чинників та сфери селективних важелів на показники розвитку сектору та економіки країни [3].

Методичні рекомендації були апробовані на прикладі агропродовольчого сектору. Виходячи з класичного уявлення про можливий характер антициклічної політики, було побудовано матрицю стимулювання (прискорення) та матрицю стримування (гальмування) дії важелів. Шляхом оцінки таких параметрів як рівень взаємодії і рівень активності, з урахуванням лагу запізнення, було виявлено ефективні інструменти антициклічної політики для агропродовольчого сектору, серед яких прогресивна шкала оподаткування доходів громадян, експортна квота, ввізне мито, пільгові ставки ПДВ на базові продукти харчування, дотації виробникам, бюджетне відшкодування програм пільгового кредитування [3].

Здійснено імітаційне моделювання впливу важелів антициклічної політики на результуючі показники функціонування агропродовольчого сектору. Основою стало використання інструментарію когнітивного моделювання, що реалізувалося у побудові знаково орієнтованого графу для двох систем – системи діючих важелів і системи запропонованих важелів.

З метою організація внутрішніх і зовнішніх господарських відносин агропродовольчого сектору України запропоновано організаційно-економічний механізм темпорального антициклічного регулювання розвитку агропродовольчого сектору, який є відображенням взаємозв'язків між всіма його елементами, де центральними виступають саме важелі, які становлять осередок управлінського впливу суб'єктів на об'єкт регулювання – галузі

агропродовольчого сектору. Органічне поєднання запропонованих видів забезпечення сприятиме ефективному веденню управлінської діяльності для досягнення цілей антициклічного регулювання агропродовольчого сектору України [3].

### **Література**

1. Kulakovska T. (2020). The temporal concept of state countercyclical regulation of the economy (on the example of the agri-food sector). Global Academics. International Journal of Advance Researches (USA). Vol. 3(9).

2. Логинов Е.Л. Проявление когерентного резонанса между циклами макроэкономической динамики с учетом структурных колебаний: ключевая характеристика текущего кризиса в мировой экономике и в России. Научный доклад. РАН, 2017. 38 с.

3. Кулаковська Т.А. Державне антициклічне регулювання розвитку агропродовольчого сектора України: теорія, методологія, практика: монографія. Одеса: Астропринт, 2019. 392 с.

## **ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Крупіна С.В., к.е.н., доцент,  
Немикіна Л.В., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

В сучасному світі саме фінансовий стан суб'єктів господарювання формує фінансове становище його працівників, галузі господарювання, в якій знаходиться це підприємство, регіону та країни в цілому.

Основним фінансово-економічним показником оцінки діяльності підприємства в сучасних ринкових умовах є прибуток, саме він більш за все показує ефективність виробництва та економічної діяльності підприємства.

Питання прибутковості підприємства багато років розглядають у своїх працях різні вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких: Шеремет А.Д., Ковальов В.В., Мочерний С.В., Савчук В.П., Савицька Г.В., Бланк І.О., Покропівний С.Ф. та інші.

Але сьогодні у цьому напрямку досліджень залишається ще багато питань, які потрібно і подальше вивчати та обговорювати, саме тому тема підвищення прибутку підприємства є актуальною для нашого дослідження.

Прибуток – це одна з важливіших економічних категорій, яка є основною умовою функціонування підприємства та його конкурентоспроможності на ринку.

Прибуток – це основний фінансовий результат діяльності підприємства та грає наступні ролі у підприємницької діяльності:

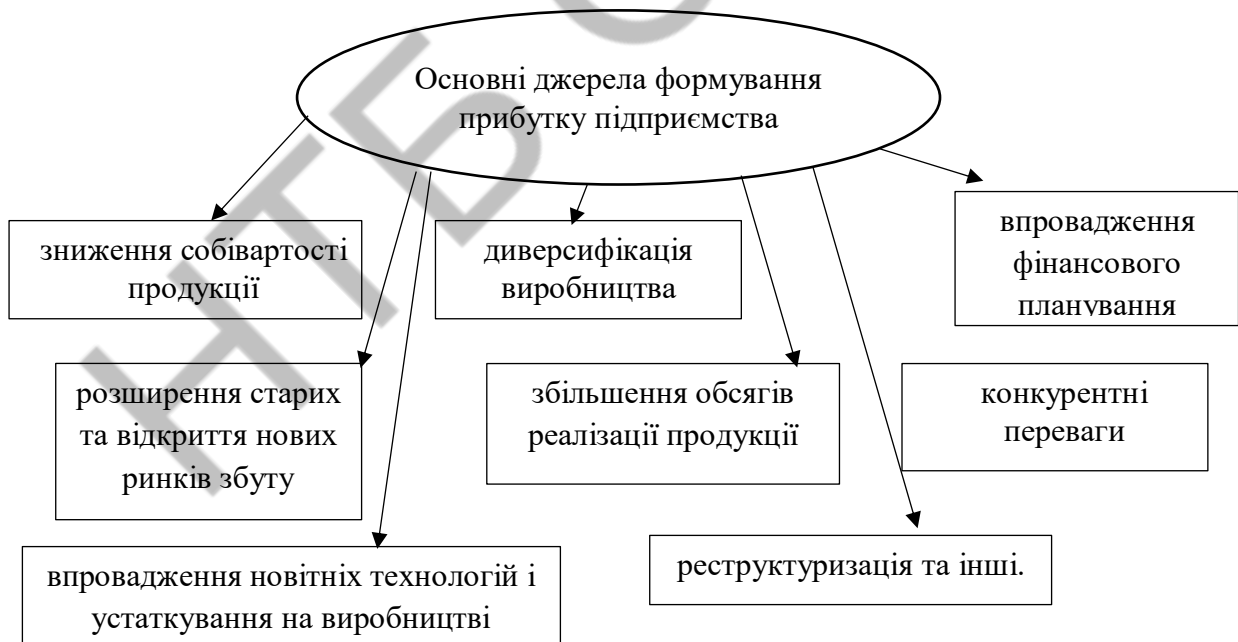
- головна мета діяльності підприємства;
- основа економічного розвитку підприємства;
- показник оцінки ефективності заходів;
- основний внутрішній фінансовий ресурс що забезпечує розвиток підприємства;
- джерело приросту вартості підприємства та інші.

Прибутковість підприємства є основним показником, який відображає результати фінансово-господарської діяльності та забезпечує ідентифікацію напрямів і шляхів її підвищення.

В даний час економічна ситуація в світі змінюється практично щодня та підприємці постійно повинні знаходити шляхи максимізації свого прибутку, розроблюючи тактичні і стратегічні плани. Кожна галузь має свої особливості отримання прибутку, тому немає єдиних шляхів його підвищення для підприємств.

На самому першому етапі виявлення та розробки шляхів підвищення прибутку підприємства необхідно проаналізувати ринок, конкурентів, споживачів та багато інших складових ринку.

Аналіз – це основа будь-якої діяльності, так як завдяки йому можливо виявити резерви збільшення власного прибутку підприємства. Основними джерелами формування прибутку підприємства можуть бути різні напрями, які запропоновано на рисунку 1.



**Рис. 1 – Основні джерела формування прибутку підприємства**

На джерела формування прибутку підприємства впливають багато внутрішніх та зовнішніх факторів.

До зовнішніх факторів належать: надзвичайні події; стан економіки країни, політичні зміни в країні; зміни в національному та міжнародному законодавстві; конкуренти та продукція, яку вони виробляють; соціальні умови розвитку держави; рівень інфляції; стан банківського і фінансового секторів економіки; постачальники ресурсів; партнери підприємства; смак споживачів та їх платоспроможність і інші.

Внутрішні фактори: фінансова політика підприємства; соціальні програми та курси для працівників підприємства; технічний рівень підприємства; впровадження нових технологій; виробництво нової та конкурентоспроможної продукції та інші.

Розробка та впровадження шляхів підвищення прибутку підприємства є багаторівневим, складним процесом, який потребує уваги з боку керівництва та достатнього фінансування. Однак результатом цього процесу є стабільний розвиток підприємства, ефективність його діяльності, зміцнення конкурентних позицій на ринку тощо.

Основними шляхами отримання максимального прибутку підприємством є: повне використання ресурсів, використання високоякісних та інноваційних основних засобів, підвищувати рівень кваліфікації персоналу підприємства, покращувати підготовку до процесу виробництва, впроваджувати прогресивні технології, удосконалювати організацію виробництва і праці, проводити оптимізацію структури виробництва та збуту та інші.

Також можна казати, що в сучасних умовах необхідно проведення ефективної державної економічної політики, що дозволить у сукупності дій держави і підприємства забезпечити високу економічну ефективність будь-якого виробництва.

### Література

1. Мочерний С.В. Економічний довідник / За ред. Мочерного С.В. К.: Феміда, 1995. 368 с.
2. Савчук В.П. Управление прибылью и бюджетирование [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://altairbook.com/books/3996945-upravlenie-pribylyu-i-byudjetirovanie--cd-rom.html>
3. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства / Навчальний посібник 2-ге вид., випр. і доп. К.: Знання, 2005. – 662 с.

# МОДЕЛЬ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ

Кушнір О.І., аспірант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

**Актуальність.** Порушення інклюзивності або гармонії у розвитку життя є основною причиною глобальної кризи сучасності. Прогрес окремих його форм (сovid-19, «Американська бабочка») стримує розвиток людства. Аналогічно у суспільстві розвиток багатих (держави, населення,) унеможливорює розвиток бідних і збереження довкілля, що у теперішніх умовах є неприпустимим, оскільки не відповідає закону еволюції життя (незворотність, прискорення темпів, нерівномірність, етичне відношення до розвитку усіх живих істот). У теперішній час зупиняється усе, що протидіє цьому закону [1, с. 9–10]. Актуальним є дослідження інклюзивного розвитку агробізнесу в Україні.

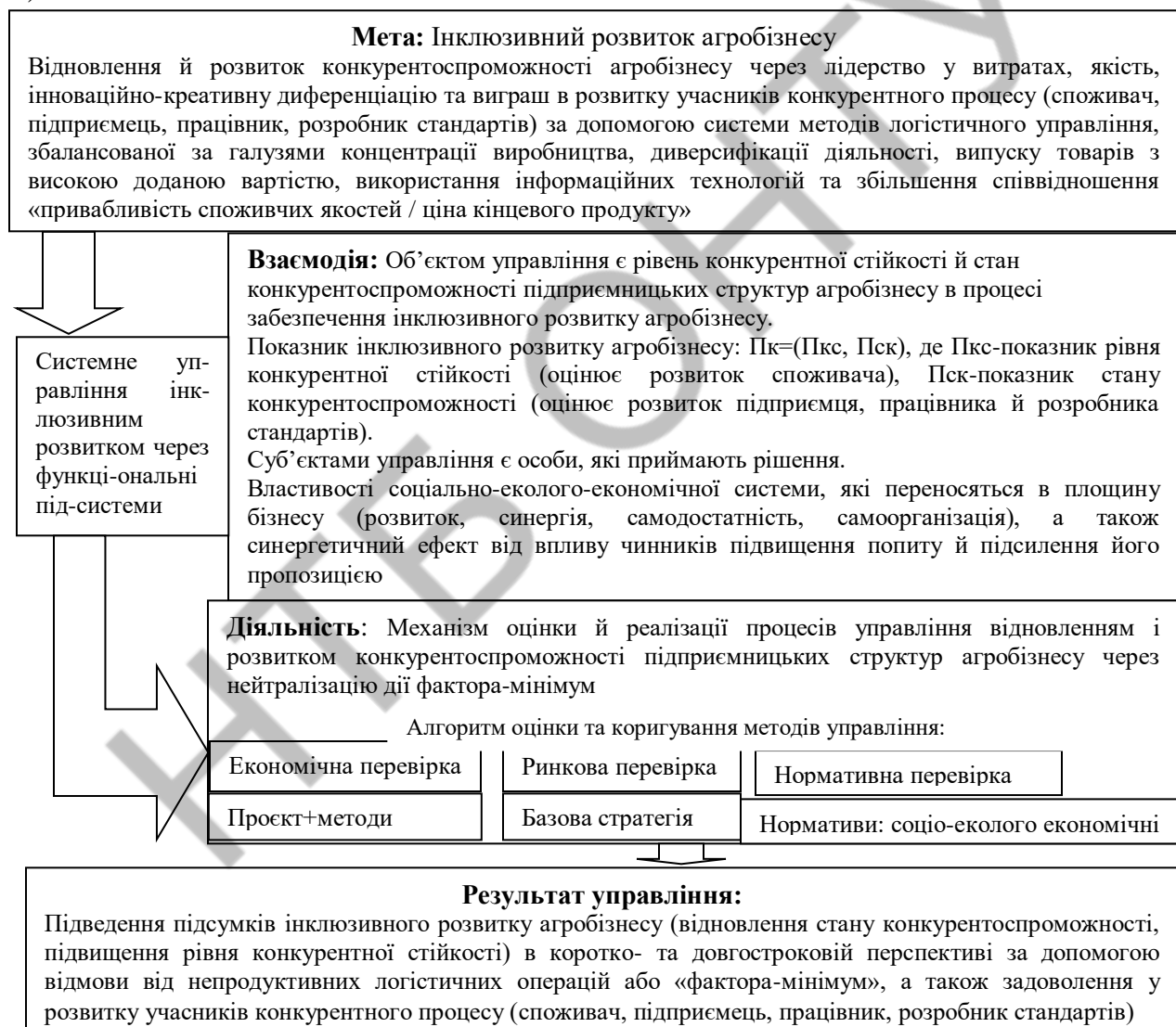
**Огляд основних досліджень та публікацій.** Існує декілька підходів до забезпечення інклюзивного або гармонійного розвитку: сталий, соціально орієнтований, людиноцентричний, екологічно збалансований т. ін. Загальною умовою є наявність у розвитку соціальної, екологічної й економічної складових. О. Павлов робить акцент на тому, що «сталий розвиток є всебічно збалансованим суспільним розвитком, в якому економічні та соціальні процеси узгоджуються зі станом навколишнього природного середовища» [2, с. 94]. В. Самофатова конкретизує, що «в контексті функціонування агропродовольчої сфери сталий розвиток – це насамперед економічне зростання, за якого ефективно розв'язуються найважливіші проблеми життєзабезпечення суспільства без виснаження і деградації довкілля» [3, с. 80].

Впровадження ідей сталого розвитку в минулому й на початку ХХІ століття було засновано на культурному розвитку депресивних місцевих громад за рахунок туризму. В Україні було запроваджено програму розвитку п'яти агрокультурних кластерів на основі сільських місцевих культурологічних, екологічних, просвітницьких агротуристичних дестинацій [4]. Її впровадження показало, що культурні заходи треба організовувати не стільки для туристів, а насамперед для сільських працівників. О. Жигулін вбачає доцільним створення мережі центрів креативного сільського господарства навколо сільських місцевих дестинацій за допомогою ресурсів середнього агробізнесу. Для цього будується інфраструктура з метою проведення регулярних творчих культурних заходів (День українського села, Свято молока т. ін.). Приплив на село креативних людей є необхідною умовою приваблення молоді й розвитку підприємництва [1, с. 358–361]. С. Дідух пропонує залучити до гармонійного розвитку сільських громад ресурсів великого агробізнесу на основі інклюзивного розвитку агропродовольчих вертикальноінтегрованих компаній України [5].

Разом з тим, невирішеною залишається проблема забезпечення гармонії у розвитку суспільства, бізнесу й держави.

З огляду на це, актуальною є розробка моделі інклюзивного розвитку агробізнесу через конкурентоспроможність на ринку й задоволення потреб суспільства, бізнесу й держави.

Інклюзивність розглядається як залучення до розвитку усіх, без відмінностей і обмежень [6]. Оскільки економічний прогрес є інвестиційною основою вирішення соціальних й екологічних проблем, то модель інклюзивного розвитку агробізнесу повинна бути орієнтованою на результативну економічну діяльність. Такою діяльністю є комплекс заходів щодо забезпечення конкурентоспроможності бізнес-структури на ринку (рис. 1).



**Рис. 1. Модель інклюзивного розвитку агробізнесу через конкурентоспроможність на ринку й задоволення потреб суспільства, бізнесу й держави\***

Примітка. \*Удосконалено автором на основі [1, с. 370].

Особливістю запропонованої моделі є, по-перше, включення у число зацікавлених сторін споживача, підприємця, працівника й розробника стандартів (представника держави). Задоволення інтересів усіх створює синергетичний ефект спільного розвитку. Це те, чого не вистачає людству для виходу із кризи, а підприємствам України – із стану неконкурентоспроможності. Друга особливість моделі полягає в урахуванні існування комплексу основних споживчих властивостей товарів (економність, якість, креативна диференціація) та пов'язаних з ним форм прояву специфічних економічних й екологічних законів, базових конкурентних стратегій (лідерство у витратах, висока якість, креативна диференціація), методів логістичного управління підвищенням конкурентоспроможності й механізму оцінки, відновлення й розвитку конкурентоспроможності.

Умови одержання синергетичного ефекту, коли усі складові процесу не суперечать, а посилюють один одного, наведемо через прояв спільної дії законів попиту, пропозиції, підвищення продуктивності праці, еволюції життя. Зростання попиту на товари підприємств агробізнесу відбувається, коли головна споживча властивість їх атрибутів (або економність, або якість, або креативна диференціація) співпадає з типом стійкої структури виробничої діяльності підприємства (економно-, якісно-, диференційно-дисипативна структура) й психофізіологічними характеристиками працівників (динамік, статик-раціоналізатор у сфері якості, інтуїтив-творець).

Якщо забезпечити смаки й уподобання споживачів за рахунок конкурентоспроможних, розвиваючих їх атрибутів товарів (розвиток попиту), які постійно вдосконалюються вмотивованими у власному саморозвитку працівниками (розвиток продуктивності праці), то це сприятиме розвитку через логістичні ІТ технології виробничої системи (розвиток пропозиції), що закріплюється у стандартах (еколого-соціо-економічна сфера).

Вмотивованість працівників і підприємців полягає у тому, по-перше, що створення конкурентоспроможного продукту їм подобається, по-друге, – має творчий (не рутинний) характер через усунення непродуктивних операцій, а по-третє, – не вимагає фізичного напруження із-за автоматизації виробництва за допомогою інформаційних технологій.

В моделі інклюзивного розвитку агробізнесу використовується визначення конкурентних переваг товарів сільськогосподарських підприємств і підприємницьких структур агробізнесу, які забезпечують їх ресурсною, збутовою й просторовою базою функціонування. Зазначені конкурентні переваги відрізняються тим, що позначаються: «економністю» (час, гроші), якщо купується товар фізіологічного призначення (продукти харчування, послуги транспортування, фінансування, зберігання, продажу); «якістю» у разі придбання товарів, які задовольняють потреби в безпеці й комфорті (машини й обладнання для аграрного сектору, технічний сервіс, страхування посівів і

підготовка кадрів); «інноваційно-креативною диференціацією», коли за рахунок товару задовольняються вищі потреби людини (послуги з рекламування агропродуктів, створення брендів, агротуристичний та виставковий бізнес, агродизайн, підприємства галузей креативної індустрії) [1, с. 345]. Врахування вищевказаного сприятиме створенню пропозиції, яка задовольнить платоспроможний попит.

Важливим орієнтиром в дослідженні є використання методичного підходу до формування виробничого персоналу підприємницьких структур агробізнесу, який характеризується тим, що враховується сполучення індивідуальних характеристик працівників з напрямом конкурентної переваги товару. Для виробництва «економного» товару підходять динамічні працівники, схильні до виконання великого обсягу роботи за короткий термін (трактористи-машиністи, водії, майстри машинного доїння, заготівельники, працівники закладів швидкого харчування), «якісного» – статичні особистості, що надають перевагу не кількості, а якості праці (робітники сільськогосподарських підприємств із ремонту агротехніки, агромашинобудівних заводів, страхових компаній та навчальних закладів з підготовки кадрів), «інноваційно-креативного диференційованого» – творчі працівники, здатні задовольняти не нижчі, а вищі потреби споживача (фахівці у сфері брендингу й реклами агропродуктів, робітники сільського туризму) [1, с. 337].

Цьому сприяє досконалий механізм оцінки й реалізації процесів управління відновленням і розвитком конкурентоспроможності підприємницьких структур агробізнесу на основі інклюзивного підходу, який базується на описі методів управління підвищенням конкурентоспроможності у функціональних видах діяльності та послідовній перевірці їхньої дії на забезпечення рентабельності, відповідність базовій конкурентній стратегії й нормам державного регулювання (соціальна, екологічна, економічна сфера). Висновок про успішну реалізацію процесів управління конкурентоспроможністю структури бізнесу робиться у разі позитивного результату усіх перевірок. Наведений механізм дозволяє оперативно (щомісяця) виявляти та нейтралізувати дію фактора-мінімум, який руйнує конкурентоспроможний стан і унеможливує конкурентну стійкість, а також контролювати й забезпечувати інклюзивний розвиток структури бізнесу на ринку.

Результати дослідження впроваджено на ПП Аккерманзернопром і ПП Агрокомпанія «Агроток». У господарствах сформовано «економно-дисипативну» структуру управління виробничою діяльністю: стандартизований продукт, конкурентоспроможна ціна, реклама конкурентних цін і високої продуктивності, збут з акцентом на конкурентних цінах в умовах демонстрації високої продуктивності, масове виробництво, персонал

«динаміки-сенсорики», інвестиції у високопродуктивну техніку й технологію, динамічне управління фінансами. Дана структура підтримується у часі за допомогою «Механізму оцінки й реалізації процесів управління відновленням і розвитком конкурентоспроможності підприємницьких структур агробізнесу на основі інклюзивного підходу», що дозволяє суб'єктам агробізнесу бути конкурентоспроможними на ринку.

Проведені дослідження дали можливість розробити «Модель інклюзивного розвитку агробізнесу через конкурентоспроможність на ринку й задоволення потреб суспільства, бізнесу й держави».

Впровадження результатів дослідження в структурах агробізнесу Одеської області дало позитивний результат.

### Література

1. Жигулін О. А., Махмудов І. І., Попа Л. М. Логістика в управлінні конкурентоспроможністю бізнесу при виході економіки із стану глобальної кризи: Монографія. Ніжин, 2021. 544 с.

2. Павлов О. І., Хвесик М. А., Юрчишин В. В. та ін. Сталий розвиток та безпека агропродовольчої сфери України в умовах глобалізаційних викликів: монографія. Одеса: Астропринт, 2012. 760 с.

3. Самофатова В. А. Еволюція поглядів на економічне зростання і сталий розвиток. Сталий розвиток та безпека агропродовольчої сфери України в умовах глобалізаційних викликів: монографія. Одеса: Астропринт, 2012. С. 70–81.

4. Ярошенко О. Економіку підніматиме Гоголь: агрокластери додадуть шести областям більше 3,5 тисяч робочих місць. Молода Україна. Випуск № 004 за 01.12.2017. URL: <http://www.umoloda.kiev.ua/number/3105/159/107724/> (дата звернення: 01.10. 2021 року).

5. Дідух С. М. Інклюзивний розвиток агропродовольчих вертикально-інтегрованих компаній України : монографія. Одеса : Астропринт, 2020. 332 с.

6. Acemoglu D., Robinson J. A. Why nations fail: the origins of power, prosperity, and poverty. New York: Crown Publishing Group, 2012. 544 p.

# **АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ВИРОБНИЧИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАР-СЬКОЇ І КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗЕЙ УКРАЇНИ**

**Лобоцька Л.Л., к.т.н., доцент**

**Галайчук К.І., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Хлібопекарська і кондитерська галузі – одні з найбільш важливих у харчовій промисловості. Підприємства першої з них виробляють хліб і хлібобулочні вироби (ХБВ) як продукти першої необхідності для населення країни, а другої – різні солодощі – і не тільки для внутрішнього ринку, а й на експорт.

В обох галузях працюють крупні, середні і малі підприємства, їх кількість досягає кілька сотень, однак левову частину продукції виробляють саме великі підприємства.

На прикладі підприємств-лідерів у своїй галузі проведено аналіз їх технічного стану і ефективності використання основних виробничих засобів. Постановка цього питання вельми актуальна у світлі певного відставання вітчизняних підприємств від аналогічних підприємств розвинених країн за такими показниками, як фондоемність, матеріалоемність, енергоемність виробництва.

Об'єктами дослідження у хлібопекарській галузі обрані ПрАТ «Київхліб» і ПрАТ «Концерн Хлібпром». На цих підприємствах виробляють не тільки хліб і хлібобулочні вироби (ХБВ), а й кондитерську продукцію.

Представниками кондитерської галузі виступають ПАТ Львівська кондитерська фабрика (ЛКФ) «Світоч» і ПрАТ Київська кондитерська фабрика (ККФ) «Рошен».

В аналізі використані річні звітні дані за 2017-2018 рр. [1–4]. Для розрахунку показника обсягу випуску продукції в порівняних цінах для 2018 р. використані індекс цін у виробництві хліба і ХБВ 114,8 і 107,1 – у виробництві кондитерської продукції [5].

Аналіз динаміки технічного стану підприємств, Табл. 1–2, показує, що рівень придатності основних засобів на всіх підприємствах достатньо високий, але на більш нових (ПрАТ «Концерн Хлібпром» і ПрАТ ККФ «Рошен») він значно вищий.

У 2018 р. на всіх підприємствах коефіцієнти придатності ОЗ знизилися, хоча і незначно. Найбільш високу вартість мають ОЗ ККФ «Рошен», що свідчить про встановлення на підприємстві нових високомеханізованих ліній

Таблиця 1- Зміна технічного стану основних виробничих засобів ПрАТ «Київхліб» і ПрАТ «Концерн Хлібпром»

Показник	ПрАТ «Київхліб»			ПрАТ «Концерн Хлібпром»		
	На кінець 2017 р.	На кінець 2018 р.	Відхилення	На кінець 2017 р.	На кінець 2018 р.	Відхилення
Первісна вартість ОЗ, тис грн	329762	400969	71207	640423	656064	15641
Знос, тис грн	158278	196559	38281	200399	227853	27454
Залишкова вартість ОЗ, тис грн	171484	204410	32926	440024	428211	-11813
Коефіцієнт придатності	<b>0,520</b>	<b>0,510</b>	-0,010	<b>0,687</b>	<b>0,653</b>	-0,034
Коефіцієнт зносу	0,480	0,490	0,010	0,313	0,347	0,034

Таблиця 2 - Зміна технічного стану основних виробничих засобів ПАТ ЛКФ «Світоч» і ПрАТ ККФ «Рошен»

Показник	ПАТ ЛКФ «Світоч»			ПрАТ ККФ «Рошен»		
	На кінець 2017 р.	На кінець 2018 р.	Відхилення	На кінець 2017 р.	На кінець 2018 р.	Відхилення
Первісна вартість ОЗ, тис грн	675943	693259	17316	1044508	917077	-127431
Знос, тис грн	338224	378897	40673	343214	318622	-24592
Залишкова вартість ОЗ, тис грн	337719	314362	-23357	701294	598455	-102839
Коефіцієнт придатності	<b>0,500</b>	<b>0,454</b>	-0,046	<b>0,671</b>	<b>0,653</b>	-0,018
Коефіцієнт зносу	0,500	0,546	0,046	0,329	0,347	0,018

виробництва. Але ефективність використання ОЗ на цьому підприємстві значно поступається в порівнянні з іншими підприємствами, Табл. 3–4.

З табл. 3–4 слідує, що на хлібо заводах чисельність працюючих більш ніж в 3 рази перевищує чисельність кондитерських виробництв (в силу технології виробництва), але на нових підприємствах виробіток на одного працюючого менший, ніж на підприємствах з більшою історією.

Аналогічний висновок можна зробити і відносно показника фондівдачі. Однак слід підкреслити, що випуск продукції у вартісному вимірі залежить від масштабів виробництва, асортименту і цін на продукцію. Найбільший рівень цього показника має ПАТ ЛКФ «Світоч», тому що фабрика спеціалізується на випуску коштовної шоколадної продукції і кави.

Високі показники має і ПрАТ «Київхліб» – за рахунок великих обсягів випуску, широкого асортименту хліба і ХБВ, а також за рахунок кондитер-

Таблиця 3 - Показники ефективності використання основних виробничих засобів ПрАТ «Київхліб» і ПрАТ «Концерн Хлібпром»

Показник	ПрАТ «Київхліб»			ПрАТ «Концерн Хлібпром»		
	2017 р.	2018 р.	Відхилення, %	2017 р.	2018 р.	Відхилення, %
Обсяг виробленої продукції в порівняних цінах (без ПДВ та акцизного збору), тис грн	2297109	2000966	-12,89	1080498	1106045,3	2,36
Середньорічна кількість працюючих, ос.	2563	2259	-11,86	3157	2989	-5,32
Середньорічний виробіток, тис грн/ос	896,2	885,8	-1,16	342,2	370,0	8,12
Чистий прибуток, тис грн	15268	-2764		2651	12895	3,86 р.
Середньорічна залишкова вартість ОЗ, тис грн	150941,5	188378	24,80	419990,5	434117,5	3,36
Фондовіддача, грн/грн	15,22	10,62	-30,22	2,57	2,55	-0,79
Фондоємність, грн/грн	0,066	0,094	42,42	0,399	0,392	-1,75
Фондоозброєність, грн/ос	58,89	83,39	41,60	133,0	145,2	9,15
Фондорентабельність, %	10,12	-1,47		0,63	2,97	

Таблиця 4 - Показники ефективності використання основних виробничих засобів ПАТ ЛКФ «Світоч» і ПрАТ ККФ «Рошен»

Показник	ПАТ ЛКФ «Світоч»			ПрАТ ККФ «Рошен»		
	2017 р.	2018 р.	Відхилення, %	2017 р.	2018 р.	Відхилення, %
Обсяг виробленої продукції в порівняних цінах (без ПДВ та акцизного збору), тис грн	2297988	2110212	-8,17	259205	348594	34,48
Середньорічна кількість працюючих, ос.	818	881	7,70	750	751	0,13
Середньорічний виробіток, тис грн/ос	2809,3	2395,2	-14,74	345,6	464,2	34,3
Чистий прибуток, тис грн	109082	128339	17,65	2768	11125	3,02 р.
Середньорічна	338653	326040,5	-3,72	638830	649874,5	1,73

залишкова вартість ОЗ, тис грн						
Фондовіддача, грн/грн	6,78	6,47	-4,57	0,406	0,536	13,0
Фондоємність, грн/грн	0,147	0,154	4,76	2,46	1,86	-24,39
Фондоозброєність, грн/ос.	414,0	370,1	-10,60	851,8	865,3	1,58
Фондорентабельність, %	32,21	39,36		0,43	1,71	

ських виробів – тістечок, тортів тощо. На це підприємство припадає біля 70 % ринку м. Києва і Київської області.

Самий низький рівень фондовіддачі має ККФ «Рошен», що обумовлено недостатнім рівнем вартості випущеної продукції, з одного боку, і високою вартістю ОЗ, – з другого.

Показник фондорентабельності значною мірою залежить від розміру чистого прибутку і, в свою чергу, від повної собівартості продукції. Аналіз структури витрат на виробництво показав, що у ПрАТ ККФ «Рошен» у 2017 р. на матеріальні витрати припадало 28,12 %, на заробітну плату і відрахування на соціальні заходи 42,46 % і 9,12 %, амортизацію 8,55 %, інші операційні витрати 11,75 % . Для порівняння у ПАТ ЛКФ «Світоч» ці показники становили відповідно 88,24 %, 3,97 % і 0,82 %, 2,01 %, 4,95 %. Отже, на ЛКФ «Світоч» рівень оплати праці дуже низький, лівова частина витрат припадає на матеріальні витрати, що обумовлено високими цінами на сировину.

На хлібопекарських підприємствах у 2017 р. структура витрат становила: для ПрАТ «Київхліб» матеріальні витрати 52,47 %, витрати на заробітну плату і відрахування на соціальні заходи 18,68 % та 4,05 %, на амортизацію 4,05 %, інші операційні витрати 23,34 %. Відповідно для ПрАТ «Концерн Хлібпром» витрати становили 56,61 %, 28,16 % і 8,07 %, 3,31 %, 3,85 %.

Таким чином, для всіх підприємств резервом зниження витрат є економія витрат на матеріальні ресурси і заробітну плату. Зниження чисельності працюючих за рахунок автоматизації виробничих процесів, особливо на хлібозаводах, дозволить знизити витрати на оплату праці. Але враховуючи сьогоднішні тенденції до росту цін на енергоносії, на сировину і необхідність підвищувати заробітну плату працівникам, слід очікувати росту цін на готову продукцію. На оновлення основних засобів потрібні інвестиції, яких у багатьох підприємств не вистачає. Тому ситуація з підвищення технічного рівня підприємств, зокрема середніх і малих, може відкладатися на майбутнє, якщо не зміниться інвестиційна політика держави.

## Література

1. Консолідована фінансова звітність за 2018 р. ПрАТ «Київхліб» URL: [https://stockmarket.gov.ua/cabinet/xml/show/fin\\_general/7070](https://stockmarket.gov.ua/cabinet/xml/show/fin_general/7070) (Дата звернення 10.09.2021)
2. Річна фінансова звітність за 2018 рр. ПрАТ «Концерн Хлібпром». URL: [https://hlibprom.com.ua/resource/doc/information\\_2018.pdf](https://hlibprom.com.ua/resource/doc/information_2018.pdf) (Дата звернення 11.09.2021)
3. Річна фінансова звітність за 2018 рр. ПАТ ЛКФ «Світоч» . URL: <http://svitoch.emitent.org.ua/index.php?page=31> (Дата звернення 12.09.2021)
4. Річна фінансова звітність за 2018 рр. ПрАТ ККФ «Рошен». URL: [https://stockmarket.gov.ua/cabinet/xml/show/fin\\_general/9571](https://stockmarket.gov.ua/cabinet/xml/show/fin_general/9571) (Дата звернення 12.09.2021)
5. Індeksi цін промислової продукції у 2013–2020рр. (грудень до грудня попереднього року) URL: <http://ukrstat.gov.ua> (Дата звернення 10.09.2021)

## **СИТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ**

**Фрум О.Л., к.е.н., доцент  
Левченко М.С., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Від результатів інвестиційної діяльності залежить якість розвитку підприємства: його стабілізація, прогрес чи регрес. Тобто в залежності від рівня ефективності інвестиційної діяльності підприємство в подальшому в змозі здійснювати просте чи розширене відтворення або скорочення своєї господарської діяльності взагалі.

Для прийняття обґрунтованих управлінських рішень в сфері інвестування стосовно подальших напрямів розвитку підприємств реального сектору економіки необхідно отримання інформації, достатньої для формування висновків та прийняття ефективних управлінських рішень.

Для об'єктивної оцінки результатів інвестиційної діяльності необхідно обрати такий набір показників та критеріїв, який всебічно відобразить ефект саме від цього виду діяльності. Щоб отримати відповідь на питання «Як оцінювати?» потрібно відповісти на питання «Що оцінювати?». Тому з метою формування інформації для підтримки прийняття управлінських рішень в сфері інвестиційної діяльності, по-перше, необхідно визначити об'єкт оцінки інвестиційної діяльності підприємств, а по-друге – обрати методи оцінки інвестиційної діяльності підприємств.

Зазвичай об'єктом інвестиційної діяльності розглядаються капітальні інвестиції. Але в процесі господарської діяльності підприємства реального

сектору економіки окрім капіталу використовують й інші фактори виробництва.

*Дія закону граничної віддачі фактора виробництва проявляється в тому, що збільшенні кількості одного змінного фактора за незмінних обсягів усіх інших факторів призводить до того, що віддача (продуктивність) змінного фактора спочатку збільшується, а потім різко знижується. Тобто кожна наступна залучена одиниця змінного фактору дає меншу продуктивність, ніж попередня.*

Крім того, чим більша довжина операційного циклу, тим довше очікування відшкодування авансованого капіталу у вигляді амортизації та операційних витрат у собівартості реалізованої продукції і віддачі на вкладений капітал (прибутку).

За статтею 4 Закону «Про інвестиційну діяльність» об'єктами інвестиційної діяльності можуть бути будь-яке майно, в тому числі основні фонди і оборотні кошти в усіх галузях економіки [1].

Тому в цілях оцінки результатів інвестиційної діяльності підприємств реального сектору економіки доцільно об'єктом інвестиційної діяльності розглядати весь авансований капітал: капітальні інвестиції та оборотні кошти.

Таким чином, об'єктом інвестиційної діяльності є всі авансовані вкладення, від здійснення яких можна очікувати віддачу на вкладений капітал у вигляді прибутку, отримання якого приведе до збільшення власного капіталу підприємства через збільшення нерозподіленого прибутку у складі пасиву балансу.

Інвестиційна діяльність здійснюється через реалізацію інвестиційних проєктів. Тому об'єктом аналізу інвестиційної діяльності є результати реалізації інвестиційних проєктів.

Життєвий цикл проєкту укрупнено ділиться на три стадії: передінвестиційна, інвестиційна та експлуатаційна. Для прийняття управлінського рішення на кожній стадії.

На передінвестиційній стадії приймається рішення про доцільність реалізації проєкту.

Багато авторів методик оцінки ефективності інвестиційної діяльності ототожнюють з методикою оцінки майбутньої ефективності інвестиційних проєктів. Ця методика спрямована на планування, ґрунтоване на прогностичних показниках, з метою прийняття рішення про обрання до реалізації чи відхилення альтернативних інвестиційних проєктів.

Однак, сутністю оцінки результатів інвестиційної діяльності є визначення ефективності проєктів, що вже реалізуються та зіставлення їх із запланованими показниками з метою прийняття рішення про подальшу доцільність подовження, коректування чи заміни проєкту.

Таким чином оцінку ефективності інвестиційної діяльності можна поділити на три напрями.

1. Оцінка майбутньої ефективності інвестиційної діяльності. Має на меті підтримку прийняття рішення про вибір напрямів інвестування з двох або більше альтернатив через прогнозування майбутніх результатів ефективності інвестиційних проєктів. Перший напрям оснований на оцінці можливості досягнення норми доходності на вкладений капітал через різницю між позитивним та від'ємним грошовими потоками проєкту. Доцільно проводити на передінвестиційній стадії життєвого циклу проєкту.

2. Оцінка виконання бюджету проєкту. Має на меті оцінку реалізації капітальних інвестицій в інвестиційний проєкт. Другий напрям оснований на порівнянні запланованих та фактичних капітальних витрат за проєктом. Доцільно проводити на інвестиційній стадії життєвого циклу проєкту.

3. Оцінка ефективності результатів інвестиційної діяльності. Має на меті підтримку прийняття рішення про подальше управління проєктами, що вже реалізуються, через аналіз та оцінку результатів їх реалізації. Третій напрям оснований на визначенні фактичної здатності проєкту генерувати позитивний грошовий потік та вплив фактичних результатів реалізації проєкту на зміни величини вкладеного капіталу. Доцільно проводити на експлуатаційній стадії життєвого циклу проєкту.

Поділення інвестицій на довгострокові та короткострокові та проєктного циклу на стадії дає змогу обрати систему показників, що характеризують ефективність інвестиційної діяльності (таблиця 1).

**Таблиця 1 – Система показників оцінки ефективності інвестиційної діяльності на різних стадіях життєвого циклу проєкту\***

Передінвестиційна стадія проєкту	Інвестиційна стадія проєкту	Експлуатаційна стадія проєкту
<b>Прогнозні показники</b>	<b>Заплановані показники</b>	<b>Фактичні показники</b>
Чиста приведена вартість	Дотримання / недотримання бюджету реалізації проєкту	Структура капіталу
Внутрішня норма доходності		Структура активів
Строк окупності інвестицій		Дохід (виручка від реалізації продукції)
Індекс доходності		Собівартість
Рентабельність інвестицій		Чистий прибуток
		Показники рентабельності
		Показники ліквідності
		Показники платоспроможності
		Показники фінансової стійкості

\* Складено авторами

Об'єктом інвестиційної діяльності є всі авансовані вкладення в основний та оборотний капітал. Так як управління інвестиційною діяльністю охоплює широкий часовий горизонт, воно здійснюється на всіх стадіях життєвого циклу інвестиційного проєкту від зародження ідеї проєкту до його ліквідації. Виходячи з особливостей цілей та завдань кожної стадії, необхідно обирати відповідні показники, які будуть найбільш інформативні для висновків та формування пропозицій з подальших напрямів інвестиційної діяльності та оцінки можливостей розвитку підприємств реального сектору економіки.

### **Література**

1 . Про інвестиційну діяльність: Закон від 18.09.91 №1561-ХІІ. Київ: Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text> (дата звернення 31.08.2021)

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

**Мініна В.О., аспірантка**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Внесок малого бізнесу в формування конкурентного середовища є неоціненним. Цивілізоване конкурентне середовище характеризується динамічною відповідальністю та ризиком підприємця, який трансформується в соціальний двигун економічного розвитку.

Сьогодні малі підприємства – це той соціально-економічний фундамент, без якого не може стало розвиватися будь-яка інноваційно-орієнтована, а особливо європейська держава. Малий бізнес визначає темпи економічного зростання, структуру і якість ВВП. Основна його функція – це створення робочих місць, професійне навчання. Надзвичайно важлива роль малого підприємництва в згладжуванні коливань економічної кон'юнктури, за його посередництва відбувається збалансування попиту та пропозиції, особливо в умовах кризових ситуацій.

Оскільки МСП є найбільш не захищеним, і при цьому є рушійною силою економіки, тому держава повинна приділяти більше уваги діяльності МСП. Державне регулювання полягає в створенні для МСП «оптимального клімату» і безпечних умов для здійснення господарської діяльності та постійного розвитку. В даний час в Україні існує велика кількість державних програм розвитку МСП. Серед яких виділяють загальні, тобто такі, що стосуються всіх галузей народного господарства, та секторальні – направлені на конкретну галузь. Але значну підтримку від держави отримали лише 0,09% підприємств [1], а всі інші вирішують свої проблеми за допомогою власного забезпечення.

Основною проблемою більшості малих підприємств – відсутність доступних фінансових ресурсів для створення нових та розширення вже діючих підприємств. Актуальність цієї проблеми зросла під час пандемії коронавірусу – за 2020 р. закрилося на 16% більше ФОПів ніж в 2019 р [2].

Також обмеження кредитних коштів, високі процентні ставки та великий кредитний ризик не можуть сприяти розвитку малого підприємництва. Для малих підприємств середня кредитна ставка складає приблизно 18% [3], тоді як в середньому для всіх юридичних осіб – 15,2% [8].

Основні проблеми, з якими стикаються підприємці при створенні та провадженні господарської діяльності малих підприємств:

1. Недосконалість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому;
2. Високі податки, що змушує деяких суб'єктів малого та середнього підприємництва йти в тіньову економіку;
3. Відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малих підприємств;
4. Недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;
5. Обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;

Висновки: розвиток малого бізнесу в економіці України є рушійною силою для підняття її в один ряд з конкурентними країнами. В Україні є ряд чинників, які перешкоджають розвитку малого бізнесу, а саме – недосконалі закони, надмірні податки, всеосяжна корупція, відсутність підтримки з боку держави. Малий і середній бізнес для виконання своїх функцій потребують відповідних організаційних форм. Досвід провідних країн допоможе Україні розвинути МСП. Для ефективного розвитку МСП в Україні необхідно створити ефективний механізм взаємодії між державою та підприємницьким сектором.

### Література

1. Моніторинг реалізації Стратегії розвитку МСП України на 2017-2020 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://sme.gov.ua/wp-content/uploads/2020/09/Monitoring\\_the\\_Implementation\\_of\\_Ukraine-s\\_SME\\_Development\\_Strategy\\_uk.pdf](https://sme.gov.ua/wp-content/uploads/2020/09/Monitoring_the_Implementation_of_Ukraine-s_SME_Development_Strategy_uk.pdf)
2. У 2020 році кількість ФОПів скоротилася на 5% — YouControl. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ucap.io/torik-vidkryvaly-fop-na-5/>
3. Кредити на розвиток бізнесу в банках України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.prostobiz.ua/business/develcredit>

4. Фінансування МСП та підприємців 2020. Система оцінки ОЕСР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1LOfCkiwMeDLfOgyA23oUlZrmQfwudAvl/view>

## **АГРОПРОМИСЛОВИЙ КОМПЛЕКС УКРАЇНИ В СИСТЕМІ СВІТОВОГО РИНКУ**

**Федорова Т.С., аспірантка**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

**Вступ.** Агропромисловий комплекс (АПК) традиційно відіграє важливу роль в розвитку української економіки, генеруючи щороку близько 10% ВВП країни, залучаючи значні зовнішні інвестиції в розвиток галузі, відіграючи передову роль в експорті продукції з України та забезпечення потреби в продукції АПК на світових ринках, залучаючи при цьому десятки мільярдів доларів.

АПК України знаходиться під впливом комплексу складних чинників: політичних, економічних, технологічних і соціальних. Фактори, які мають вплив на потенціал АПК, можна розділити на внутрішні і зовнішні. До внутрішніх відносяться: ефективність функціонування аграрного сектора, рівень і розподіл доходів споживачів, природні умови, стан і якість земельних ресурсів, аграрна політика держави. Серед зовнішніх факторів виділяються: кон'юнктура світового ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, ступінь відкритості ринків, аграрна політика країн.

На зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів АПК впливає ряд негативних явищ, серед яких наступні:

- низький інноваційний рівень галузі;
- застарілі технології, що використовуються під час виробництва;
- невідповідність структури українського експорту попиту інших країн на продукцію агропромислового комплексу;
- недотримання переважною більшістю підприємств міжнародних вимог виробництва аграрної продукції.

Зміцнення позицій України на світовому ринку в значній мірі залежить від ефективності аграрного виробництва, підвищення якості продукції, зростання конкурентоспроможності АПК (розробка і реалізація національної програми підвищення конкурентоспроможності), гармонізації національних стандартів з міжнародними, визначенні оптимальної структури агропромислового експорту, диверсифікації географічної структури зовнішньої торгівлі. Дані заходи дозволять АПК України адаптуватися до

світових стандартів виробництва конкурентоспроможної продукції, що відповідає її продовольчому та аграрному потенціалу.

**Основний матеріал.** Україна поки що тільки вбудовується в глобальну торговельну систему: отримала зону вільної торгівлі (ЗВТ) з ЄС, підписані або в розробці аналогічні договори з іншими країнами. Вітчизняні товари присутні на іноземних ринках, але поки що їх там небагато. Але одна індустрія економіки є приємним винятком з цього правила – на аграрних ринках інших країн Україна закріпилася.

Структура експорту – відмінний показник змін в глобальній економіці. За останні 20-30 років вона суттєво змінилася. На це вплинули розвиток інформаційних технологій і зміни в структурі виробництва розвинених країн і країн, що розвиваються. Отже останнім часом просліджується 3 основних тенденції, що представлені нижче.

Тенденція 1. Країни, що розвиваються експортують більше товарів, потіснивши в цьому розвинені, тобто частка розвинених країн у світовому експорті товарів поступово знижується, змінюється структура експорту. Якщо 20-30 років тому значну частину їх експорту займали товари, то сьогодні основний дохід вони виходять від експорту послуг і технологій, які мають високу додану вартість. Частка розвинених країн в структурі світового товарного експорту становить менше 50%. Цю нішу завойовують країни, що розвиваються – вони стали ключовими експортерами товарів і готової продукції, включаючи сільськогосподарську. Незважаючи на високий рівень розвитку сільського господарства в Європі, в структурі ВВП країн ЄС воно займає не більше 1% -3%. У країнах, що розвиваються частка сільського господарства у ВВП - 7% -15% (в Україні в 2019 році частка сільського господарства у ВВП становила 11,4%).

Тенденція 2. Розвинені країни проводять політику ліберального протекціонізму, тобто розвинені країни «закривають» свої ринки для експортерів з інших країн за допомогою тарифних і нетарифних бар'єрів. Щоб експортувати свою продукцію в Польщу, Чехію, Угорщину, Німеччину або Іспанію, українським аграріям необхідно відповідати ряду жорстких вимог. Іншого шляху на європейський ринок немає.

Більш того, на ринках розвинених країн дуже висока конкуренція. Причини дві:

- 1) їх ринки насичені якісною продукцією;
- 2) в цих країнах висока прибутковість.

Проте вартість виходу на ці ринки (приведення виробництва у відповідність до критеріїв, побудова логістичного ланцюга, отримання всіх необхідних сертифікатів, витрати на час і ресурси) робить їх недосяжними для багатьох експортерів з країн, що розвиваються. Українським аграріям теж складно вийти на ці ринки, проте можливо.

Тенденція 3. В українському експорті на перше місце вийшло сільське господарство. Продукція вітчизняних аграріїв конкурентоспроможна в розвинених країнах, на відміну від металургії або машинобудування. Так, починаючи з 2014 році найбільшим експортером є сектор АПК, у зв'язку з чим сільське господарство стало основним джерелом надходження валюти в країну.

Такий успіх АПК пов'язаний з реформами, проведеними Мінагрополітики, підписанням угоди про ЗВТ з ЄС, завдяки якому в українських аграріїв є квоти на експорт, зниженням продуктивності традиційних експортних напрямків – машинобудування, металургії, хімічної промисловості.

Декілька вражаючих порівнянь щодо обсягів експорту АПК. Українські агрохолдинги, а саме п'ятірка найбільших агрокомпаній країни (UkrLandFarming, «Кернел», «Агропросперіс», «Миронівський Хлібопродукт» і «Астарта-Київ», обробляють земельний фонд, яка дорівнює площі Ізраїлю.

Не дивлячись на те, що Іспанія – лідер з виробництва оливкової олії в світі, Україна виробляє соняшникової олії в 5 разів більше і є лідером в цій сфері: 6,4 млн тонн, що складає 35% світового виробництва. У 2019 році в Україні виробили соняшникової олії більше, ніж оливкового у всіх країнах світу разом узятих: 6,4 млн тонн соняшникової проти 2,5 млн тонн оливкової.

Україна вирощує майже в 7 разів більше зерна, ніж вирощують каву в усьому світі. Кава – найпопулярніший у всьому світі напій, кавові зерна експортують в усі країни світу. У 2019 році в Україні зібрали 62 млн тонн різних зернових культур: кукурудзи, пшениці, ячменю та інших. За цей же період в усьому світі зібрали 9,6 млн тонн кавових зерен. Якщо завантажити все українське зерно в вагони, цей поїзд простягнеться через всю Європу

Україна – один зі світових лідерів з вирощування горіхів. У 2020 році Україна виростила 108 тис. тонн волоських горіхів – це 4 місце в світі.

Якби всі ці горіхи використовувалися для приготування «Київських тортів», можна було б зробити 540 млн тортів – цієї кількості вистачить, щоб видавати по одному тарту в місяць кожному жителю України протягом року, і ще залишиться на експорт.

У 2019 році Україна експортувала 67,8 тис. тонн меду. Цієї кількості меду вистачить, щоб давати по чайній ложці (30 г) кожному жителю Фінляндії протягом усього року.

Індія – країна, що швидко розвивається. Але темпів зростання її економіки все одно не вистачає, щоб вирішити проблему прожитку. В Індії 195 млн чоловік щодня засипають голодними. Якщо ж змолоти всю українську експортну пшеницю, то вийде 13 млн тонн борошна з якої можливо приготувати 26 млрд батонів вагою по 500 г і роздати їх голодуючим

Індії. 190 млн голодних індусів зможуть їсти по одному батону кожен день протягом 4,5 місяців.

У 2019-2020 рр. світовий експорт ріпаку склав 16,5 млн тонн. Канада – на першому місці (67%), на другому - Австралія (16%), Україна посіла третє місце (13%), тобто експортувала в 3 рази більше ріпаку, ніж майже всі країни світу разом узяті.

Ситуація з тваринництвом інша. Ця індустрія знаходиться в кризі вже довгі роки, і сприятливими умовами є тільки для виробників курятини, оскільки воно найдешевше. В цілому українці недоїдають м'яса – кожен споживає 51 кг в рік при, рекомендованій фахівцями, нормі 83 кг, тобто щоб нагодувати всіх жителів України, відповідно до рекомендацій ВООЗ, потрібно виробити 3,5 млн тонн м'яса, а виробляється лише 2,1 млн тонн.

**Висновки.** Наведені у роботі дані відображають наскільки збагачена можливостями та потенціалом Україна. Для того, щоб продовжувати розвиватися та розширювати зони впливу України на міжнародному ринку необхідно приділити увагу таким напрямом підвищення продовольчого потенціалу, як: стимулювання розвитку національного сільського господарства і прийняття відповідних заходів його підтримки, підвищення конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках, захист від продовольчої експансії країн-експортерів, стимулювання експорту продукції і т.д.

Для нарощування ефективності функціонування агропромислового комплексу в системі міжнародних відносин необхідна розробка комплексу заходів, спрямованих на його розвиток, в тому числі відповідної державно політики.

Головне завдання, що стоїть перед галузями АПК – це зростання сільськогосподарського виробництва, надійне забезпечення країни продуктами харчування та сільськогосподарською сировиною, об'єднання зусиль усіх галузей комплексу для одержання високих кінцевих результатів, надання можливості розширення зон впливу АПК України на світовому ринку.

### Література

1. Воробйов Є. М. Агропромисловий комплекс України: сучасний стан та особливості / Є. М. Воробйов, Т. Ю. Гела. // Збірник наукових праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди.. – 2019. – №2. – С. 15–20.

2. Інформаційно-аналітичний портал АПК України, Стан розвитку АПК 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://agro.me.gov.ua/ua/investoram/monitoring-stanu-apk/stan-rozvitku-apk/stan-galuzej-apk>

3. Сервіс аудиту, незалежної оцінки, бухгалтерського та управлінського обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://bakertilly.ua>

4. Інфографічний довідник діяльності АПК 2019-2020 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://agribusinessinukraine.com/>

## **ВПЛИВ АНАЛІЗУ ЛІКВІДНОСТІ І ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

**Кухарук А.А., викладач циклової комісії економічних дисциплін  
Відокремлений структурний підрозділ «Одеський технічний фаховий коледж»  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Сукупність взаємодіючих та взаємопов'язаних елементів складають таку складну систему як підприємство. Забезпечення його безперебійної роботи повинно досягатися через правильне управління його господарськими та фінансовими процесами. В системі цього управління особливе місце відводиться ліквідності і платоспроможності.

Платоспроможність підприємства є зовнішньою ознакою її фінансової стійкості і зумовлена ступенем забезпечення оборотних активів довгостроковими джерелами. Тобто платоспроможність встановлює, на скільки підприємство здатне вчасно і повністю погасити власні платіжні зобов'язання перед позичальниками. Аналіз платоспроможності виконується на основі характеристики ліквідності поточних активів, тобто того часу, протягом якого вони перетворюються в грошові кошти [2].

Ліквідності вказує на здатність підприємства швидко покривати свої платіжні зобов'язання за рахунок переведення власних активів з натуральної форми в грошову. Тому цей показник є невід'ємною умовою платоспроможності. Під ліквідністю підприємства розуміють наявність у нього оборотних коштів у достатньому розмірі які необхідні для погашення короткострокових зобов'язань.

Ліквідність балансу - це ступінь покриття зобов'язань підприємства активами, строк перетворення яких у грошові кошти відповідає терміну погашення зобов'язань [3].

Від ступеня ліквідності балансу залежить платоспроможність підприємства. Підприємство вважається платоспроможним у тому випадку, коли в нього є в наявності грошові кошти на розрахункових і валютних рахунках та короткострокові фінансові вкладення у достатньому розмірі, що можуть бути вкладені в його поточну діяльність.

Для аналізу та оцінки зміни рівня платоспроможності та ліквідності порівнюються показники балансу підприємства за різними групами активів і зобов'язань. Аналіз платоспроможності проводиться для оцінки і

прогнозування фінансової діяльності підприємства. Для проведення аналізу ліквідності порівнюють величини платіжних засобів (активів), які згруповані за рівнем ліквідності, з величинами зобов'язань (пасивів), які згруповані за терміновістю сплати (таблиця 1).

Дані таблиці 1 вказують на те, що баланс досліджуваного підприємства за аналізуємий період не є абсолютно ліквідним, оскільки не виконується перше співвідношення ( $A1 \geq П1$ ). У 2018 року високоліквідні активи не покривають найбільш термінові зобов'язання на суму 62038 тис. грн, а у 2019 році – на суму 7516 тис. грн. У відносному вираженні: у 2018 році високоліквідні активи покрили найбільш термінові зобов'язання на 16,42, у 2019 році – на 91,79.

Таблиця 1 - Динаміка показників ліквідності балансу підприємства

Група	Види активів	2018 р.	2019 р.	Група	Види пасивів	2018 р.	2019 р.	Зміна платіжних засобів	
								2018 р.	2019 р.
A1	Високоліквідні	12186	84024	П1	Найбільш термінові	74224	91540	-62038	-7516
A2	Середньоліквідні	127843	148358	П2	Короткострокові	14181	17107	113662	131251
A3	Низьколіквідні	108259	117102	П3	Довгострокові	-	3902	108259	113200
A4	Важколіквідні	103093	111809	П4	Постійні	262976	348744	-159883	-236935
	Баланс	351381	461293		Баланс	351381	461293	-	-

*Джерело: розраховано автором на підставі фінансової звітності підприємства*

Незважаючи на те, що у 2019 році високоліквідні активи значно вирости порівняно з 2018 роком, величина їх виявилась недостатньою для покриття найбільш термінових зобов'язань. Решта співвідношень, крім першого, свідчать про наявність оборотних активів у такому обсязі, який дозволяє підприємству підтримувати певну фінансову стійкість.

Порівняння показників ліквідності кожного аналізуємого року з оптимальним значенням приведено в таблиці 2.

Таблиця 2 - Оцінка показників ліквідності у 2018-2019 рр.

Показники	2018 р.	2019 р.	Відхилення (+, -)
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,14	0,77	+0,63
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,58	2,14	+0,56
Коефіцієнт загальної ліквідності	2,81	3,22	+0,41
Коефіцієнт платоспроможності	0,14	0,77	+0,63
Коефіцієнт покриття	2,80	3,22	+0,42

*Джерело розраховано автором на підставі фінансової звітності підприємства*

За даними таблиці 2 значення коефіцієнта абсолютної ліквідності зросло з 0,14 до 0,77, що у динаміці змін вказує збільшення на 0,63. Порівняння цього показника з нормативним значенням ( $\geq 0,2$ ) свідчить про покращення платоспроможності підприємства в 2019 році. Даний коефіцієнт характеризує миттєву платоспроможність і показує, яку частину поточних зобов'язань і забезпечень підприємство має можливість негайно погасити високоліквідними оборотними активами.

Показники коефіцієнта швидкої ліквідності значно перевищують його нормативне значення ( $\geq 0,7$ ) та його фактичне значення за аналізуемий період збільшилося на 0,56. Цей показник характеризує потенційну платоспроможність з урахуванням майбутніх надходжень від дебіторів і показує, яку частину поточних зобов'язань і забезпечень підприємство може погасити.

Коефіцієнт загальної ліквідності оцінює достатність ресурсів оборотних активів для погашення короткострокових зобов'язань. За аналізуемий період даний показник перевищує нормативне значення ( $\geq 1$ ) та збільшується на 0,41.

Значення показника платоспроможності відповідають нормативним значенням ( $\geq 0,1$ ). Так на кінець 2018 року показник коефіцієнта платоспроможності становив 0,14, а на кінець 2019 року – 0,77, що у динаміці змін спостерігається збільшення на 0,63. Це підтверджує попередні висновки по кожному показнику, що до платоспроможності підприємства.

Найважливішим показником ліквідності та платоспроможності підприємства є коефіцієнт покриття, що характеризує рівень покриття активами підприємства своїх зобов'язань. За даними підприємства коефіцієнт покриття у 2018 році становив 2,80, а у 2019 році – 3,22. За нормативним значенням, якщо даний коефіцієнт  $>1$ , то підприємство може своєчасно погасити свої зобов'язання і це підприємство має стійкий фінансовий стан.

Виявивши за допомогою аналізу ліквідності і платоспроможності проблеми підприємство має можливість змінити ситуацію на краще. Для цього застосовують різні заходи: контроль за витратами, стимулювання обсягів продажів, підвищення прибутку і такі інші.

У цілому, фінансова стійкість підприємства та його фінансовий стан залежать від ефективності використання всіх видів активів, від швидкості обороту коштів. Тому проведення аналізу ліквідності і платоспроможності є необхідним для контролю за платіжними зобов'язаннями підприємства.

### Література

1. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / [Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С. В.]. Полтава, 2016. 430 с.

2. Дорошенко А. П. Оцінка ліквідності та платоспроможності в контексті діагностики загального фінансового стану підприємства. Ефективна економіка. 2010. № 3. URL: [www.economy.nauka.com.ua](http://www.economy.nauka.com.ua).

3. Бержанір І. А. Діагностика показників ліквідності підприємств. Фінансове забезпечення сталого розвитку економіки України: колективна монографія / за ред. Слатвінського М.А. Умань: ФОП Жовтий О.О., 2016. 151–156 с.

## **АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПОТОЧНИМИ ВИТРАТАМИ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Похольченко О.С., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

В умовах ринкової економіки успіх підприємства з точки зору досягнення високого рівня конкурентоспроможності, можливий лише через побудову якісної системи менеджменту, однією з ключових складових якого є управління витратами. Особливої актуальності дієвість та ефективність управління витратами набуває в умовах кризових явищ, які сьогодні і визначають стан не тільки національної, а й глобальної економіки. Така виключна важливість саме цієї складової загального менеджменту викликана необхідністю економії усіх наявних у суб'єкта господарювання ресурсів.

Незважаючи на наявність значної кількості трактувань управління витратами як виду діяльності та функціональної складової менеджменту підприємства, з точки зору практичного аспекту під управлінням витратами варто розуміти процес цілеспрямованого формування витрат за їх видами, місцями і носіями при постійному контролі й стимулюванні їх зменшення, що є важливою функцією економічного механізму будь-якого підприємства [1, с. 87].

Уособлюючи в собі одну зі сторін змісту економіки підприємства, а саме зіставлення витрат господарської діяльності з отриманими результатами, ефективне управління витратами представляє собою один з ключових чинників системи стратегічного розвитку підприємства [2, с. 8]. Так, О. Попов, наголошуючи на ролі управління витратами як елементу оперативного та стратегічного управління зазначав, що управління витратами – це розробляння і реалізація управлінських впливів, заснованих на використанні економічних законів щодо формування та регулювання витрат підприємства відповідно до його стратегічних і поточних цілей [3, с. 128]. Важливо при цьому зауважити про необхідність узгодження оперативних та стратегічних цілей управління витратами, а також відповідних задач і заходів [4, с. 43]. В практичній

площині остання теза є виключно актуальною в умовах тотальної економії ресурсів та відповідних витрат, притаманних вітчизняному кризовому ризик-менеджменту. Подібні заходи, на нашу думку, можуть бути ефективними лише в дуже короткому періоді, зашкоджуючи реалізації стратегічних цілей в середньо- та довгостроковому періоді через зниження мотивації на всіх рівнях організаційної структури підприємства.

Для ефективного управління витратами важливо також розуміти роль цієї діяльності з точки зору горизонтів планування. Так, О. Ковальова наголошує, що «...система управління витратами суттєво відрізняється від традиційного бухгалтерського обліку, орієнтованого на складання фінансової (бухгалтерської) звітності. На відміну від бухгалтерського обліку, який відображає результати діяльності підприємства за минулий період, система управління витратами забезпечує контроль та аналіз діяльності підрозділів, дозволяє виявити взаємозв'язок між рівнем витрат, обсягами виробництва й прибутком і на підставі цього оперативно планувати майбутню діяльність. Тобто за своєю суттю система управління витратами націлена на перспективу» [1, с. 92].

Створення ефективної системи управління витратами передбачає систематичний моніторинг фактичних витрат, їх поведінку під дією як внутрішніх, так і зовнішніх факторів тощо [1, с. 92].

Управління витратами як діяльність, спрямована на оптимізацію витрат, використовує широке коло методичних інструментів, більшість з яких є універсальними та не враховують галузевої специфіки суб'єкта господарювання. В частині діагностики рівня витрат та відповідності кожного їх елементу потребам підприємства універсальність інструментарію аналітичних процедур є на нашу думку цілком обґрунтованою, в той час, як формування та реалізація відповідних заходів, спрямованих на оптимізацію витрат, має в першу чергу враховувати галузеві особливості підприємства, стадію його життєвого циклу, чинники регіонального походження тощо, тобто бути в певній мірі унікальними.

Максимальна адаптованість системи заходів по оптимізації витрат стану внутрішнього та зовнішнього мікро- та мезосередовища є головним чинником ефективності та життєздатності системи управління витратами. Ще одним вагомими чинником ефективності управління витратами є відповідність розроблених заходів структурі витрат підприємства. З урахуванням прикладного характеру роботи доцільним є аналіз структури витрат підприємств виноробної галузі України. На рис. 1 та 2 наведена порівняльна структура операційних витрат виноробних підприємств в 2015 та 2019 роках.

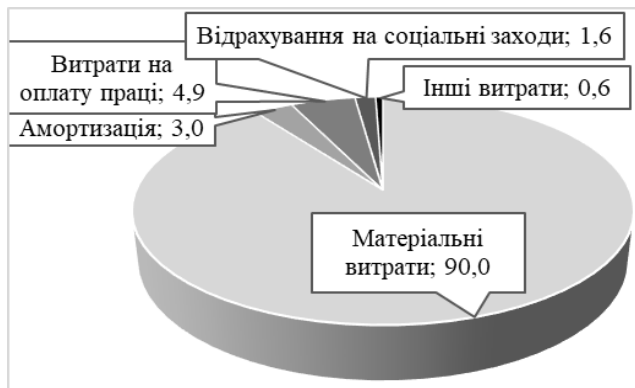


Рис. 1. Структура витрат виноробних підприємств в 2015 році, %

Джерело: побудовано автором на основі [5]

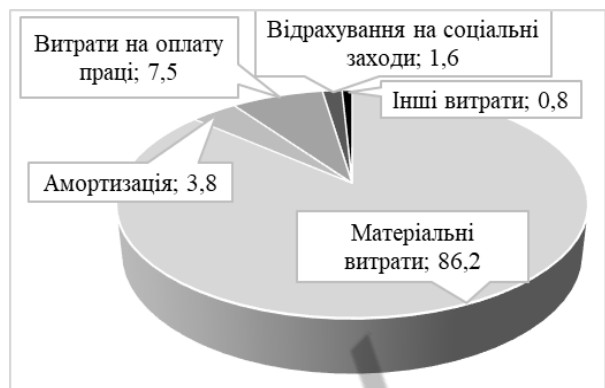


Рис. 2. Структура витрат виноробних підприємств в 2019 році, %

Аналіз наведених на рисунках даних дозволяє зробити висновок, що структура витрат виноробних підприємств в цілому стабільна. Для розробки заходів, спрямованих на підвищення ефективності управління витратами важливим є визначення типу виробництва з точки зору витрат виробничих ресурсів. Як видно з рисунків, виробництво вина є матеріаломістким (90,0% в 2015 році та 86,2% в 2019 році в структурі операційних витрат складають матеріальні витрати), тобто саме абсолютний розмір та динаміка матеріальних витрат як результату використання матеріальних ресурсів (сировини, матеріалів, напівфабрикатів, енергоресурсів) в цілому визначає загальний рівень поточних витрат підприємств та характеризує ефективність управління ними. Іншими словами, заходи, спрямовані на оптимізацію саме матеріальних витрат, матимуть найбільший вплив на загальний рівень витрат з точки зору їх економії. Порівнюючи структуру операційних витрат виноробних підприємств в 2015 та 2019 роках варто також відзначити зростання питомої ваги оплати праці, що в цілому може вважатися позитивним явищем в контексті забезпечення стратегічного розвитку підприємств за рахунок підвищення мотивації персоналу.

Повертаючись до питань зниження матеріалоємності виробництва як найбільш перспективного шляху підвищення ефективності управління витратами на виноробних підприємствах варто відзначити, що в практичних цілях можуть бути застосовані як універсальні з точки зору сфери діяльності заходи (збільшення виходу продукції за рахунок впровадження техніко-технологічних інновацій, зменшення витрат та браку як за рахунок організаційних, так і технічних заходів, зниження енергомісткості виробництва за рахунок використання більш енергоефективної техніки, оптимізація виробничої програми у бік збільшення в структурі виробництва

високорентабельної продукції тощо), так і суто специфічні, тобто пов'язані виключно з особливостями виробництва винопродукції. Серед таких заходів, на наш погляд, важливе господарське значення мають заходи по переробці відходів або вторинних матеріальних ресурсів (ВМР).

Про виключну актуальність вирішення проблеми переробки ВМР у галузі виноробства не тільки з точки зору зниження матеріалоемності виробництва, а й в контексті розв'язання проблем утилізації відходів, насичення ринку інноваційними та поживними продуктами свідчить той факт, що у 2019 р. в Україні при обсязі переробки винограду на виноматеріали 124,2 тис. тонн частка вторинної сировини (гребені, вичавки) становила 15-20%, що складає в абсолютному розмірі 18,6–24,8 тис. тонн [6, с. 66].

За вмістом біологічно активних речовин вторинна сировина виноробства перевершує і виноград, і вино. Раціоналізація використання ВМР дозволить отримати продукти, що представляють значну цінність для таких галузей народного господарства як харчова, фармацевтична, парфумерно-косметична. Так, гребені та вичавки можуть бути використані для виробництва етилового спирту, енотаніну, поліфенольних концентратів, виннокислої солі, винної кислоти, добрив, корму для тварин. Виноградні вичавки, які багаті на харчові волокна, поліфеноли, мінеральні речовини, вітаміни, є перспективною сировиною для створення нового асортименту кондитерських виробів, для виробництва лікарських препаратів, біологічно активних добавок та косметичних засобів [7, с. 79]. З висушеного виноградного насіння виготовляють олію, Утворений осад висушують та використовують як білковий збагачувач для корму, шрот – для добування фурфуролу.

Сьогодні у вітчизняній господарській практиці проблемі переробки ВМР не приділяється належна увага. В переважній більшості випадків відходи виноробства без попередньої обробки утилізують на сільськогосподарських угіддях, що призводить до кислотної ерозії ґрунту, а внаслідок розвитку мікроорганізмів забруднюється навколишнє середовище.

Все вищезазначене свідчить про виключну актуальність розробки та впровадження у господарську практику заходів по переробці ВМР як з точки зору зниження матеріалоемності виробництва та ефективності управління витратами, так із урахуванням необхідності вирішення екологічних проблем.

### Література

1. Ковальова О. Управління витратами господарської діяльності підприємства. *Галицький економічний вісник*. № 6 (61). 2019. URL: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2019.06](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2019.06) (дата звернення: 02.10.2021 року).

2. Мілаш І. В., Красноусов А. В. Стратегічне управління витратами підприємств роздрібної торгівлі : монографія. Харків : ХДУХТ, 2015. 286 с.

3. Попов О. Управління витратами : Економічна енциклопедія. К.: Видавничий центр «Академія», 2007. 952 с.

4. Балан А.А., Крисенко А.В. Система управління витратами на промислового підприємстві. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2014. № 3 (13). С. 43-49. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html> (дата звернення: 01.10. 2021 року).

5. Витрати на виробництво продукції (товарів, послуг) підприємств за видами економічної діяльності. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 03.10. 2021 року).

6. Осипов В. М., Осипова Л. А., Локатарьова Г. В. Впровадження концепції «зеленої» економіки у виноробну галузь України // Перспективи ефективних управлінських рішень у бізнесі та проектах: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, Одеса, 17-18 вересня 2020 р. / Міжнародний гуманітарний університет. Одеса, 2020. С. 65-68

7. Каліновська Т. В., Крапивницька І. О., Оболкіна В. І., Кияниця С. Г. Використання вторинних продуктів переробки винограду під час розробки інноваційних технологій кондитерських виробів. Обладнання та технології харчових виробництв. 2013. № 30. С. 75–80

## **СТАН РИНКУ І ПРОБЛЕМИ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

**Лобоцька Л.Л., к.т.н., доцент**

**Петренко О.О., магістрант**

**Присяжнюк К.В., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса. Україна**

Кондитерська галузь є однією з найбільш розвинутих галузей харчової промисловості України, асортимент продукції якої охоплює практично всі групи кондитерських виробів. Аналіз стану і перспектив розвитку кондитерського ринку в Україні свідчить, що основним джерелом формування пропозиції на ринку є вітчизняне виробництво, його продукція становить близько 90 % в загальному обсязі. Кондитерські вироби є традиційно популярними в Україні. При рівні споживання 8 кг на душу населення на рік Україна є 8-ою у світі за цим показником.

Ринок кондитерських виробів України є висококонцентрованим, на ньому працює близько 750 компаній – великих, середніх і малих. Однак тільки кілька крупних підприємств займають більш 65 % ринку. За прогнозами аналітичного департаменту НРА «Рюрік», у наступні декілька років рівень концентрації українського кондитерського ринку тільки підвищуватиметься.

До числа великих підприємств слід віднести: кондитерські корпорації

«Roshen», «Конті», «АВК», «Бісквіт-Шоколад», Житомирську кондитерську фабрику «Житомирські Ласощі», компанію «Nestle», ПАТ «Монделіс Україна» (до 2014 року називалось «Крафт Фудз Україна»), ПрАТ «Домінік», ПрАТ «КФ «Лагода» та деякі інші [1, с. 46]. За щорічним світовим рейтингом ТОП-100 у 2019 р. серед кращих кондитерів світу з українських компаній залишилися тільки «Roshen» і «Конті» [ 2 ]. Компанія «Roshen» зайняла 27 місце з оборотом \$800 млн, 10 тис. працівників і 8 виробничими майданчиками. Компанія «Конті» втратила одну позицію в рейтингу. Тепер вона займає 44 місце з 5 фабриками, 8 тис працівників і оборотом \$473 мл. Компанія «АВК» не увійшла до ста найбільш крупних виробників солодоців (у минулому році вона зайняла 64 позицію з оборотом \$275 млн).

За асортиментом та своєю насиченістю український ринок майже нічим не відрізняється від ринку європейських країн. Кондитерські вироби налічують до 2000 найменувань. Структура ринку за видами продукції у 2018 р. [3] наведена на рис.1. Найбільшу частину – 35 % становить печиво, а також продукція з високим вмістом цукру

Проте вітчизняні кондитери справляються не з усіма потребами ринку. Український покупець наситився традиційними смаками і вирішив пробувати нове – імпортні «макарони» (печиво з мигдального борошна), тістечка і торти з дзеркальної глазури, бельгійські вафлі, рахат-лукум та інші східні солодоці. За прогнозом видання National Restaurant News, одним з головних трендів світової кондитерської індустрії найближчим часом стануть веганські ласощі, збиті кокосові вершки і морозиво, тому українським кондитерським компаніям ще доведеться боротися за внутрішнього споживача з іноземними виробниками солодкого [ 4,5 ].

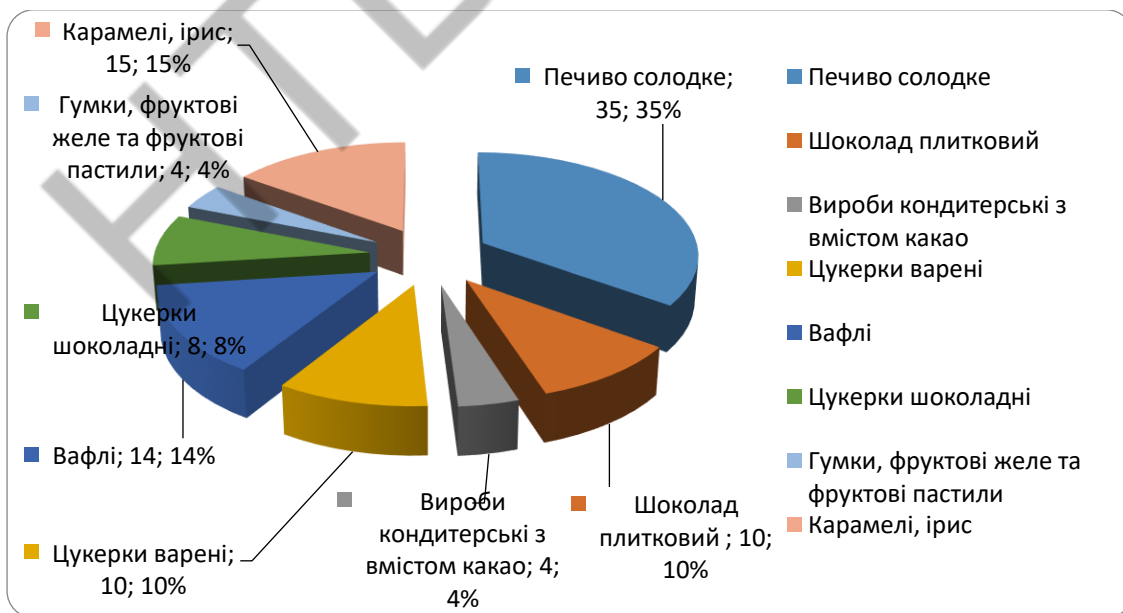


Рис. 1 Структура ринку кондитерських виробів в Україні у 2018 р., %

На провідних кондитерських фабриках проведено модернізацію, встановлено найсучасніші виробничі лінії, значно підвищені технологічність і наукоємність підприємств. Якість продукції вітчизняних підприємств за багатьма параметрами не відрізняється від іноземної, що підвищує конкурентоспроможність вітчизняних виробників.

Однак, із загальною перспективністю кондитерської галузі, слід зазначити, що досить обмеженими є умови розвитку невеликих підприємств. Більшість з них потребує заміни застарілого обладнання та впровадження нових технологій при нестачі власних коштів [6]. Тому виробництво й надалі концентруватиметься в найбільших корпораціях. Для невеликих фірм потрібно вирішити фінансові проблеми за рахунок залучення інвестицій.

Серед тенденцій у сучасному кондитерському виробництві можна виділити наступні:

- посилення конкуренції на внутрішньому ринку, в тому числі за рахунок росту імпорту;
- пошуки нових ринків збуту, зокрема в Азії, країнах ЄС;
- зростання обсягів виробництва продукції, особливо шоколаду;
- незначне падіння виробництва в сегменті виробів з цукру;
- підвищення витрат на виробництво і, як наслідок, ріст цін на кондитерські вироби всіх сегментів.

Актуальні на сьогоднішній день проблеми кондитерської галузі можна поділити на чотири групи:

1. Фінансові проблеми.
2. Проблеми, пов'язані із зростанням цін на сировину, зокрема на цукор, підвищенням тарифів на енергоносії, ростом заробітної плати працівників.
3. Проблеми з ринками збуту за межі країни.
4. Проблеми зниження купівельної спроможності населення, зокрема у зв'язку з COVID-19.

Важливою проблемою розвитку кондитерської промисловості в Україні є відсутність власних коштів у невеликих підприємств для реконструкції виробництва. Великі компанії не відчують значної нестачі коштів: вони постійно запроваджують ексклюзивні продуктові лінії, будують нові фабрики, закупають найсучасніше закордонне обладнання. Цьому сприяє конкуренція у кондитерській галузі, яка останнім часом стає все більш жорсткою.

Переважає кількість малих виробників кондитерської продукції слабо модернізовані, їхні ринки збуту обмежені, в них відсутні розвинені торгові марки. Вони не конкурують із великими виробниками та займають відносно вільні ніші – виробництво борошняних кондитерських виробів із використанням ручної роботи; робота на замовлення роздрібних торговельних мереж. Завдяки гнучкій ціновій політиці підприємства скорочують собівартість виробництва за рахунок більш дешевої сировини.

Для підтримки конкурентоспроможності та фінансової стійкості, а також для розвитку виробничо-господарської діяльності підприємств і недопущення кризових ситуацій необхідно удосконалювати, а на деяких підприємствах фактично запроваджувати стратегічне управління, де вихідним елементом є формування або удосконалення конкурентних стратегій. У сучасних умовах вони можуть бути дієвим засобом подолання кризи, мінімізації її наслідків та недопущення у майбутньому. Стабільний розвиток кондитерської галузі сприятиме збільшенню обсягів виробництва у сфері сільського господарства, торгівлі, галузі транспорту, зростанню зайнятості населення, а також суттєвому підвищенню експортного потенціалу країни.

### Література

1. Демяненко К.А Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах / К.А. Демяненко // Молодий вчений. 2016, № 9 (36). – С. 45-50.
2. Какие украинские компании входят в ТОП-100 кондитеров мира 2019. URL: <https://delo.ua/business/ukrainskie-kompanii-v-top-100-konditerov-mira-349429> (дата звернення 10.09.2021)
3. Промисловість. Виробництво промислової продукції за видами. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukr.stat.gov.ua> (дата звернення 12.09.2021)
4. Соколов А. Экономика сладостей: что и как потребляют украинцы URL: <https://mind.ua/ru/openmind/20187556-ekonomika-sladostej-chto-i-kak-potrebyayut-ukraincy> (дата звернення 15.09.2021)
5. Чим ми ласуємо: аналіз ринку кондитерських виробів URL: <https://nashkraj.ua/uk/blog/chym-my-lasuyemo-analiz-rynku-kondyterskyh-vyrobiv> (дата звернення 15.09.2021)
6. Шашина М.В. Удосконалення ресурсного потенціалу кондитерської галузі // Ефективна економіка. 2014, № 5. – С. 34-39.

## МОДЕЛЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНСЕРВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Фрум О.Л., к.е.н., доцент  
Цвірінкалова В.А., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

В практиці інвестиційного аналізу для прогнозування майбутньої ефективності соціально-економічних проєктів застосовується система показників оцінки майбутніх грошових потоків проєкту. Однак за цією методикою неможливо визначити ступінь впливу на загальний результат

окремих підсистем реалізації проєкту. Тобто не є можливим проведення якісного детального діагностування за факторами впливу на заплановані результати інвестиційної діяльності.

Трьохфакторна модель DuPont зазвичай застосовується для ретроспективного аналізу факторів впливу на величину рентабельності власного капіталу в визначений момент часу без врахування динаміки показників [1]. Однак системність та збалансованість цієї моделі дозволяють її застосування не тільки в діагностиці статичних показників результатів діяльності, які вже отримано, але і в прогнозуванні майбутніх результатів діяльності.

Прийняття управлінського рішення можна поділити на три складові управління рухом грошових потоків за різними сферами діяльності підприємства:

- 1) інвестиційна діяльність – управління інвестиціями в необоротні та оборотні активи;
- 2) операційна діяльність – управління використанням активів;
- 3) фінансова діяльність – управління джерелами фінансування активів.

Таким чином, якщо розглядати три сфери діяльності та складові управління рухом грошових потоків, то на підставі наявності позитивного та від’ємного грошових потоків можна стверджувати, що всі три сфери діяльності мають інвестиційний аспект. Вони тісно пов’язані між собою та взаємозалежні.

Діагностика розкладених факторів впливу показників моделі дає змогу детально визначати причини змін того, чи іншого показника.

За даними «Форма №1 «Баланс» та «Форма №2 «Звіт про фінансові результати» АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» [2] з метою діагностувати результати інвестиційної діяльності підприємства та оцінити результати управління рухом грошових потоків проведено системний фінансовий аналіз результатів інвестиційної діяльності підприємства (табл. 1).

Таблиця 1 - Показники аналізу рентабельності власного капіталу АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» за моделлю DuPont

Показник	Значення за роками									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Чистий прибуток (збиток), млн грн	-0,1	-4,3	0,9	-1,2	-3,5	-3,0	-2,1	-3,4	-2,5	-2,4
Чистий дохід, млн грн	24,2	9,7	6,5	16,9	19,0	24,7	21,8	21,4	24,5	26,6
Вартість власного капіталу, млн грн	57,5	86,4	115,8	116,0	114,0	112,2	110,7	106,5	102,6	100,2
Вартість активів, млн грн	61,6	97,0	132,0	129,8	127,4	126,2	124,6	119,2	114,1	117,9
Рентабельність власного капіталу, %	-0,25	-4,94	0,76	-1,00	-3,07	-2,64	-1,89	-3,17	-2,46	-2,37

Рентабельність активів, %	-0,24	-4,40	0,66	-0,90	-2,74	-2,35	-1,68	-2,83	-2,22	-2,01
Рентабельність продажів, %	-0,60	-44,20	13,58	-6,87	-18,44	-12,04	-9,60	-15,75	-10,30	-8,90
Коефіцієнт оборотності активів	0,39	0,10	0,05	0,13	0,15	0,20	0,18	0,18	0,22	0,23
Коефіцієнт фінансового важелю	1,07	1,12	1,14	1,12	1,12	1,12	1,13	1,12	1,11	1,18

\* Складено авторами

Аналіз показав, що майже всі показники рентабельності за період, що розглядається, мають від'ємне значення. За правилом оцінки результатів аналізу від'ємні значення показника рентабельності не беруться до уваги, тому що основним критерієм оцінювання показників рентабельності є умова «рентабельність вище нуля». Тому немає можливості зробити об'єктивні висновки за результатами аналізу. Але можна зробити висновок, що підприємству вкрай необхідно переглянути свою систему стратегій та змінити підходи до всіх сфер діяльності.

На основі ретроспективного аналізу в цілях діагностики інвестиційної діяльності в частині розробки рекомендацій до напрямів подальшого здійснення інвестиційної діяльності пропонується проведення кореляційно-регресійного аналізу складових показників моделі на перспективу.

З метою прогнозування результатів інвестиційної діяльності підприємства та оцінки результатів управління рухом грошових потоків підприємства за трьома сферами діяльності розроблено систему моделей прогнозування показників модель DuPont (табл. 2).

Прогнози залежної змінної  $\hat{y}_t$  виконано за:

1) лінійною моделлю однофакторної регресії:

$$\hat{y}_t = b_1 + b_2 x_t, \quad (1)$$

2) лінійною моделлю багатфакторної регресії:

$$\hat{y}_t = b_1 + b_2 x_2 + \dots + b_t x_t, \quad (2)$$

де  $b_1, b_2, \dots, b_t$  – коефіцієнти (параметри) регресії,

$x_2, x_3, \dots, x_t$ , незалежні змінні (чинники).

Таблиця 2 - Система моделей діагностики результатів інвестиційної діяльності АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування»

Показник	Чинник	Формула	Прогноз		Відхилення	
			2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021
Чистий прибуток (збиток), млн грн	$x_2$ – чистий дохід $x_3$ – вартість активів	$\hat{y}_t = 317,98 - 0,06x_2 - 0,01 x_3$	-2,8	-2,9	-0,4	-0,1
Чистий дохід, млн грн	$x_2$ – час	$\hat{y}_t = 12126,8 + 1344,44 x_2$	26,9	28,3	0,3	1,3

Вартість власного капіталу, млн грн	$x_2$ – час	$\hat{y}_t = 4718,87 + 0,85 x_t$	117,6	120,4	17,4	2,8
Вартість активів, млн. грн	$x_2$ – час	$\hat{y}_t = 96822 + 3303,02 x_2$	133,2	136,5	15,3	3,3
Рентабельність власного капіталу, %	Чистий прибуток (збиток) Вартість власного капіталу Рентабельність активів Коефіцієнт фінансового важелю	$R_{ВК} = \frac{ЧП(з) * 100}{ВК}$ або $R_{ВК} = R_A * K_{фв}$	-2,38	-2,42	-0,01	-0,04
Рентабельність активів, %	Рентабельність продажів Оборотність активів	$R_A = R_{п} * O_A$	-2,10	-2,13	-0,09	-0,03
Рентабельність продажів, %	Чистий прибуток (збиток) Чистий дохід	$R_{п} = \frac{ЧП(з) * 100}{ЧД}$	-10,39	-10,30	-1,48	0,08
Оборотність активів	Чистий дохід Вартість активів	$O_A = \frac{ЧД}{A}$	0,20	0,21	-0,02	0,00
Коефіцієнт фінансового важелю	Вартість активів Вартість власного капіталу	$K_{фв} = \frac{A}{ВК}$	1,13	1,13	-0,04	0,00

\* Складено авторами

Аналіз показав, що при збереженні інвестиційної стратегії, що реалізується, тобто збільшенні власного капіталу та активів на фоні зниження чистого доходу та прибутку, збережеться тенденція зниження показників ефективності інвестиційної діяльності.

Застосування моделі DuPont для діагностики дає змогу своєчасно оцінювати, прогнозувати та моделювати ступінь впливу на результати інвестиційної діяльності тих чи інших чинників за трьома сферами діяльності підприємства.

### Література

1. Мандрик А. А. Стратегическое планирование деятельности предприятия // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 11. С. 1001-1005. URL: <http://e-koncept.ru/2016/86217.htm> (дата звернення 09.09.2021)
2. Річна фінансова звітність АТ «Одеський консервний завод дитячого харчування». URL: [smida.gov.ua](http://smida.gov.ua) (дата звернення 09.09.2021)

# ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Шаркова І.І., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Сьогодні, в умовах перманентних кризових явищ, викликаних як факторами глобального характеру (рецесія світової економіки через Covid-19), так і проблемами регіонального (військові дії на сході України, анексія Криму) та внутрішнього (стагнація національної економіки, відтік робочої сили за кордон, посилення соціальної напруги, зниження платоспроможного попиту) походження, виключної актуальності набувають питання підвищення ефективності формування та використання оборотного капіталу підприємств. Рациональне формування та ефективне використання оборотного капіталу є запорукою безперервного функціонування підприємства, виконання виробничої програми, забезпечення зобов'язань перед споживачами, поліпшення фінансового становища та конкурентоспроможності на ринку. Досягнення високого рівня ефективного використання оборотного капіталу, забезпечення його оптимальної структури, у кінцевому підсумку дозволяє отримати позитивний фінансовий результат та досягнення стратегічних цілей [1, с. 698].

Забезпечення належного рівня ефективності формування та використання оборотного капіталу має виключну актуальність не тільки на мікро-, а й макrorівні, оскільки від рівня ефективності зазначених процесів в цілому по економіці значною мірою залежать податкові надходження до бюджету, формування ресурсів Пенсійного фонду, збереження та збільшення робочих місць та рівня заробітної плати, а отже і соціальна стабільність в суспільстві, стан банківської сфери тощо.

З точки зору практичного аспекту аналізу процесів, які відбуваються в процесі формування та використання оборотного капіталу, слід відзначити, що у формалізованому вигляді, а саме у вигляді статистичної, бухгалтерської та управлінської інформації, оборотний капітал представлений різними елементами оборотних активів [2, с. 80].

Для характеристики загальних процесів формування та використання оборотного капіталу, що визначає рівень ділової активності на рівні окремих підприємств та економічної системи в цілому, проаналізуємо абсолютні значення та динаміку таких показників, як коефіцієнт оборотності оборотних активів, рентабельність оборотних активів, тривалість одного обороту оборотних активів, коефіцієнт завантаження (закріплення) та відносну економію оборотних активів (табл. 1).

Таблиця 1 Показники ефективності використання оборотних активів вітчизняних підприємств (в цілому по Україні)

Показник	Роки						Відхилення (+,-)	
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2019 до 2018	2020 до 2019
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств, млрд. грн.	5159,1	6237,5	7707,9	9206	9639,7	9685,6	433,7	45,9
Прибуток до оподаткування, млрд грн	-348,5	69,9	237	369,2	613	318,5	243,8	-294,5
Оборотні активи, млрд. грн	4108,6	5772,8	5650,8	6285,1	6640,3	6715,2	355,2	74,9
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, об	1,256	1,080	1,364	1,465	1,452	1,442	-0,013	-0,009
Рентабельність оборотних активів, %	-8,48	1,21	4,19	5,87	9,23	4,74	3,36	-4,49
Тривалість одного обороту оборотних активів, днів	286,7	333,2	263,9	245,8	248,0	249,6	2,2	1,6
Коефіцієнт завантаження (закріплення), грн	0,796	0,925	0,733	0,683	0,689	0,693	0,006	0,004
Відносна економія оборотних активів (за базовий період прийнятий 2015 рік), млрд. грн	-	-805,4	487,6	1046,4	1036,6	998,2	-	-

Джерело: розрахунки автора на основі [3]

Аналіз динаміки наведених в таблиці показників ефективності використання оборотних активів дозволяє зробити висновок про поступове її підвищення протягом 2015-2019 років. Так, за зазначений період коефіцієнт оборотності оборотних активів збільшився з 1,256 до 1,452 обороту при скороченні тривалості одного обороту оборотних коштів з 286,7 до 248,0 дня, що свідчить про значне прискорення оборотності коштів. Рентабельність оборотних активів порівняно з першим прибутковим роком (2016) до 2019 року стабільно зростала: з 1,21% до 9,23%. Таким чином, на кожну гривню оборотних активів прибуток підприємств збільшився з 1,21 коп до 9,23 коп.

Коефіцієнт завантаження (закріплення) оборотних активів, що характеризує економічність господарських процесів з точки зору оптимізації обігу оборотних активів, зменшився 0,796 грн в 2015 році до 0,689 грн, тобто на 0,107 грн. Отже, порівняно з 2015 роком для реалізації продукції (товарів, послуг) на одну гривню в 2019 році оборотних активів потрібно на 10,7 коп менше, що свідчить про позитивні тенденції в управлінні оборотним капіталом в цілому. Про значну економію коштів, отриману за рахунок прискорення оборотності оборотних активів, свідчить відносна економія оборотних активів, яка в 2019 році склала 1036,6 млрд грн в цілому по економіці. Таким чином, можна зробити аргументований висновок, що протягом 2015-2019 років відбулося значне підвищення ефективності використання оборотних активів в цілому по економіці. В 2020 році, як свідчать дані таблиці, відбулося незначне зниження загальної ефективності використання оборотних активів, що на нашу думку, пов'язано насамперед з рецесією світової економіки.

Для визначення резервів підвищення ефективності формування та використання оборотних активів, виключно важливим є оцінка ефективності використання окремих елементів оборотних активів. В таблиці 2 наведені відповідні розрахунки.

Таблиця 2 - Структура оборотних активів вітчизняних підприємств та показники ефективності використання окремих їх елементів

Показник	Роки					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств, млрд. грн.	5159,1	6237,5	7707,9	9206	9639,7	9685,6
Оборотні активи, млрд. грн, в т.ч.	4108,6	5772,8	5650,8	6285,1	6640,3	6715,2
запаси	850,8	1046,5	1294,2	1548,1	1624,2	1612,5
дебіторська заборгованість	2517,2	3945,6	3459,2	3873,2	4072,1	4223,9
грошові кошти	301,6	334,5	365,6	377,1	463,5	389,5
інші елементи оборотних активів	439	446,2	531,8	486,7	480,5	489,3
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, об	1,256	1,080	1,364	1,465	1,452	1,442
по запасах	6,064	5,960	5,956	5,947	5,935	6,007
по дебіторській заборгованості	2,050	1,581	2,228	2,377	2,367	2,293
по грошових коштах	17,106	18,647	21,083	24,413	20,798	24,867
по інших елементах оборотних активів	11,752	13,979	14,494	18,915	20,062	19,795

Показник	Роки					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Тривалість одного обороту оборотних активів, днів	286,7	333,2	263,9	245,8	248,0	249,6
у запасах	59,4	60,4	60,4	60,5	60,7	59,9
у дебіторській заборгованості	175,6	227,7	161,6	151,5	152,1	157,0
у грошових коштах	21,0	19,3	17,1	14,7	17,3	14,5
у інших елементах оборотних активів	30,6	25,8	24,8	19,0	17,9	18,2
Відносна економія оборотних активів, млрд. грн	0	-805,4	487,6	1046,4	1036,6	998,2
по запасах	0	-17,9	-23,1	-29,9	-34,5	-15,2
по дебіторській заборгованості	0	-902,2	301,6	618,5	631,2	501,8
по грошових коштах	0	30,1	85,0	161,1	100,0	176,7
по інших елементах оборотних активів	0	84,6	124,1	296,7	339,8	334,9

Джерело: розрахунки автора на основі [3]

Аналіз показників ефективності використання елементів оборотних активів дозволяє зробити висновок, що серед усіх їх складових найбільш ефективним чином відбувалося управління дебіторською заборгованістю, яка крім того займає найбільшу питому вагу у структурі оборотних активів протягом всього періоду дослідження. Про ефективність управління дебіторською заборгованістю свідчать показники відносної економії: протягом всього періоду саме за рахунок дебіторської заборгованості формувалася загальна економія. Динаміка коефіцієнта оборотності оборотних активів по структурних елементах свідчить про зростання цієї ефективності по усіх складових, окрім запасів: протягом 2015-2020 років коефіцієнт оборотності запасів зменшився з 6,064 в 2015 році до 6,007 в 2020 році. Про неефективне використання запасів свідчить також від'ємне значення відносної економії даного елемента оборотних активів: в кожному році протягом періоду дослідження в цілому по економіці спостерігалися значні перевитрати через неефективне використання запасів: значення перевитрати коливалося від 15,2 млрд грн (2020 рік) до 34,5 млрд. грн (2019 рік). Отже, можна зробити висновок, що підвищення ефективності управління запасами є сьогодні основною теоретичною та практичною задачею підвищення ефективністю управління оборотним капіталом в цілому.

### Література

1. Савченко А.М., Матвіюк А.В. Оборотні активи виробничого підприємства в сучасних умовах: обліково-аналітичний аспект // Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. 2019. Вип. 6 (23). С. 698-705
2. Васківська К.В., Сич О.А. Фінансовий менеджмент: навч. посіб.

Львів : "ГАЛИЧ-ПРЕС", 2017. – 236 с.

3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Веб сайт].  
URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 01.09.2021)

## ОЦІНКА ЯКОСТІ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

**Хачатурян О.С., к.е.н.**

**Відокремлений структурний підрозділ «Одеський технічний фаховий коледж  
ОНАХТ», м. Одеса, Україна**

Все більшого поширення та розвитку останнім часом набуває сфера надання автотранспортних послуг. Постійно збільшується число автопідприємств і одноосібних перевізників. Разом з цим зростає й рівень конкуренції між ними, що викликає необхідність підвищення якості перевезень. Адже високий рівень якості дозволяє займати провідне положення у даному секторі економіки. Нагальною є необхідність проведення оцінювання якості надання автотранспортних послуг, причому актуальним є її оцінювання з позицій споживачів.

Одним з важливих елементів розуміння поняття якості на підприємствах автотранспорту є оцінювання підсумкової їх продукції – автотранспортного сервісу й сервісу для споживачів. Мета такої оцінки – виявлення ступеня добротності автотранспортного обслуговування за поміччю параметрів здійснення належних процесів. У зв'язку з цим необхідне удосконалювання множини консеквентних підходів до оцінки якості автотранспортного обслуговування при формулюванні його ознак.

Новітня література з менеджменту якості [1-4] доволі конкретно відзначає необхідність оцінки якості з точки зору споживачів [3, с. 51]. У сфері автомобільних перевезень теж виконані спроби оцінити якість транспортного сервісу з точки зору реальних набувачів послуг [4, с. 45-52]. Проте, таке оцінювання якості проводиться після отримання послуги, тому не враховує побажань споживачів стосовно якості обслуговування та не дає можливості порівняти, наскільки різняться між собою рівні наданих і очікуваних послуг.

Використання наявних методик оцінки якості надання послуг чи виробленої продукції, має певні недоліки: немає можливості порівняти й не існує взаємозв'язку між показниками, що використовуються при оцінюванні якості послуг, продукції й процесів, які продукують її ступінь; не виокремлюється особливість створення ознак, які можуть бути використані для оцінювання якості споживачем ходу обслуговування; при отриманні послуги, розгорнутої в часі, як це має місце при отриманні автотранспортних послуг, остаточний рівень її якості формується з складових якості окремих її

етапів. Все це свідчить про необхідність створення новітньої більш досконалої методики оцінювання якості автотранспортних послуг, яка б відповідала сьогочасній теорії менеджменту якості.

На сьогоднішній день оцінку якості автомобільних перевезень оцінюють сукупними ознаками, тобто такими, що визначають певний клас атрибутів продукції чи сервісу. Ними є збережуваність вантажів, вчасність здійснення перевезень, вигоду використання порядку перевезень і їх вигідність.

Зручність використання системи транспортування містить технічні та організаційні ознаки. Технічні ознаки обіймають у собі:

- зручність завантаження-розвантаження вантажу;
- зручність підготовки вантажу до транспортування;
- ступінь участі адресантів вантажу чи вантажоотримувачів у ході доставлення вантажу;
- зручність здійснення експедиторського супроводу вантажу.

Організаційними ознаками є: зручність подання замовлень на транспортування; зручність отримання повідомлення про хід доставлення вантажу.

Аналіз ознак якості показує, що предметом оцінювання переважно є продукція автотранспортного підприємства, тобто перевезення, що виконуються. У той же час якість сервісу, як процесу, аналізується порізно й допускає оцінювання шлейфу атрибутів процесу перевезення й порядку перевезень, які зумовлюють відповідність їхнім нормативним канонам.

Мірилами оцінювання транспортного сервісу слугують величини ознак, які дозволяють досягнути максимального ефекту в сільськогосподарській і промисловій сферах, які обслуговуються, при наперед означених витратах на розвинення та експлуатацію автотранспорту, очікувану користь за мінімальних витрат або максимальне відношення ефекту до витрат. Якість транспортного сервісу у ході транспортування вантажів визначає «рівень (ступінь) задоволення за часом потреб у перевезеннях за загальним обсягом і клієнтурою вантажів, безперебійність (регулярність) і надійність (безпека)» [5, с. 13].

Отже, можна відзначити таке:

1. Оцінка якості транспортного сервісу теоретично й методологічно заснована й спрямована на загальногосподарський підхід з переважаючим задоволенням у першу чергу зацікавлень суспільства взагалі.

2. В ознаках, які використовуються для оцінки, не зосереджується увага першочерговості її виконання з точки зору користувачів автотранспортними послугами, відповідності їхнім цілком певним потребам.

3. Належна увага не надається таким процесам взаємодіяння з отримувачем, як офертам сервісу, оформленню замовлень і розрахунків та інше.

Використання наявних консеквентних підходів до оцінювання якості автотранспортного сервісу має такі хиби: для оцінювання якості сервісу та ходу формування її ступеня використовуються ознаки, котрі не порівнювані та не пов'язані між собою; не виокремлюється особливість формування ознак, які призначені для оцінювання якості ходу надання послуги її отримувачем.

Оцінювання якості автотранспортного сервісу в залежності від його мети доцільно виконувати роздільно за ступенями деталізації: типізованим, укрупненим і розгорнутим. На типізованому ступені враховувати центральні ознаки якості, котрі відображують головні побажання сукупності отримувачів автотранспортного сервісу. Укрупнений ступінь оцінки передбачає врахування етапів обслуговування отримувачів послуг. На розгорнутому етапі спиратися на безпосередньому ході створення, якості автотранспортного сервісу, тобто ході обслуговування отримувача послуги.

Типізований ступінь має на увазі оцінювання якості автотранспортного сервісу за класами користувачів на основі ознак, які відображують найважливіші для них вигідні позначки; укрупнений – за етапами надання послуг користувачам; розгорнутий – окремо по користувачу даного сервісу та його взаєминам з автотранспортним підприємством. Водночас, на укрупненому та розгорнутому ступенях оцінювання може містити два підступеня: гуртовий і окремий. На окремому ступені оцінювання якості автотранспортного сервісу здійснюється за єдиним епізодом його надання, на гуртовому – за їх множиною.

На розгорнутому ступені є доречним, з огляду на етапи ходу надання послуг користувачам, виокремити ознаки «дієвої» та «інструментованої» якості. На укрупненому ступені ознаки оцінювання якості формуються в відповідності до етапів надання послуг користувачам. При цьому теж допустима гнучка система ознак, себто додавання чи скорочення їх переліку. На розгорнутому ступені доречно використовувати ознаки, котрі відображують тільки головні вигідні прикмети автотранспортного сервісу для недиференційованих класів отримувачів послуг.

Ґрунтуючись на вище викладеному, можна зробити наступні висновки:

1. Визначено відмінні риси методичних основ проведення оцінювання якості на підприємствах автомобільного транспорту.

1. Оцінювання якості є результатом ходу сприймання якості, котра складається в процесі надання послуг користувачеві та супроводжується винесення конкретної оцінки кількісної міри відповідності ходу отриманого сервісу його чеканням.

2. Визначено стадії оцінювання якості та консеквентне забезпечення їх здійснення.

4. Запропоновано підхід до оцінювання якості автотранспортного сервісу та здійснення ходу надання послуг користувачам, який базується на

виявлені його значень за трьома ступенями: типізованому, укрупненому та розгорнутому.

### **Література**

1. Пономарева Т.А., Супрягина М.С. Процессный подход к оценке внутреннего качества в сервисной организации // Менеджмент в России и за рубежом. – №4. – 2005. – С. 74-81.

2. Новаторов Э. Качобрус: Маркетинговый инструмент для измерения качества образовательных услуг // Маркетинг. – 2001. – №6 (61). – С. 54-67.

3. Пономарева Т.А., Супрягина М.С. Как на практике оценить качество через количество // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – №2(40). – С. 51-63.

4. Шинкаренко В.Г., Криворучко О.Н. Управление результатами деятельности работников АТП. – Харьков: Изд-во ХГАДТУ, 1999. – 143 с.

5. Трихунков М.Ф. Транспортное производство в условиях рынка: качество и эффективность. – М.: Транспорт, 1993. – 225 с.

## **THE STATE OF DEVELOPMENT OF THE BIOECONOMY IN ROMANIA**

**Voicilaş D.M., Assoc.prof.dr., Senior researcher  
Romanian Academy, Institute of Agricultural Economics, Bucharest, Romania**

### **Introduction**

The bioeconomy is a relatively new concept. The term as such has been used since the 90s by Juan Enriquez Cabot and Rodrigo Martinez, but their work has referred to their research in genetics. Earlier in the 60s, economist Zeman used the term "bioeconomics", the American economist of Romanian origin Nicolae Georgescu Roegen also wrote about bioeconomics/bioeconomy in an article from the 70s but, the term bioeconomy in the present sense began to be promoted after 2000 by Christian Patermann.

### **Objectives of the study**

The aim of this paper is to present the concept of bioeconomy and the bioeconomy strategies development in Romania.

### **Materials and methods**

For the finalisation of this study, there were used the official documents of the EC and other European institutions with attributions in the field, national documents from Romania, but also results and documents of the BIOEAST Initiative and BIOEASTsUP Project. To achieve the proposed objectives, a literature review, a text analysis of the studies and documents in this field, as well as comparisons with other countries were performed.

## Results

Romania does not have an official national definition for bioeconomy ([https://ec.europa.eu/knowledge4policy/bioeconomy/country/romania\\_en](https://ec.europa.eu/knowledge4policy/bioeconomy/country/romania_en)).

However, there are several definitions of the bioeconomy in specialized articles, such as: A complex system composed of Earth resources and their anthropic and natural transformation processes, which belong to biology and contribute to the economic, social and cultural development of people in a sustainable way, based on knowledge, forethought and empathy (Voicilas, D.M., 2021); Bioeconomy is an economy that uses biological resources from the soil and sea, including the production of renewable biological resources, as well as the conversion of these resources and waste into value-added products (food, feed, bioproducts and bioenergy) (Orboi, M.D. et al., 2017); The bioeconomy is that type of economy that produces and processes biological resources, from terrestrial and aquatic (agro) ecosystems, and includes agriculture, forestry, fishing, aquaculture, food industry, pulp and paper industry, as well as part of the chemical, biotechnology industry and energy (Project 2015).

As regards the National Bioeconomy Strategy, Romania is in the first stage of its development. In the next, we present the current state of the Strategy.

The national institutions involved in the bioeconomy are ([https://ec.europa.eu/knowledge4policy/bioeconomy/country/romania\\_en](https://ec.europa.eu/knowledge4policy/bioeconomy/country/romania_en)):

- Lead ministry: Ministry of Economy, Ministry of Water and Forests, Ministry of Agriculture and Rural Development;
- Other ministries: Ministry of Health, Ministry of Energy, Ministry of Research and Development;
- Other institutions:
  - Innovation cluster like: ROSENC cluster (Renewable energies) (2017, Country Report for Romania-DanuBioValNet project-Interreg Danube Transnational Programme), IND-AGRO-POL cluster (competitiveness pole)-one of addressed sector is bioeconomy (2017, Country Report for Romania-DanuBioValNet project-Interreg Danube Transnational Programme), Green Energy cluster (renewable energies) (2017, Country Report for Romania-DanuBioValNet project-Interreg Danube Transnational Programme), BIOGAS INNO cluster (renewable energies) (2017, Country Report for Romania-DanuBioValNet project-Interreg Danube Transnational Programme), Agro Transylvania cluster (food & feed) (2017, Country Report for Romania-DanuBioValNet project-Interreg Danube Transnational Programme), AgrooFood Regional Cluster (food & feed) (2017, Country Report for Romania-DanuBioValNet project-Interreg Danube Transnational Programme), PROWOOD cluster (primary biomass sector) (2017, Country Report for Romania-DanuBioValNet project-Interreg Danube Transnational Programme);

- Associations like: “Bioeconomy” Commission of the Consultative Body for Research-Development and Innovation (belongs to the Ministry of Research and Innovation).

Other national bioeconomy-related strategies: Romanian RDI Strategy for 2014-2020 (2014), Strategy for the development of the agri-food sector on average- and long-term 2020-2030 (2015), Romanian Strategy for Competitiveness 2014-2020 (2014), Smart specialization domains financed by structural funds within Competitiveness Operational Programme 2014-2020, Draft Integrated National Energy and Climate Change Plan for 2021-2030 (2018).

After this presentation, in comparison with other countries, we can summarize that, generally, Ministry of Agriculture is a common ministry that leads the Bioeconomy Strategy construction for all countries, which shows the importance of agriculture for bioeconomy strategy and the role the agriculture will play in the future in the new national strategies and policies. From country to country, also there are other ministries that contribute to the creation of the strategy, but ministries of agriculture remain the common and the leading ministry. Besides ministries, other institutions (public or private), universities, research centres, SMEs, large industries, NGOs or other forms of associations can participate and be involved in the creation of the strategy. There is no restriction and the group of stakeholders involved in bioeconomy is permanent updated. At the same time, besides national strategies, the initiative to develop the macro-regions and inter-connect the national strategies is welcome and can help the sustainable development of the countries in CEE.

### **Conclusions**

The results of this research offer a broad perspective on the bioeconomy and The National Bioeconomy Strategy in Romania, with its own characteristics, opportunities and challenges for the near future. The benefits of changes in national strategies are many and can be the winning keys to solving all the problems we face today. That is why the opportunity to develop a national bioeconomy strategy in line with EU regulations must not be lost, so that, it is approved and operational at the beginning of the 2021-2027 programming period, and EU funds for this purpose can be absorbed. At the same time, the present international pandemic context (COVID-19 Pandemic) may be that key moment in the evolution of humanity and its economic development in which, in order to have positive prospects, it is necessary to reset the policies and strategies promoted so far and promote new ones that include the concept of bioeconomy as we define it now. The opportunities to implement The National Bioeconomy Strategy are multiple and beneficial to the states that adopt this concept, both in terms of future economic activities and in terms of daily life, ours and our descendants.

## Acknowledgements



Parts of the results of this study are based on Horizon 2020 project "Advancing Sustainable Circular Bioeconomy in Central and Eastern European countries" (BIOEASTsUP), funded by the European Commission for the period 2019-2022, under grant agreement no. 862699 and results from BIOEAST Initiative.

## References

1. [https://ec.europa.eu/knowledge4policy/bioeconomy/country/romania\\_en](https://ec.europa.eu/knowledge4policy/bioeconomy/country/romania_en) [accessed 28.09.2021]
2. Orboi, M.D. et al., 2017, *Bioeconomy in Romania - Aim for an Innovative Economy?*, in Scientific Papers: Animal Science and Biotechnologies, no.50 (2), ISSN print 1841-9364, ISSN online 2344-4576, ISSN-L 1841-9364, Banat's University of Agricultural Sciences and Veterinary Medicine "King Michael I of Romania", Bioengineering Faculty of Animal Resources, AGROPRINT Timisoara, Romania, <http://www.spasb.ro/index.php/spasb/article/view/2404/pdf>
3. Project "Cercetări privind identificarea priorităților de dezvoltare a bioeconomiei în România pentru perioada 2016-2030", 2015, *Raport privind dezvoltarea bioeconomiei în România pentru perioada 2016-2030, detaliate pe tipuri pe categorii de activități economice, categorii de bioresurse, bioproduse, producători și consumatori-Raport privind stabilirea acțiunilor cheie propuse pentru realizarea priorităților de dezvoltare a bioeconomiei în România*, The National Institute of Research and Development for Biological Sciences, Ministry of Research and Innovation, Bucharest, Romania, [http://www.incdsb.ro/p/Sectorial-Bioeconomie/Phases/docs/Prioritati\\_dezvoltare.pdf](http://www.incdsb.ro/p/Sectorial-Bioeconomie/Phases/docs/Prioritati_dezvoltare.pdf)
4. Voicilas, D.M., 2021, *Bioeconomy strategies development in Central and Eastern European countries - BIOEAST Initiative*, Proceedings of the 7th International Conference ESPERA 2020, <http://www.conferinte-ince.ro/program.html>

**Keywords:** Bioeconomy concept, National Bioeconomy Strategy, Romania

# ОЦЕНКА РОЛИ ПРОФЕССОРОВ В РЕЙТИНГЕ ВУЗА ПРИ ВЫБОРЕ УНИВЕРСИТЕТА ПОТРЕБИТЕЛЯМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Ксения Тарасова<sup>1</sup>, Walery Okulicz-Kozaryn<sup>2</sup> (научный консультант)  
ГУО «Средняя школа №29 г. Гомеля»<sup>1</sup>, Беларусь  
WyższaSzkołaBiznesu – National Louis University<sup>2</sup>, Poland

## Вступление

Отталкиваясь от рейтингов, вузы и государственные органы управления задают стратегические цели и оценивают успешность их реализации. Рейтинги влияют на выбор университета абитуриентами и профессорами, а также на выбор потенциальных партнеров для международного сотрудничества. Даже когда слово «рейтинг» не упоминается, оно заменяется эпитетами «лучший» или «мирового класса», означающими ровно то же самое — принадлежность к числу лидеров рейтинга [1].

Целью данного исследования является оценка роли преподавателей в рейтинге Вуза при выборе университета потребителями образовательных услуг (будущими абитуриентами).

В ходе работы было изучено несколько рейтингов университетов: белорусские [2, 3], польский [4], мировые [5, 6]. В Беларуси отсутствуют критерии, по которым выстраивался бы рейтинг учебных заведений [2, 3]. В Польше представлена целая система критериев оценки Вузов [4]. Наиболее важными являются следующие (Таблица 1).

Таблица 1 – Критерии оценки Вузов в Польше

Место критерия в рейтинге	Польша	
	Критерий	Удельный вес
1	Экономическая судьба выпускников	12%
2 - 3	Оценка академическим персоналом	10%
	Параметрическая оценка	10%
4	Эффективность получения внешних средств для исследований	6%
5 - 7	Патенты и права защиты в Польше	5%
	Наличие высококвалифицированных кадров	5%
	Аккредитации	5%
8	Развитие собственных кадров	4%

Таблица показывает, что самыми важными, с точки зрения организаторов рейтинга, являются следующие три критерия: экономическая судьба выпускников, оценка академическим персоналом, параметрическая оценка.

## Результаты

В целях выявления потребностей потребителей образовательных услуг (будущих абитуриентов) был проведен опрос среди учеников двух выпускных классов ГУО «Средняя школа №29» г. Гомеля. Критерии, представленные в таблице [4], были упрощены для общего понимания. Пункт “Параметрическая оценка” при голосовании был исключен, так как он вызывает непонимание у большинства участников опроса. Критерии “Развитие собственных кадров” и “Наличие высококвалифицированных кадров” объединены в один критерий, как близкие по смыслу для участников опроса.

В опросе приняли участие 34 одиннадцатиклассника, планирующих поступать в Вузы летом 2022 г. Результаты опроса приведены на рисунке 1.

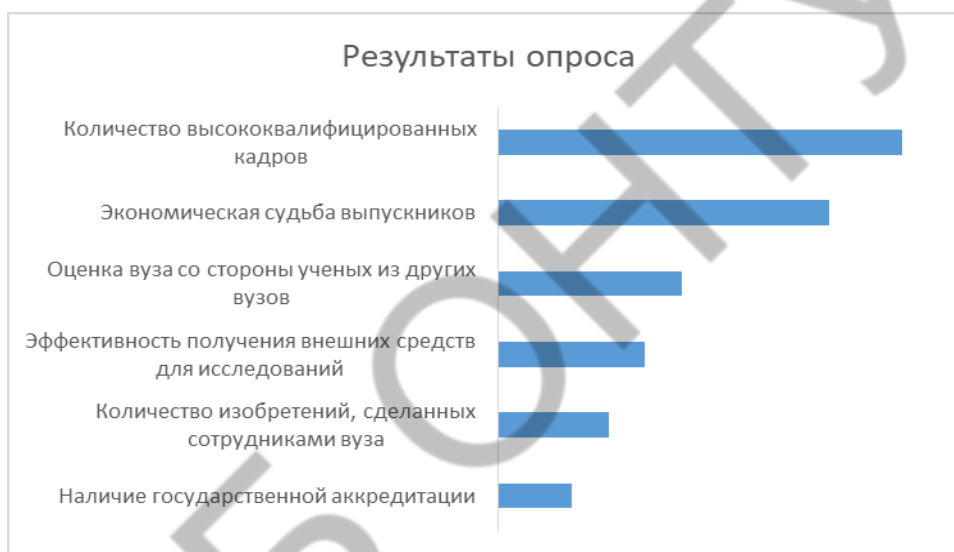


Рисунок 1 – Результаты опроса

После подведения итогов опроса выяснилось, что будущие студенты считают более важными следующие критерии:

- количество высококвалифицированных кадров (профессоров);
- экономическая судьба выпускников вуза;
- оценка вуза со стороны ученых из других вузов.

Наименее важными критериями (из перечисленных), респонденты считают:

- количество изобретений, сделанных сотрудниками вуза;
- наличие государственной аккредитации.

## Выводы

Цель исследования достигнута – выполнена оценка роли преподавателей в рейтинге Вуза при выборе университета потребителями образовательных услуг. Опрос показал, что наиболее важным критерием респонденты считают количество высококвалифицированных кадров (профессоров). В официальном

рейтинге университетов, наличие высококвалифицированных кадров находится на 6 и 8 местах.

Таким образом, установлено, что потребности будущих абитуриентов из Беларуси не совпадают с критериями официального рейтинга в Польше. Исходя из результатов опроса, можно сделать предположение, что данные рейтинги не являются актуальными для потребителей образовательных услуг. Они позволяют сравнивать университеты между собой, но не отражают интересы потребителей образовательных услуг.

Целью дальнейшего исследования является расширение респондентской базы на другие учебные заведения Беларуси и Польши.

### **Литература**

1. <https://www.hse.ru/news/edu/198065395.html>
2. <https://thebiggest.ru/zdaniya-i-sooruzheniya/vuzy-belorussii.html>
3. <https://adukar.com/by/news/abiturientu/10-samyh-populyarnyh-vuzov-belarusi-katalog-adukar-2020>
4. <https://2021.ranking.perspektywy.pl/ranking/ranking-uczelnia-akademickich>
5. <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2020>
6. <https://cwur.org/2020-21.php>

# ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МАРКЕТИНГУ І АУДИТУ ПЕРСОНАЛУ У КАДРОВУ СТРАТЕГІЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА

Бахчиванжи Л.А., к.е.н., доцент  
Свтушок О.В., к.е.н., старший викладач  
Значек Р.Р., к.т.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Невизначеність сучасної економіки та волатильність ринкового середовища вкрай загострюють проблему формування ефективної кадрової стратегії підприємств агропромислового комплексу. Перехід до ринкової концепції в управлінні вимагає нового маркетингового підходу до управління персоналом.

Світовий досвід вказує на те, що втілення маркетингової концепції в управлінні агропромисловим сектором економіки доцільно розпочинати з маркетингу та аудиту персоналу. Функції маркетингу персоналу дозволяють виконати ряд важливих завдань та вирішити низку кадрових проблем аграрних та агропромислових підприємств (табл. 1).

**Таблиця 1 – Функції маркетингу персоналу та особливості їх прояву в підприємствах агропромислового комплексу**

Функції	Зміст та особливості
аналітична	<ul style="list-style-type: none"><li>- дослідження та аналіз ринку праці;</li><li>- аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів кадрового складу;</li><li>- аналіз ефективності використання праці персоналу;</li><li>- стратегічний аналіз;</li><li>- аналіз ефективності кадрової політики.</li></ul>
виробнича	<ul style="list-style-type: none"><li>- організація праці персоналу,</li><li>- відтворення робочої сили та формування трудового потенціалу;</li><li>- розробка кадрових технологій;</li><li>- логістика персоналу в умовах інтенсивної його мобільності та перетікання в інші сфери діяльності та галузі;</li><li>- управління якістю праці та конкурентоспроможністю персоналу;</li><li>- нормування праці та тарифікація.</li></ul>
розвитку персоналу	<ul style="list-style-type: none"><li>- оцінка персоналу та його діяльності;</li><li>- кадровий аудит;</li><li>- планування розвитку, стимулювання та мотивація;</li><li>- контроль розвитку.</li></ul>
управлінська	<ul style="list-style-type: none"><li>- організація стратегічного і оперативного управління трудовими ресурсами;</li><li>- управління зайнятістю населення сільських територій.</li></ul>
контрольна	<ul style="list-style-type: none"><li>- контроль дотримання норм виробітку;</li><li>- контроль виконання планових завдань;</li><li>- контроль витрат на оплату і стимулювання праці;</li><li>- діагностика кадрової кризи.</li></ul>

стратегічна	<ul style="list-style-type: none"> <li>- аналіз попиту на аграрні професії на ринку праці;</li> <li>- розробка системи стратегічного маркетингу персоналу.</li> </ul>
-------------	---

*Джерело: узагальнено за даними [1]*

Узагальнення досвіду управління персоналом та ефективність кадрової політики малих і середніх підприємств агропромислового комплексу, свідчать про затяжну кадрову кризу. Незважаючи на потужну підтримку з боку держави підготовки кадрів аграрних професій та якісну підготовку менеджерів та маркетологів в аграрних і технологічних закладах вищої освіти, кадрові зміни в підприємствах галузі відбуваються вкрай повільно, а кадрова політика залишається невідповідною ринковим умовам та маркетинговій концепції управління.

Управління кадрами є ключовою підсистемою управління підприємством. Кризовий стан цієї підсистеми, якщо його не діагностувати, здатен зруйнувати всю систему. Тому доцільно сформувати і застосовувати у аудиті персоналу індикатори для діагностики кадрової кризи (табл. 2).

**Таблиця 2 – Індикатори діагностики кадрової кризи підприємств аграрного сектора**

Індикатор	Вектор зміни (нормативне значення)
Динаміка продуктивності праці	Зростання
Співвідношення темпів зростання продуктивності праці та її оплати	5-8% зростання продуктивності праці на 1% зростання її оплати
Показник плинності кадрів	≤ 30%
Рівень укомплектованості кадрами механізаторів, працівників тваринництва, операторів тваринницьких комплексів	100%
Наявність нормативної бази (норм виробітку та оплати праці)	Зростання експертної оцінки у балах
Рівень заборгованості із заробітної плати	За наявності - зниження
Ступінь виконання норм виробітку в рослинництві та дотримання норм обслуговування тварин у галузях тваринництва	100%
Морально-психологічний клімат у колективі	Зростання експертної оцінки у балах
Ступінь соціальної відповідальності, застосування соціального пакету	Зростання експертної оцінки у балах
Рівень трудової дисципліни	Відсутність звільнень за порушення трудової дисципліни, відсутність прогулів без поважних причин
Питома вага кадрів з вищою освітою	Зростання
Рівень корпоративної культури та наявність елементів комплексу маркетингу персоналу	Зростання експертної оцінки у балах

*Джерело: побудовано авторами і доповнено на основі [3, с. 297]*

Нинішня ситуація на ринку аграрної праці вимагає особливого підходу. Пропозиція робочої сили значно вища за попит на неї. Ліквідована галузь тваринництва, яка дозволяла раніше пом'якшити сезонність у використанні робочої сили. Стрімка хімізація, механізація та автоматизація виробництва обумовлюють суттєве скорочення на некваліфіковану робочу силу. У свою чергу проникнення високих технологій та застосування сучасних складних технічних, технологічних та наукомістких засобів виробництва і знарядь праці вимагає виконання технологічних операцій персоналом найвищої кваліфікації з вищою освітою та постійним підвищенням кваліфікації.

Керівному кадровому складу і власникам аграрних підприємств малого і середнього бізнесу не вистачає знань з маркетингового менеджменту. Це проявляється в першу чергу в тому, що в рослинництві вирощується не те, на що очікується попит, а те, що «не вродило минулого року» і викликало дефіцит і підвищення цін, а у поточному році це призводить до перевиробництва і знищення зайвої продукції, яку навіть за низькими цінами не може спожити ринок в повному обсязі.

Варто відзначити, що в період системної фінансової кризи багатьом підприємствам важко задовольнити потребу у сучасних висококваліфікованих працівниках, які справедливо вимагають гідних умов праці, її оплати, проживання та соціальної підтримки сім'ї. В таких ситуаціях маркетинг персоналу пропонує інновацію - лізинг персоналу. На умовах партнерства підприємства великого бізнесу (лізингодавці персоналу, наприклад агрономів, ветеринарів, маркетологів тощо) можуть «надати в лізинг» фахівця на умовах коротко- чи довгострокових лізингових договорів, які можуть укладатись не з одним, а декількома малими підприємствами.

У такій ситуації концепція маркетингу персоналу набуває надзвичайної актуальності. Основне завдання маркетингу персоналу вбачається в тому, щоб викликати інтерес кандидата на робоче місце, на яке є вакансія в підприємстві, власники підприємства мають створити умови, щоб у кандидата на посаду створити бажання залишитися на ній працювати. При цьому взаємовідносини на самому підприємстві повинні виглядати так, щоб як наявні так і майбутні працівники щиро бажали не лише працювати в підприємстві, але й розвивати свій потенціал, збільшуючи трудовий потенціал підприємства в цілому та його людський капітал, докладаючи зусиль щодо його якісного вдосконалення.

### **Література:**

1. Савенкова Т. Маркетинг персоналу в інноваційно-інвестиційному середовищі. Проблеми теорії й практики управління. 2013. № 11. С. 108–116.
2. Глушман Т.М. Маркетинг персоналу як інструмент реалізації кадрової політики підприємства. Економіка та управління підприємствами.

Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського  
Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 14. 2016. С. 322 – 326

3. Вовчак О.Д., Кулиняк І.Я., Гальків Л.І., Павлишин М.Л., Горбенко Т.М. Удосконалення діагностики кризи на підприємстві: фінансово-економічний аспект. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики. 2021. 3 (38). С.292 – 302

## **PR-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ПРОСУВАННЯ**

**Значек Р.Р., к.т.н., доцент**

**Бахчиванжи Л.А., к.е.н., доцент**

**Євтушок О.В., к.е.н., старший викладач**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

В останні роки реалії інформаційного століття поступово стають соціальною реальністю в нашій країні. Інформаційні потоки отримали потужний імпульс для розвитку завдяки безперервному збільшенню кількості баз даних, комп'ютерів, людських ресурсів, залучених у сферу комунікативної діяльності і технологій. У минулому, щоб продавати продукцію, потрібно було лише визначити нагальні потреби суспільства та створити її. На сьогоднішній день, в умовах жорсткої конкуренції на ринку, продукт чи бренд, потрібно досліджувати, формулювати маркетингові стратегії та впроваджувати PR-технології. Тепер необхідно контролювати емоції та думки громадськості і формувати емоції та думки суспільства. Тільки за цих умов продукція може бути конкурентоспроможною у сучасному світі [1].

Сем Блек запропонував цікаву класифікацію PR-технологій у своїй книзі «Введення до PR», він присвоїв певні кольори кожній з технологій, які відображають їх характеристики, основні з них білий, чорний та сірий.

Білий PR втілює технологію розкриття інформації, яка надає реальну інформацію про діяльність об'єктів PR. Вона зосереджена на визначенні сильних сторін компанії, оскільки в умовах сучасної ринкової конкуренції репутація кожного бренду дуже важлива.

Чорний PR - це технологія, що використовується для надання неправдивої або негативної інформації. Головною метою «чорного піару» є витіснення конкурентів з ринку, здійснення впливу на державні органи чи партнерів та усунення негативних груп чи організацій.

Сірий PR, насправді, є синтезом білого та чорного, і його технологія включає використання різних способів дії, що є типовою особливістю чорного та білого PR. Коли надана інформація відповідає дійсності, іноді це може бути форма чорного PR, але вона конкретно спрямована на негативні аспекти цілі PR. Бренди повинні чітко розуміти ефект, який вони хочуть досягти при

використанні технології. Які почуття та враження вони викликають у ЦА стосовно своєї діяльності, і які результати отримають. Все це призводить до того, що компаніям потрібно вибрати технології, виходячи зі своїх цілей [2].

Оскільки PR-технології діють у різних сферах просування, вони поділяються на чотири види: стратегічні і комунікаційні технології, тактичні комунікаційні технології, зовнішні та внутрішні технології.

Зовнішні технології зосереджені на роботі з громадськістю як зі своєю ЦА, і робота з нею є важливою для досягнення певних цілей (наприклад, просування товарів чи покращення іміджу організації).

Метою створення внутрішніх технологій є забезпечення гарного спілкування між компаніями, створення цінності компанії, підтримка дружніх стосунків та залучення співробітників до корпоративних цінностей.

PR-технології, і їх застосування на практиці безпосередньо залежить від поставлених цілей. Наприклад, публічні виступи і повідомлення використовують для спілкування з ЦА, а також, для прямої передачі інформації. Реклама, через зв'язки з пресою, телебачення, для просування подальших видань даних.

На даний момент одні з найпопулярніших і дієвих PR технологій - Cross Marketing (спільне просування товарів декількома компаніями, продукція яких доповнює один одного.), Event Management (організація спеціалізованих заходів (соціальних, політичних, економічних), з метою привернути маси і ознайомити з товаром або послугою), IPR (просування товарів і послуг через інтернет, за допомогою різних медіа ресурсів). Подібні методи дозволяють в найкоротші терміни створити позитивний імідж і підвищити престиж організації - це, в свою чергу, стабільність на ринку, а також шлях до процвітання. Іншими словами, PR досить тонка «натура», все його методи здатні як підняти організацію, так і остаточно вивести з гри. Тому, завжди варто ґрунтовно розуміти цілі і структуру, використовуваних інструментів.

Сучасний ринок створює жорсткі умови конкуренції для підприємців, вимагаючи від них високого рівня винахідливості. Це, перш за все, обумовлено тим, що споживачі стають більш цинічними і витонченими в своїх перевагах і виборі. Виходячи з вище викладеного, PR сьогодні - перспективна сфера діяльності зі своїми певними технологіями і багатогранними напрямками. Якісно продумана стратегія PR створює позитивний імідж на тривалий термін і забезпечує успіх не тільки в бізнесі, але і в політиці.

### **Література:**

1. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: навч. посіб. – К.: МАУП, 2001. 104 с.

2. Маркетинг: підруч. [для студ. ВНЗ] / В. Руделіус та ін.; ред.-упоряд. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. Вид. 3-тє. Київ : Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. 648 с.

## **МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Значек Р.Р., к.т.н., доцент**  
**Мардар М.Р., д.т.н., професор**  
**Лозовська Г.М., к.е.н., доцент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

У сучасних економічних умовах людські потреби в придбанні різних видів товарів поступово збільшуються, що тягне за собою пропорційне зростання попиту і пропозиції. Споживачеві надається право вибору товару або послуги, які найбільшою мірою задовольняють його потреби щодо купівлі (реклама, ціна, якість). Дана ситуація породжує необхідність зворотного зв'язку виробника зі споживачем. Саме маркетингові комунікації виступають в якості такого інструменту.

Під комунікаціями розуміється вся сукупність виникаючих зв'язків і відносин між суб'єктами ринку в процесі їх діяльності. Вони можуть включати виробничі та технологічні зв'язки між компаніями, ділові відносини між фірмами, особисті контакти між персоналом компаній, інформаційні зв'язки. У зв'язку з цим комунікації на промислових ринках не обмежуються розглядом тільки взаємин між фірмами, що купують і продають, вони включають також відносини між конкуруючими компаніями, відносини з банками, державними органами і всіма іншими діячами промислового ринку. Це обумовлює той факт, що відносини між діячами промислового ринку, або комунікації, стають основним елементом аналізу в промисловому маркетингу, а встановлення і розвиток відносин - основною метою промислового діяча.

Маркетингові комунікації сьогодні активно використовуються як ефективний інструмент маркетингу, що включає практику доведення до споживачів необхідної підприємству інформації. На даний момент існує безліч різновидів маркетингових комунікацій. Розглянемо найбільш поширені.

Реклама - це сукупність різних способів передачі інформації про товар споживачеві, оплачена зацікавленими особами. Щоб бути ефективною, реклама повинна виконувати три завдання. Вона повинна привертати до себе увагу, бути такою, що запам'ятовується і надавати людям переконливі повідомлення. Крім того вона повинна бути націлена на аудиторію і задовольняти поставленим рекламним цілям. Щоб оцінити ефективність

реклами, підприємства можуть використовувати такі дослідницькі методи, як фокус-групи, дослідження з питань іміджу та позиціонування, споживчі рейтинги і відстеження ринкової ситуації, щоб перевірити вплив реклами на обсяги продажів [1].

Наступний вид маркетингових комунікацій - зв'язки з громадськістю. В основі PR лежить угода, згода, співпраця між організацією і громадськістю, від якої залежить успіх діяльності організації. PR - це спеціальний вид діяльності, плановані і тривалі зусилля по збору, аналізу і передачі інформації, організації спілкування. В даний час метою публік рилейшнз вважається встановлення двостороннього спілкування для виявлення загальних уявлень або загальних інтересів і досягнення взаєморозуміння, заснованого на правді, знанні, і повній інформованості.

Функції публік рилейшнз відповідно до сучасних уявлень такі:

- встановлення взаєморозуміння і довірчих відносин між організацією і громадськістю;
- створення "позитивного образу" організації;
- збереження репутації організації;
- створення у співробітників почуття відповідальності і зацікавленості в справах підприємства;
- розширення сфери впливу організації засобами відповідної пропаганди і реклами.

Третій елемент комплексу маркетингових комунікацій - стимулювання збуту, тобто сукупність прийомів, використовуваних протягом усього життєвого циклу товару відносно трьох учасників ринку: продавця, оптового продавця, споживача. Мета - підштовхнути споживачів або учасників торгівлі до негайних дій. Не тільки допомагає виникненню негайної реакції за рахунок створення додаткових стимулів і реальної додаткової цінності, а й підвищує тонус покупців, збільшує ймовірність повторних покупок, стимулює підтримку посередників.

До основних методів стимулювання торгових посередників належать: підвищення комісійних виплат при збільшенні обсягу продажів; система накопичувальних бонусів. Основними методами стимулювання покупців є: знижки з ціни; бонусні знижки, надані постійним клієнтам [2].

Останній елемент комплексу маркетингових комунікацій особистий (персональний) продаж, тобто усне уявлення товару потенційному покупцеві з метою його продажу. Представлення товару може відбуватися як в ході особистої бесіди, так і по телефону.

Планування системи маркетингових комунікацій має виконуватися поетапно з ретельним опрацюванням всіх аспектів і аналізом споживчих переваг для того, щоб комунікаційні повідомлення отримали найбільший емоційний відгук серед потенційних споживачів.

Підводячи підсумки, слід зазначити, що процес комунікацій достатньо складний й багатогранний. Знання всіх видів комунікацій має важливе значення для маркетологів, менеджерів та керівників підприємства для вдосконалення ефективного обміну інформацією в управлінні підприємством та організації його діяльності.

### **Література**

1. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. [для студ. ВНЗ]. К.: Центр учбової літератури, 2009. 200 с.
2. Головкіна Н.В. Стимулювання збуту: теорія, практика і перспективи. Міжнародний інститут менеджменту. Київ. 2010. 8 с.

## **СЕГМЕНТУВАННЯ АУДИТОРІЇ ЗА МЕТОДИКАМИ 5W ТА КНАМАТРИХ**

**Голодонюк О.М., старший викладач**  
**Мільчева В.В., PhD, старший викладач**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Сегментування цільової аудиторії – це розподіл потенційних покупців на певні групи, де вони об'єднуються у схожих запитах. В залежності від розуміння інтересів цих груп, можна сформулювати пропозицію, яка збільшить обсяг продажів певного товару або послуги.

Сегментувати аудиторію можна за різними ознаками: стать, вік, місце проживання, рівень доходу, активність на сайті, інтереси, тощо. Можна виділити й інші сегменти, які важливі саме для конкретного бізнесу.

Для кращого уявлення потреб аудиторії та їх сегментування можна застосувати методику 5W Марка Шеррінгтона. Це найбільш розповсюджений спосіб визначення цільової аудиторії та психологічних характеристик, якими володіють потенційні покупці. В основі методики лежать п'ять питань [1]:

1. What? (Що?) – який продукт або послугу ви пропонуєте? Допоможе сегментувати аудиторію за типом товарів або послуг, які цікавлять споживачів.

2. Who? (Хто?) – хто купує продукт/послугу? Допоможе обрати типи аудиторії – стать, вік, тощо.

3. Why? (Чому?) – чому споживачі мають купити саме у вас? Таким чином можна дізнатись, яка мотивація у покупців і яку їхню проблему вирішує продукт або послуга, що пропонується.

4. When? (Коли?) – коли ваш продукт/послуга знадобляться споживачам? Необхідно розділити аудиторію за потребами та обставинами, які у них виникають.

5. Where? (Де?) – де покупці вирішують купити у вас і де саме купують? Кожен сегмент має свої точки контакту з продуктом/послугою, де можна вплинути на рішення щодо купівлі.

Розглянемо сегментування аудиторії за методикою 5W на прикладі фітнес-клубу (табл. 1).

Таблиця 1 – Сегментування аудиторії фітнес-клубу за методикою 5W

Питання	1 група	2 група	3 група	4 група
What? (Що?)	Силові тренування зі швидким збільшення м'язової маси	Силові тренування для зменшення ваги	Заняття аеробікою	Силові тренування, бойові мистецтва
Who? (Хто?)	Молоді хлопці 18-27 років	Дівчата 18-26 років	Молоді мами віком 22-30 років	Чоловіки 29-45 років
Why? (Чому?)	Бажання сподобатися протилежній статі	Бажання сподобатися протилежній статі, схуднути	Відновлення після пологів, схуднути	Бажання привести себе до форми, піклування про здоров'я
When? (Коли?)	Березень-травень, ближче до літнього сезону	Березень-травень, ближче до літнього сезону	Протягом року	Протягом року
Where? (Де?)	Спілки знайомств, гральні спілки у соціальних мережах	Центри краси, спілки про моду, спілки знайомств, спілки модних брендів	«Дитячі» спілки у соціальних мережах, форуми молодих мам	Спілки у соціальних мережах за професійними інтересами, спілки про здоровий спосіб життя

Доповненням до методики 5W є методика Khamatrix. Використання методики Khamatrix у сукупності з моделлю 5W допомагає краще дізнатись споживачів та знайти цільові групи, які раніше не розглядалися.

Khamatrix об'єднує моделі поведінки цільової аудиторії (ЦА), персональні характеристики, мотивацію до здійснення дії та поведінку цільової аудиторії в інтернеті [2].

**Опис ЦА.** Вік, сімейний стан, стать, рівень освіти, географічне положення, рівень доходу, соціальне оточення, тощо.

**Поведінка в інтернеті.** Для чого ЦА користується інтернетом, моделі поведінки в інтернеті, які сайти найчастіше відвідує, якими сервісами користується, тощо.

**Цільова функція.** Яку дію, відносно вашого товару/послуги, хоче зробити споживач: здійснити купівлю, зібрати інформацію, протестувати.

**Цільова дія.** Типи дій, які можуть робитися в процесі вирішення задачі: участь в опитуванні, завантаження комерційної пропозиції, підписка на спілки у соціальних мережах, використання конфігуратора, відвідування сторінки «послуги».

**Постановка цілей.** Вибір цільової дії, по якій розраховуються ключові показники ефективності (KPI) або створюються плани. Це може бути: здійснення купівлі, заключення договору, заповнення форми на сайті, візит у офіс і т.д.

Розглянемо сегментування аудиторії за методикою 5W з додаванням Khamatrix (табл. 2).

Таблиця 2 – Сегментування аудиторії фітнес-клубу за методикою 5W з додаванням Khamatrix

Питання	1 група	2 група	3 група	4 група
What? (Що?)	Силові тренування зі швидким збільшення м'язової маси	Силові тренування для зменшення ваги	Заняття аеробікою	Силові тренування, бойові мистецтва
Who? (Хто?)	Молоді хлопці 18-27 років	Дівчата 18-26 років	Молоді мами віком 22-30 років	Чоловіки 29-45 років
Why? (Чому?)	Бажання сподобатися протилежній статі	Бажання сподобатися протилежній статі, схуднути	Відновлення після пологів, схуднути	Бажання привести себе до форми, піклування про здоров'я
When? (Коли?)	Березень-травень, ближче до літнього сезону	Березень-травень, ближче до літнього сезону	Протягом року	Протягом року
Where? (Де?)	Спілки знайомств, гральні спілки у соціальних мережах	Центри краси, спілки про моду, спілки знайомств, спілки модних брендів	«Дитячі» спілки у соціальних мережах, форуми молодих мам	Спілки у соціальних мережах за професійними інтересами, спілки про здоровий спосіб життя
Поведінка в інтернеті	Відвідує сайти: Facebook, Instagram	Відвідує сайти: Facebook, Instagram	Відвідує сайти: Facebook	Відвідує сайти: Facebook
Цільова функція	Протестувати	Зібрати інформацію	Участь в опитуванні	Зібрати інформацію

Цільова дія	Підписка на спілки у соціальних мережах	Підписка на спілки у соціальних мережах	Підписка на спілки у соціальних мережах	Участь в опитуванні
Постановка цілі	Здійснення купівлі	Здійснення купівлі	Здійснення купівлі	Здійснення купівлі

Сама по собі сегментація не має сенсу без використання на практиці і адаптації комплексу маркетингу під різні цільові аудиторії. За допомогою сегментації споживачів можна [3]:

- адаптувати контент сайту для різних груп, що дозволить збільшити рівень залучення цільової аудиторії, підвищить конверсію та рівень лояльності;

- персоналізувати унікальні торгові пропозиції, заклики до дії, зображення, відео, відгуки, інтерактивні елементи, тощо;

- адаптувати контекстно-медійну мережу під кожен сегмент;

- внести корективи в перелік площадок для показу оголошень.

Отже, підводячи підсумок, можна зробити висновок, що сегментація необхідна для того, щоб покращити спілкування зі своєю цільовою аудиторією та пропонувати своєму клієнту релевантні продукти. Головною перевагою сегментації є можливість персоналізації, бо для споживачів важливе саме більш персональне відношення. Звідси випливає, що чим краща сегментація, тим краще персоналізація і, відповідно, тим краще досвід користувача та продажі.

### Література

1. Методика Шеррінгтона 5W // Actualmarketing. 2018: Веб-сайт Actualmarketing. URL: <https://actualmarketing.ru/praktikum/metodika-sherringtona-5w/>

2. Лазаренко К. А. Сегментування ринку в системі маркетингової діяльності підприємства / К. А. Лазаренко // Управління розвитком. 2014. № 15. С. 38-40.

3. Аватар клієнта // In-scale. 2018: Веб-сайт In-scale. URL: <https://inscale.ru/blog/avatar-klienta>

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РИСКОВ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ**

**Пармакли Д.М.** доктор хабилитат э. н., профессор  
Комратский государственный университет, Республика Молдова  
**Бахчиванжи Л.А.**, к.е.н., доцент  
Одесская национальная академия пищевых технологий  
**Кулакова М.Ю.**, соискатель степени PhD  
Одесский государственный аграрный университет

Анализ финансовых результатов и рисков основной деятельности имеет большое значение для перерабатывающих предприятий, использующих в своей деятельности продукцию сельского хозяйства и осуществляющих внешнеэкономическую деятельность. Характерной особенностью деятельности этих предприятий является неустойчивый характер производства, вызванный преимущественно непредсказуемыми погодноклиматическими условиями. В связи с этим рассматриваемая проблема является вполне актуальной как для молдавских, так и украинских предприятий и, прежде всего, расположенных в зонах неустойчивого земледелия.

Цель исследования - продемонстрировать некоторые особенности анализа показателей деятельности предприятий, призванных перерабатывать продукцию агропредприятий и отличающихся нестабильным характером как по объему производства, так и по ценам реализации.

Зачастую неблагоприятные погодные условия влияют не только на качество, но и не дают возможности произвести запланированный объем продукции, и, как следствие, получить необходимую прибыль. Сложные погодные условия, такие, как жара и продолжительные периоды отсутствия осадков, часто приводят к потерям урожая сельскохозяйственных культур. В результате чего могут полностью погибнуть посевы гороха, кукурузы на зерно, озимых и других культур или настолько снизить урожайность, когда их использование по назначению становится низкорентабельным или даже убыточным, а переработка и экспорт такой продукции становятся невозможными [1, с. 194].

В силу вышеизложенного, перерабатывающие предприятия, поставляющие продукцию на экспорт, характеризуются низкой устойчивостью основных показателей. Существенно разнятся годовые показатели переработанной (использованной) продукции, что, разумеется, непосредственно сказывается на объемах, как операционной, так и чистой прибыли (табл.1). В анализе использован метод среднегодовой скользящей, заключающийся в том, что помимо годовых финансово-экономических

показателей рассчитываются средние их значения за последние 3-5 лет.

**Таблица 1 - Расчет среднегодовых скользящих показателей чистой прибыли в АО «Cahulhan» и ООО «Теклайн» за 2014-2020 годы**

Годы	АО «Cahulhan», тыс. лей		ООО «Теклайн», тыс. грн.	
	за год	скользящие средние за последние 3 года	за год	скользящие средние за последние 3 года
2014	1414	-	2202	-
2015	824	-	2605	-
2016	383	874	1767	2191
2017	862	690	1707	2026
2018	1693	979	829	1434
2019	1012	1189	303	946
2020	398	1034	1138	757

*Источник: расчеты авторов*

Данные таблицы, а также результаты аналитического выравнивания результативных показателей исследуемых предприятий свидетельствуют, что при использовании метода среднегодовой скользящей в исследовании динамики показатели чистой прибыли демонстрируют определенные тенденции и закономерности, а также характеризуются более стабильными значениями. Однако в обоих предприятиях результаты проведенного анализа демонстрируют негативные тенденции.

Уровень стабильности финансово-экономических показателей является мерилем рискованности деятельности предприятия. Следовательно, перерабатывающим предприятиям и прежде всего использующим продукцию агропредприятий, расположенных в зонах неустойчивого земледелия, целесообразно выполнять диагностику основных результатов деятельности: доходов от реализации, валовой и чистой прибыли и на основе проведенной диагностики и анализа разрабатывать антикризисные мероприятия.

Выявленные негативные тенденции в малых предприятиях, основной доход которых составляет внешняя торговля сельскохозяйственной продукцией и продукцией ее переработки, указывают на необходимость поиска путей снижения рисков деятельности. Одним из них является формирование надлежащей инфраструктуры внешнеторговой деятельности для малых и средних предприятий, которая сегодня является крайне несовершенной. Особую актуальность приобретают кооперативные формы организации производственной деятельности перерабатывающих предприятий и их экспортной деятельности.

## Литература

1. Пармакли Д.М., Тодорич Л.П., Дудогло.Т.Д., Кураксина С.С., Яниогло А.И. Продуктивность земли в сельском хозяйстве. Монография: под ред. Д.М. Пармакли; Комрат. Гос.ун-т, Н-и центр «Прогресс». Комрат, 2017 (Tipogr. "Centrografic"). 242 с.

## СОСТОЯНИЕ И ОБОСНОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА ПРОДУКЦИИ ПТИЦЕВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

Пармакли Д.М., доктор хабилитат экономических наук, профессор  
Кара А.Д., докторантка  
Комратский государственный университет, Республика Молдова

**Введение.** Птицеводство является одной из важнейших отраслей сельского хозяйства Республики Молдова. Дальнейшее повышение темпов эффективного развития птицеводства в стране зависит от целого комплекса мероприятий, связанных с широким использованием научно-технических достижений в отрасли, в частности – в селекции. Селекционно-племенная работа с птицей является ключевым звеном, основанием, обеспечивающим количественный и качественный подъем птицеводства.

**Материалы и методы.** Исследование базируется на статистических данных развития отрасли птицеводства в Республике Молдова за последние 10 лет. В работе использовались монографический, экономико-статистический и графический методы исследования.

**Результаты.** Птицеводство в большинстве стран мира занимает ведущую позицию среди других отраслей сельскохозяйственного производства. В настоящее время наблюдается рост промышленного птицеводства в связи с необходимостью обеспечения населения белками животного происхождения, продуктами питания диетического назначения. Интенсивное развитие промышленного птицеводства стало возможным, благодаря повышению роли науки в решении проблем разведения, кормления, содержания птицы, усовершенствованию технического оснащения птицефабрик, производства комбикормов.

Рассмотрим состояние птицеводства в Республике Молдова за последние 10 лет – 2011 - 2020 годы. Сложившиеся результаты представлены в таблице 1.

Данные таблицы 1 показывают, что производство яиц в стране на 41,2 % сосредоточено в сельскохозяйственных предприятиях. Более половины (58,7 %) производится хозяйствами населения и лишь 0,1% в крестьянских (фермерских) хозяйствах.

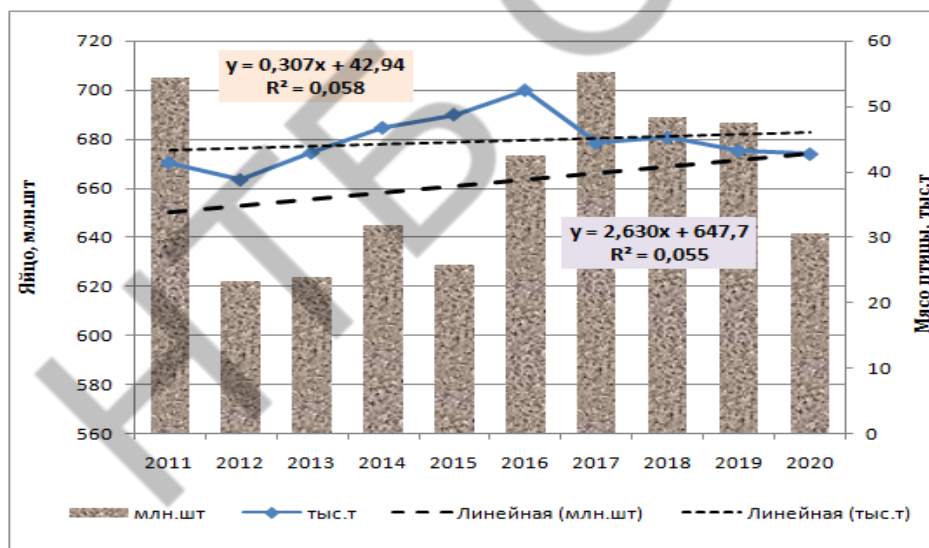
**Таблица 1- Показатели развития птицеводства в Республике Молдова за 2011-2020 годы**

Год	Мясо птицы, тыс. т	Производство яиц, млн. шт				Поголовье в СП, тыс. гол.
		всего	в том числе в			
			СП	ФХ	ХН	
2011	41,4	705,2	241,2	0,7	463,3	2652
2012	38,8	621,9	241,4	0,8	379,7	3278
2013	42,9	623,7	241,5	0,5	381,7	3377
2014	46,7	645,0	246	0,5	398,5	3511
2015	48,7	628,8	252,8	0,7	375,3	3972
2016	52,4	673,5	292,0	0,6	380,9	4308
2017	44,4	707,2	315,9	0,3	391,0	4479
2018	45,2	688,7	317,7	0,3	370,7	3581
2019	43,2	686,6	297,2	0,5	388,9	3891
2020	42,7	641,3	284,6	0,4	356,3	3078

*Источник: статистический ежегодник Республики Молдова 2021[1]*

*Справка: СП – сельскохозяйственные предприятия;  
ФХ – крестьянские (фермерские) хозяйства;  
ХН – хозяйства населения*

Производство мяса птицы и яиц в стране за исследуемые 10 лет характеризуется незначительной тенденцией роста (рис.1).



**Рис.1- Динамика производства мяса птицы и яиц в Республике Молдова за 2011-2020 годы**

*Источник: выполнено по данным таблицы 1*

Так, в среднем за год производство мяса птицы возросло в соответствии с уравнением тренда ( $Y_x=2,630X + 647,7$ ) на 2,63 тыс. т, а валовой сбор яиц ( $Y_x = 0,307X + 42,94$ ) – на 0,307 млн. штук.

Следует отметить, что наряду с традиционными показателями объемов производства продукции целесообразно применять показатель уровня реализации их потенциала, который будет комплексно отражать достигнутый уровень эффективности использования имеющихся ресурсов и возможные резервы наращивания производства сельскохозяйственной продукции [2, с.184 ].

Под производственным потенциалом предприятия следует понимать максимально возможный выход продукции по качеству и количеству в условиях наиболее рационального использования всех имеющихся средств производства и труда в течение ряда лет. Потенциальные, например, показатели производства продукции за определенный период, рекомендуется рассчитывать по формуле [3, с.28 ]:

$$Q_{\text{пот}} = \sqrt[k]{\Pi}$$

где:  $k = \sqrt{T}$  (Т – число лет в анализируемом периоде);

Π – произведение наивысших показателей доходов за «к» лет.

При определении показателя «к», следует полученные расчетные величины округлять до целой величины. Например, из 10 анализируемых лет в расчет принимаем показатели трех лет

$$(k = \sqrt{10} = 3,16 \approx 3).$$

Потенциальные показатели производства яиц будут формироваться значениями 2011, 2017 и 2018 годов:

$$Q_{\text{пот}} = \sqrt[3]{707,2 \cdot 705,2 \cdot 688,7} = 700,3 \text{ млн. шт.}$$

Потенциальные показатели производства яиц и фактически достигнутые в среднем за 2011-2020 годы представлены в таблице 2.

**Таблица 2 - Показатели производства мяса птицы и яиц и резервы их роста в Республике Молдова в среднем за 2011-2020 годы**

Показатели	Фактически	Потенциал	Резерв	
			всего	в % к факту
Мясо птицы, тыс. т	44,6	49,2	4,6	10,3
Яйцо, млн. шт	662,2	400,3	38,1	5,8

*Источник: расчеты авторов*

Данные таблицы 2 показывают незначительные отклонения фактических показателей производства мяса птицы и яиц от потенциальных, что подтверждает относительную стабильность динамики анализируемых показателей.

**Заключення.** Птицеводство являється однією з ефективно розвиваючихся галузей сільського господарства, завдяки високому коефіцієнту розмноження, низькій конверсії корма, швидкості, здатності до продукування в умовах інтенсивних технологій. Яйця кур містять всі необхідні людині поживні та біологічно активні речовини, які знаходяться в оптимальному співвідношенні.

Дальнє розв'язання птицеводства в республіці необхідно здійснювати з урахуванням світових тенденцій виробничого потенціалу та накопленого власного досвіду ведення птицеводства, участі інвесторів в реалізації інвестиційних проєктів, в тому числі з залученням іноземного капіталу.

Вищеизложенное окажется полезным не только студентам университетов, но и практикующим специалистам.

### **Литература**

1. Статистический ежегодник Республики Молдова, 2021
2. Пармакли Д.М. Эффективность использования земли в сельском хозяйстве АТО Гагаузия: теория и практика.- Комрат, Научно-исследовательский центр Гагаузии им. М.В. Маруневич, 2019.- 278 с.
3. Пармакли Д.М., Тодорич Л.П., Дудогло Т.Д. Эффективность производства и реализации продукции: современные методы анализа и оценки (учебное пособие). Комратский Государственный университет, Научно-исследовательский центр "Прогресс". Комрат : Б. и., 2020 (Tipogr. "Centrografic"). 151 с.

## **ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Соколюк К.Ю., к.е.н., доцент**

**Донець Л.Я., к.т.н., доцент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

**Волобуєва Т.В., к.т.н., доцент**

**Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна**

В сучасних умовах все більш гостро постає питання ефективного управління в підприємницькій діяльності як на тактичному так і на стратегічних рівнях. З розвитком інформаційних технологій у світлі проти епідеміологічних обмежень, швидко розвиваються технології в логістиці, зокрема, в транспортній та інформаційній. Окремим напрямом наразі в логістиці є роботизація окремих процесів та систем в цілому [1], що призводить до скорочення трудомісткості окремих процесів та операцій, що і

підсумку призводить до скорочення витрат на оплату праці в структурі собівартості, тим самим даючи можливість збільшити рівень прибутковості.

Тенденції, що наразі присутні в економіці та логістиці в тому числі, переслідують основну мету – покращення умов функціонування підприємницьких структур та, як наслідок, отримання кращого економічного ефекту.

Економічна ефективність підприємницької діяльності поняття системне та комплексне. З однієї сторони, економічна ефективність означає якісне виконання підприємством функцій та завдань, що в підсумку сприяє досягненню стратегічних цілей та мети діяльності, а з іншого – задоволення потреб усіх зацікавлених сторін.

Для визначення економічної ефективності діяльності підприємницьких структур використовуються різні підходи та методики в залежності від типу, виду та розмірів суб'єкта господарювання, а також в залежності від галузевої приналежності. Але в цілому, оцінка ефективності підприємницької діяльності зводиться до оцінки основних результатів діяльності. Наразі більшість науковців перебуває у пошуку нових моделей та систем управління підприємницькою діяльністю, що не просто сприятимуть отриманню економічних вигід у вигляді прибутку або досягнення певного рівня рентабельності (що є більш інформативним показником ніж сума прибутку, так як останній показник може змінюватись в залежності від масштабів виробництва – чим більше підприємство тим і більша сума прибутку при однаковому рівні рентабельності), а й задовольнятимуть більш широке коло зацікавлених осіб, суспільства зокрема.

Все це передбачає формування системи логістичного менеджменту підприємства – тобто управління діяльністю підприємницьких структур використовуючи логістичні підходи. Насамперед, використання такої системи управління передбачає дотримання без виключення 6 правил (так званих «золотих» правил логістики) [2].

Зокрема, окремі науковці вбачають у дотриманні даних правил резерви підвищення рівня конкурентоздатності підприємства [3]. Погоджуємось із даним твердженням, так як використання логістичного підходу до управління підприємницькою діяльністю охоплює усі сфери та напрями діяльності (тому потребує системного та комплексного підходу в управлінні матеріальними і нематеріальними потоками з метою досягнення синергетичного ефекту задля задоволення інтересів усіх сторін), що і обумовлює складність запровадження даного підходу та вимагає від менеджерів усіх рівнів відповідної кваліфікації та здатності до саморозвитку та постійного навчання.

Не дивлячись на те, що запровадження системи управління підприємницькою діяльністю на логістичних засадах доказала уже свою



**Рисунок 1 – Шість «Золотих» правил логістики**

ефективність на практиці, є певні перешкоди/бар'єри, що не дозволяють більшості підприємницьких структур використовувати даний підхід.

Наразі, широке впровадження логістичних підходів управління має певні перешкоди (як об'єктивні так і суб'єктивні), зокрема:

- Недостатність кваліфікованих фахівців з логістики та небажання змінювати підходи до управління.
- Недосконалість методологічної бази впровадження логістичних підходів до управління процесами в підприємницьких структурах, невідповідність стану та якості матеріально-технічного забезпечення більшості підприємств та недосконале оволодіння інформаційними системами та технологіями, системами зв'язку та телекомунікацій та ін.

Отже, діяльність більшості підприємницьких структур на найближчу перспективу враховуючи сучасні тенденції, безумовно буде пов'язана із переходом на суттєво новий якісний рівень управління, що базуватиметься на принципах та засадах логістики. Це є вже не просто одним із шляхів покращення ефективності діяльності, а загальною тенденцією.

### **Література**

1. Соколюк К.Ю., Ніколюк О.В., Волобуєва Т.В. Стан та перспективи інвестування розвитку автотранспортних технологій: логістичний аспект. *Проблеми системного підходу в економіці*, 2021, №4. С.62-68.

2. Логістика –наше майбутнє – навчаємось разом!: URL [https://thisislogistics.blogspot.com/2017/12/blog-post\\_23.html](https://thisislogistics.blogspot.com/2017/12/blog-post_23.html)

3. Расулова А.М. Логістичне управління підприємствами ресторанного господарства. *Інвестиції: практика та досвід* № 16/2015. С. 74-79.

## **МОДЕЛЬ ДОСЯГНЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ПІДСИСТЕМИ ЗБУТУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Савченко Т.В., к.е.н., доцент  
Одеська національна академія харчових технологій**

Модель логістичної системи підприємства побудована таким чином, що проходить постійна залежність між усіма видами потоків логістичної системи (матеріальні, інформаційні, фінансові та сервісні потоки) таким чином, щоб задовольнити потреби споживача з одної сторони та отримати максимальний прибуток фірмою, як підтвердження ефективного результату його діяльності.

Для підвищення рівня ефективності управління підприємством як складною логістичною системою проходить її поділ на такі рівні (підсистеми): підсистема логістичного управління постачанням; підсистема логістичного управління виробництвом; підсистема логістичного управління збутом (таблиця 1).

**Таблиця 1 - Логістична система підприємства**

Логістична підсистема постачання	Логістична підсистема виробництва	Логістична підсистема збуту готової продукції
1. Термін поставки 2. Ціна 3. Якість продукції 4. Розмір партії (мінімальний та максимальний) 5. Технічне обслуговування 6. Можливість зниження витрат 7. Безвідмовність поставок	1. Оптимальність матеріальних потоків 2. Ритмічність виробництва 3. Витрати на попередження виникнення дефектів 4. Витрати на контроль і оцінку якості продукції 5. Тривалість виробничого циклу 6. Якість внутрішньовиробничих операцій 7. Собівартість продукції	1. Частка на ринку 2. Співвідношення між учасниками ринку первинної реалізації, які формують ринок (дистриб'ютори (у тому числі субдистриб'ютори, партнери, інші оптові посередники); 3. Торговельні мережі корпоративного типу; 4. Фірмова роздрібна торгівля; 5. Інші роздрібні точки продажу (традиційна торгівля) 6. Територіальні (географічні) межі ринку 7. Витрати на збут 8. Частка витрат на просування продукції у витратах на збут.

Усі підсистеми логістичної системи підприємства пов'язані між собою на різних етапах логістичними зв'язками. На етапі управління кожною підсистемою висуваються певні цілі та завдання, які в сукупності не повинні суперечити одна одній та досягнення яких принесе економічний ефект для підприємства в цілому.

Досягнення ефективності логістичної підсистеми збуту готової продукції можливе при реалізації поставлених перед підсистемою задач, що показують внески в ефективність логістичної підсистеми збуту та результати, які представлені у відповідних показниках (рисунок 1).



**Рис. 1. - Модель досягнення ефективності логістичної підсистеми збуту готової продукції [складено автором]**

Сьогодні в Україні більша частина птахівничих підприємств реалізує вироблене куряче м'ясо як прямими поставками, так і через змішані канали дистрибуції. Отже, реалізація курячого м'яса контрагентам може здійснюватися за такими основними каналами збуту: переробні підприємства (пов'язані та не пов'язані відносинами контролю); торговельні мережі корпоративного типу; франчайзингові мережі (фірмова, брендowana партнерська роздрібна торгівля); інші роздрібні точки продажу (традиційна торгівля)

**Висновки з проведеного дослідження.** Формування логістичної підсистеми збуту підприємства незалежно від каналу реалізації має значний вплив як безпосередньо на ефективність реалізації продукції, так і загальну ефективність функціонування підприємства. Оцінити ефективність логістичної підсистеми неможливо без аналізу окремих її складових, що характеризують основні процеси у межах підсистеми

### **Література**

1. Селезньова Н. О. Логістичний підхід в управлінні як інноваційна модель розвитку підприємства. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2008. № 628: Проблеми економіки та управління. – С. 634–637
2. Струнін В.В., Селивончик А.В. Комплексний аналіз логістичної системи підприємства та визначення ефективності від її впровадження. *Ефективна економіка*. 2017. №1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5386> (дата звернення: 10.09.2021).

## **ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ СТРУКТУР: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ**

**Лагодієнко В. В., д.е.н., професор**

**Каламан О. Б., д.е.н., доцент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Для з'ясування сутності економіко-технологічних структур в аспекті стратегічного розвитку доцільно зауважити, що вперше концепція чергування типу економіко-технологічної структури підприємств в процесі їх розвитку була обґрунтована у М.Дворцина і В. Юсіма [1]. Для розуміння сутності концепції чергування особливу роль відіграє смислове навантаження дефініції «економіко-технологічна». Поняття «економіко-технологічна система», «економіко-технологічний розвиток», «економіко-технологічної структура» є ключовими для виділення особливого типу розвитку людино-машинних систем. Найрізноманітнішого типу від технологічної одиниці до макросистеми, званої економікою. В них ефективність взаємодії

технологічного обладнання і людини відіграє визначальну роль.

Прийнято вважати, що ефективність будь-яких виробничих систем може бути підвищена в рамках двох напрямів: організаційного і технологічного. Тоді комплексний підхід коректно назвати організаційно-технологічним. Разом з тим цільова функція будь-яких напрямів розвитку виробництва в рамках цивілізаційної парадигми - це підвищення ефективності виробничої діяльності.

В рамках концепції економіко-технологічного розвитку виділено самостійний напрям технологічного розвитку виробничих систем. У ньому традиційні завдання організації виробництва «виносяться за дужки». Концепція претендує на відкриття особливого типу базових структур організації виробництва, які стихійно виникають з часів первісної людини. Це паралельний або послідовний характер взаємодії виробничих елементів, причому найрізноманітніших рівнів: на рівні цеху підприємства - це технологічні процеси, на рівні підприємства - це його цеху. На рівні корпорацій - це підприємства, що входять до них. На рівні економіки - це галузі або регіони. Економіко-технологічна структура людино-машинної системи - це структура взаємодії її окремих виробничих елементів.

Існує всього два типи економіко-технологічної структури. Це послідовна економіко-технологічна структура та паралельна економіко-технологічна структура. Обидва типи структур формують два однакових типи базових процесів. Це забезпечують процеси створення доданої вартості і процеси трансформації продукції. Основний процес - це процес трансформації продукції. Процес, що забезпечує - це процес, який створює можливість реалізувати процес трансформації продукції. Послідовна економіко-технологічна структура підприємства - це структура організації процесу створення доданої вартості підприємства, в якій процесам, які забезпечують, відповідає один або кілька послідовно взаємодіючих процесів трансформації продукції. Ознака послідовної економіко-технологічної структури: зупинка одного з процесів створення доданої вартості призводить до припинення діяльності всієї системи. Паралельна економіко-технологічна структура підприємства - це структура організації процесу створення доданої вартості підприємства, в якій процесам, які забезпечують, відповідає два або більш технологічно незалежних процесів трансформації продукції [2; 3].

Ознака паралельної економіко-технологічної структури: зупинка одного з процесів створення доданої вартості не призводить до припинення діяльності системи, а тільки зменшує її випуск.

В процесі розвитку перехід на якісно новий рівень виробничих систем обумовлений чергуванням типу їх економіко-технологічної структури від послідовної до паралельної і назад. Цей процес забезпечує зростання обсягів випуску фірм і продуктивності, а також зниження кількості фірм у міру

зростання їх виручки і технологічного вдосконалення. Як зазначалося вище, слід розрізняти кілька рівнів виробничих систем і відповідних їм самостійних технологічних елементів, що забезпечують процеси трансформації продукції. Як наслідок, поняття економіко-технологічної структури поширюється на системи мікро-, мезо- і макрорівня. Тобто теоретичний розгляд процесу розвитку людино-машинних (економіко-технологічних) систем дозволяє зробити висновок про високу ймовірність існування закономірності, або закономірної тенденції, чергування послідовних і паралельних економіко-технологічних структур організації виробництва. Причому як на мікро-, так і мезо- і макрорівнях.

Як показано в роботах [1; 2; 3; 4; 5], на всіх етапах розвитку організації перехід від одного рівня до наступного характеризується зміною трьох параметрів рівня фірми:

1. Якісне перетворення структури фірми - послідовна структура змінюється паралельною або навпаки [3].

2. Збільшення обсягу випуску економічної організації на порядок (приблизно в десять разів). Витрати на одиницю продукції скорочуються. Перехід до паралельної структури відбувається за рахунок збільшення кількості основних процесів. Перехід до послідовної структури - за рахунок якісної зміни процесу створення доданої вартості [3].

3. Продуктивність праці одного працівника (включаючи весь персонал, в т. ч. менеджерів) в середньому зростає [3].

У цьому контексті визначальною характеристикою економічних організацій буде структура, яка характеризує весь процес створення доданої вартості. Його ефективність (прибутковість) буде залежати як від технологій, так і від організації всієї діяльності фірми, що впливає на економічний результат [3].

Дослідження факторів, що впливають на організаційну структуру підприємства, актуально через відсутність в літературі з організаційного менеджменту поняття «структура підприємства» і більш того «економіко-технологічна структура підприємства». Крім того, в роботах вчених спостерігається тенденція застосування теорії факторів, згідно якої зміна організаційної структури є наслідком впливу будь-якого явища, яке визнається єдиним фактором, який визначає ці зміни, що не відповідає вимогам системності аналізу [6; 7].

Так, наприклад, Дж. Гелбрейт як такий фактор розглядає обсяг інформації, І. Степнов - етап життєвого циклу підприємства, Дж. Лорш - зовнішнє середовище і схильність працівників до різного типу поведінки, С. Хеллрінгер і П. Слокум - зовнішнє середовище і складність технології, І. Ансофф вказує, що найважливішими стимулами еволюції структури є середовище, що ускладнюється та прогресує накопичення факторів успіху.

Ряд авторів виділяють комплекс факторів, але при цьому зміст даних факторів трактується по-різному. Так, Л.І. Євенко під технологією розуміє характер продукції, виробничу структуру, технологію процесів, ресурси і розмір організації; Б.З. Мільнер - тип виробництва; М.Х. Мескон - кошти перетворення сировини в продукти [7].

Втім, виходячи з назви економіко-технологічної теорії, нескладно здогадатися, що центральне місце в ній відводиться технологічним зв'язкам. Саме технологічний розвиток є конкурентною перевагою компанії в боротьбі за лідируючі позиції. Технологічні зв'язки з'явилися базовими принципами для вибудовування структури фірми: послідовної і паралельної. Унікальність даного аспекту полягає в тому, що такий порядок речей був завжди (системний характер), однак при розгляді організаційної структури в тісному взаємозв'язку з управлінськими функціями відповідно до умов зовнішнього і внутрішнього середовища (ситуаційний характер).

Інтерпретуючи все вищесказане термінологією школи дизайну, отримуємо наступні моделі «стратегія - структура»: стратегія вертикальної інтеграції (спеціалізації) - структура послідовна; стратегія горизонтальної інтеграції (диверсифікація умовна і реальна) - структура паралельна. На практиці максимізація прибутку фірми забезпечується або шляхом збільшення обсягу випуску, або за рахунок зниження витрат. Вирішення цих завдань лежить в області інженерних удосконалень і організаційного вдосконалення, головною є зміна організаційної структури [3].

Паралельна економіко-технологічна структура фірми - це структура процесу створення доданої вартості, в якій процесам, що забезпечують, відповідають два і більше процеси трансформації продукції. Перехід організації до паралельної економіко-технологічної структури дозволить їй отримати переваги, характерні для паралельної системи [2; 3] і в основному пов'язані з ефектом масштабу (наприклад, знижки від постачальників при збільшенні обсягів замовлень).

Логіка розвитку показує, що переваги паралельної системи будуть реалізовані тільки в тому випадку, якщо це будуть подібні процеси. Як наслідок, загальні витрати на одиницю продукції знизяться при збільшенні обсягу продукції, що випускається. В результаті зросте продуктивність одного працівника економічної організації [3].

Нарощування потужності процесу створення доданої вартості шляхом дублювання виробничих процесів має природні обмеження, оскільки з часом середні витрати перестануть скорочуватися. Відбудеться це через загальне наростання ентропії системи і збільшення чисельності найманого персоналу [2; 3].

Узагальнюючи вищенаведені міркування, зазначимо:

1) економіко-технологічна концепція (ЕТК), яка була запропонована,

більш за все відповідає положенням школи конфігурації, яка об'єднує всі дев'ять шкіл менеджменту;

2) з нашої точки зору, першу групу розпорядчих шкіл і економіко-технологічну концепцію об'єднує прагнення структурувати стратегію через організаційну структуру підприємства, плани і позиціонування. Категорія «структура» займає важливе місце в економіко-технологічному підході, який виділяє всього дві основні структури: послідовну і паралельну. Крім того, передбачається, що спеціалізації (вертикальної інтеграції) відповідає послідовна структура, а диверсифікації – паралельна;

3) ЕТК особливо виділяє певний аспект. В даному випадку - це два типи розвитку: раціоналістичний і інноваційний. Перший тип покликаний в середньостроковій перспективі вдосконалити існуючу технологію виробництва через процеси автоматизації, механізації, а другий - забезпечити якісно нову технологію, що дозволяє значно скоротити витрати виробництва;

4) стратегія як процес трансформації в термінах ЕТК виражається в законі чергування послідовних і паралельних структур в ході еволюції організації. При цьому чітко задані критерії переходу, а саме:

- виручка кожного наступного рівня збільшується приблизно в десять разів;

- продуктивність праці в середньому зростає;

- структура підприємства з послідовної перетворюється в паралельну і навпаки;

5) відмінною рисою економіко-технологічного підходу є використання принципів системності / об'єктивних закономірностей до формування стратегій.

### Література

1. Дворцин, М. Д., Юсим, В. Н. Технодінаміка. М.: Междунар. фонд історії науки «Діксі», 1993. 320 с.

2. Денисов І. В. Стратегії управління організаціями на основі закономірностей економіко-технологічного розвитку: дисертація ... доктора економічних наук: 08.00.05 / Денисов Ігор Володимирович; [РЕА. ім. Г.В. Плеханова]. М.: 2009. 324 с.

3. Федотова А. О. Удосконалення управління стратегічним розвитком диверсифікованих організацій промисловості: дисертація ... кандидата економічних наук: 08.00.05 / Федотова Анастасія Олександрівна; [РЕА. ім. Г.В. Плеханова] . - М., 2012. 173 с.

4. Денисов І. В. Теорія економіко-технологічного розвитку фірм: монографія. М.: Гриф і К, 2008. 245 с.

5. Денисов І. В., Караханян Г. С. Технологія як рушійна сила економічних процесів. Теорія і практика суспільного розвитку. 2013. № 9. С.

185-202.

6. Виханский О. С. Стратегічне управління: підручник. М.: Гардарики, 2003. 150 с.

7. Герасимов Б. І. Моделювання організаційної структури промислового підприємства. М.: Гардарики, 2005. 356 с.

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА: ІСТОРИЧНИХ АСПЕКТ**

**Седікова І. О., д.е.н., професор**

**Мандрикін Д. В., асистент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

В сучасних умовах фундаментом виживання і безперервного розвитку підприємства в умовах жорсткої конкуренції є формування конкурентних переваг, які лежать в основі його результативного функціонування та розвитку підприємства. Саме на пошук стійких конкурентних переваг було направлено увагу представників школи стратегічного управління підприємствами з середини 50-х років ХХ ст.

Очевидно, що визначення сучасних джерел конкурентних переваг підприємства неможливо без дослідження генези підходів до формування цих переваг і досягнення кожного з них, які свого часу визначили ключові напрями розвитку підприємств усього світу. Основними з таких підходів вважалися теорія конкуренції, теорія конкурентних переваг М. Портера, школа стратегічного планування та ресурсна теорія.

Науковою базою формування конкурентних переваг є методологічні підходи, сформовані в рамках теорії конкуренції.

Найбільш значний внесок у вивчення конкуренції внесли представники класичної політекономії. Вони під час багаторічних досліджень підтримували принципи досконалої конкуренції, в рамках якої головним координуючим елементом ринку є цінова система в абсолютно децентралізованій економіці. Прихильники неокласичної політекономії, намагаючись повніше розкрити економічні механізми функціонування ринку, створили адекватні реальній дійсності моделі чистої, монополістичної, олігополістичної конкуренції і чистої монополії.

Ґрунтуючись на створеному методологічному фундаменті, сучасна економічна наука збагатила теорію дослідженнями в області конкурентоспроможності продуктів, підприємств, компаній, галузей, державного регулювання конкурентних відносин, завоювання нових географічних ринків, глобальної конкуренції, знання і практичний досвід свідчать про об'єктивність відносин суперництва на ринку, які існують

незалежно від цілей і намірів суб'єктів ринку. У той же час форми і інтенсивність взаємодії можуть бути різними і визначаються політичними і соціально-економічними процесами, що відбуваються в суспільстві [1-2]. Постулати теорії конкуренції становлять основу конкурентного аналізу та стратегічного планування, які були провідними теоріями стратегічного управління підприємствами того часу.

Активний розвиток теорій стратегічного управління підприємствами [3-5] відбувається починаючи з 50-х років минулого століття. Низькі темпи зміни середовища, а також доступ до хаотично розподілених факторів виробництва зумовили необхідність аналізу зовнішнього середовища, прогнозування траєкторій його зміни. В таких умовах розвинулася так звана «школа планування». Вона використовувала складний розрахунково-аналітичний апарат довгострокового прогнозування та планування з метою розробки такої стратегії, яка дозволила б підприємству досягти максимальної відповідності внутрішніх параметрів змінним зовнішнього середовища і таким чином отримати конкурентну перевагу [6].

Неспроможність і недостатня ефективність стратегічного планування в умовах динамічного розвитку зовнішнього середовища вимагають принципово нових підходів до стратегічного управління підприємствами. Широка доступність ресурсів унеможливила формування конкурентних переваг тільки на основі експлуатації зовнішніх умов бізнесу. Посилення взаємопроникнення та взаємозалежності економік розвинених країн і країн, що розвиваються, поглиблення міжнародної спеціалізації праці, розподілу виробничо-технологічних ланцюжків і, як наслідок, створення глобального механізму формування споживчої вартості призводять до зрівнювання витрат на виробництво в глобальному масштабі. Глобалізація ринку праці також унеможливорює створення конкурентних переваг тільки завдяки різниці у витратах деяких країн.

Моніторинг зовнішнього середовища, необхідний для складання стратегічних планів на основі методологій розпорядження, рефлексії та конкурентного позиціонування, значно ускладнився - підприємства, які працюють на аналогічних, суміжних і навіть на різних ринках, що мають або не мають подібний досвід, можуть і повинні розглядатися як потенційні конкуренти. Ідеологія аналізу навколишнього середовища, конкурентів, прогнозування ринкової кон'юнктури на основі отриманих даних побудови підприємства для отримання комерційного ефекту від використання можливостей остаточно втрачає свою актуальність.

У зв'язку з цим все частіше в пошуках конкурентної переваги підприємства вчені і практики [7] аналізують чинники внутрішнього середовища, прагнучи ідентифікувати ті здібності, навколо яких можна буде побудувати бізнес-простір. Моделі такого аналізу і планування вже більше 10

років вивчаються школою ресурсів, здібностей і компетенцій, представниками якої є І. Ансофф, П. Селзник, Х. Стівенсон, Х. Ітамі, Р. Хайес і ін.

Одними з сучасних підходів до формування конкурентних переваг підприємств стали ресурсний підхід і теорія ключових компетенцій Г. Хаміла і К. Прахалада. У 1994 р. Г. Хамел і К. Прахалад опублікували працю «Competing for the Future» [8], яка стала початком нової ери в розумінні джерел конкурентних переваг. Автори починають свою книгу з питання: «Чому традиційна теорія стратегії не відповідає реальності?».

Після публікації у 1990 р. статті Г. Хамела і К. Прахалада «Ключова компетенція корпорації», в якій підприємство було представлено як набір здібностей і компетенцій, а не бізнес-одиниць, наукові та ділові кола активізувалися [9]. Автори зробили висновок, що джерела стійких конкурентних переваг полягають не стільки у вдалим інвестиціях в привабливий бізнес, скільки в умінні менеджменту консолідувати розосереджені по підприємству технології і виробничі можливості в компетенції (наприклад, управління якістю, мініатюризація, системна інтеграція), які наділяють окремі підприємства потенціалом швидкої адаптації до мінливих ринкових умов. Роботи Г. Хамела і К. Прахалада (особливо «Конкуруючи за майбутнє» та «На чолі революції в бізнесі» [10]) не тільки популяризували ресурсний підхід у стратегічному управлінні підприємствами, а й показали неефективність деяких традиційних концепцій стратегічного управління.

Логіка формування конкурентних переваг базується на еволюційній трансформації змістовних складових терміну «конкурентні переваги».

Аналізуючи еволюцію підходів до вивчення сутності конкурентних переваг, а також спеціальну літературу з даної проблематики [11], можна зробити висновок, що ключовими категоріями конкурентних переваг (основними джерелами) виступали:

- з XVIII ст. до сер. XX ст. - витрати (А. Сміт, Д. Рікардо, Д. Мілль, А. Маршалл), масштаб виробництва (А. Маршалл), фактори виробництва (Е. Хекшер, Б. Олін), вимоги конкурентного середовища (А. Алчінян, Г. Демсце, Т. Егтерсон), підприємницькі здібності (І. Кірцнер);

- з XX ст. - людський фактор (П. Друкер), ефективність використання ресурсів (М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, А. Ойхер), інтелектуальний потенціал (Ж. Вальтер, К. Траболт, Д. Мур), ступінь конкурентоспроможності (А. Брандербургер, А. Ойхер).

Багато в чому логіка формування конкурентних переваг виходить з тих категорій, які будуть покладені в їх основу і дозволять зосередитися на функціональності діяльності підприємства, визначенні того, якими цінностями і ресурсами воно володіє.

Таким чином, дослідження еволюції і визначення логіки формування

конкурентних переваг підприємства дозволяє стверджувати, що деякі з цих підходів втратили актуальність в умовах конкуренції XXI ст. Це стосується, зокрема, однієї з важливих проблем стратегічного менеджменту підприємства - формування його конкурентних переваг, а саме визначення порівняльної важливості внутрішніх і зовнішніх (щодо підприємства) джерел конкурентних переваг.

Ситуація, що склалася вимагає застосування та адаптації такого підходу до вивчення (формування) конкурентних переваг, який дозволить гармонійно поєднувати здатності і ресурси підприємства, які формують ключові його компетенції, призводять до створення споживчої цінності товарів і послуг і визначають унікальність підприємства в конкурентному середовищі.

Загострення конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках змушує підприємства шукати нові джерела і способи отримання конкурентних переваг, які визначають позиції підприємств в конкурентному середовищі. Поступовий перехід до постіндустріального суспільства ставить нові завдання розвитку підприємств, пов'язані з пошуком нових джерел стійких конкурентних переваг підприємства, які засновані не на матеріальних ресурсах або витратах, а відносяться до внутрішнього потенціалу підприємства і зумовлюють його конкурентоспроможність в мінливому ринковому середовищі.

Незважаючи на актуальність вищесказаного, в економічній літературі існує багато думок щодо сутності конкурентних переваг, їх значимості для розвитку підприємства, взаємозв'язки і взаємозумовленості. Так, Ж.-Ж. Ламбен відносить до конкурентних переваг «... ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для підприємства певну перевагу перед своїми прямими конкурентами. Перевага є відносною, обумовленою в порівнянні з конкурентом, що займає найкращу позицію на ринку чи в сегменті ринку» [12].

Отже, стійку конкурентну перевагу підприємства можна тлумачити як «... результат раціонального поєднання унікальних ресурсів і можливостей, що представляють цінність, які вкрай обмежені і важко відтворювані (повторювані). Конкурентні переваги, сформовані підприємством, обумовлюють його унікальність в конкурентному середовищі і є запорукою конкурентоспроможності на ринку» [13].

Р. Холл вважає, що конкурентні переваги полягають в здатності підприємства «... послідовно і краще, ніж конкуренти, виробляти товар (і/або вдосконалювати систему збуту) з атрибутами, які є ключовими критеріями покупки для більшості споживачів на цільовому ринку» [47].

Як показав огляд наукової літератури [14-16], вчені поділяють конкурентні переваги і можливості підприємства, що представляє інтерес в рамках даного дослідження. Слід підкреслити, що конкурентні переваги, на

відміну від здібностей, є об'єктивним фактом, який очевидний в першу чергу для споживачів і регулярно знаходить своє відображення в економічних результатах діяльності. Звідси випливає логіка формування конкурентних переваг цінності для діяльності підприємства. Наприклад, Р. А. Фатхутдінов під конкурентною перевагою розуміє наявність ексклюзивної цінності, яка властива підприємству і призводить до його переваги над конкурентами [17].

Заслуговує на увагу і являє подальший інтерес в рамках даного дослідження позиція Г. Хамела і К. Прахалада, підтримувана багатьма вченими [18]. Автори правомірно вважають, що в довгостроковій перспективі конкурентні переваги підприємства засновуються на здатності створювати з більш низькими витратами і швидше, ніж конкуренти, ключові компетенції, на базі яких створюються непередбачені раніше продукти [19].

В результаті аналізу наукових робіт, в яких розглядається сутність конкурентних переваг підприємства [20], встановлено, що:

- конкурентні переваги виступають характерними відмінними особливостями підприємства, властивими йому на відміну від конкурентів;
- конкурентні переваги формуються в процесі діяльності підприємства в цілому і створення споживчої цінності товарів, робіт, послуг;
- розвиток конкурентних переваг призводить до формування унікальності підприємства в конкурентному середовищі;
- конкурентні переваги можуть бути виміряні і зіставлені через призму економічних показників (дохід, прибуток і ін.).

Вищесказане дозволяє уточнити, що конкурентні переваги підприємства необхідно розглядати як здатність створювати більш високу і впізнавану споживчу цінність в порівнянні з конкурентами, що виникає завдяки динаміці ключових здібностей підприємства, яка характеризується унікальністю в конкурентному середовищі і призводить до зростання економічних показників.

Таким чином, основними властивостями конкурентних переваг підприємств є:

1) відносність - конкурентні переваги завжди відносні складу конкурентів в конкурентному середовищі (галузевого або географічного), оскільки припускають порівняння результатів діяльності підприємства з діяльністю конкурентів;

2) унікальність - формування конкурентних переваг часто обумовлено використанням рідкісних ресурсів і організаційних можливостей, які одночасно не можуть бути реалізовані іншими підприємствами конкурентами;

3) стійкість - перейняти або адаптувати конкурентні переваги певного підприємства під специфіку діяльності іншого є неможливим або складним процесом.

Іншими словами, конкурентні переваги дозволяють створювати

впізнавані споживачами ключові атрибути підприємства (товарів, робіт, послуг), що визначають унікальність споживчої вартості в конкурентному середовищі. При цьому необхідно розуміти, що така унікальність може створюватися як всередині підприємства, так і поза ним, оскільки схильна до дії джерел і чинників, що впливають на формування конкурентних переваг.

### Література

1. Портер М. Міжнародна конкуренція: пров. з англ.; под.ред. В.Д. Щетиніна. М: МО, 1993. 896 с.
2. Katz D. Cases and Concepts in Corporate Strategy. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 2000. - 198 p. - 143 p.
3. Smith G. D., Arnold D. R., Bizzell B. C., Smith G. D. Business Strategy and Policy. Boston, Ma.: Houghton Mifflin, 1988.
4. Аакер Д. Створення сильних брендів. М.: ВБ Гребеникова, 2003. 440 с.
8. Кондратюків С. В., Стаурській Е. С. Основні підходи до визначення та аналізу конкурентоспроможності організацій на ринку послуг. ОНВ. 2012. № 2 (106). С.78-82.
9. Газізуллін Н. Ф., Нурулліна А. Х. Конкурентоспроможність економіки: комплексний підхід. Проблеми сучасної економіки. 2010. № 2. С. 532-534.
10. Саліта С. В., Саліта С. В., Куценко Н. А. Теоретичні та прикладні аспекти маркетингу і менеджменту Використання інструментів маркетингу для захисту товаровиробників: монографія. Л.: Видавництво «Ноулідж», 2015. Гл. 5.2. С. 206-232.
11. Портер М. Конкуренція: навч.посібник; пер.з англ. М.:ВД«Вільямс», 2000. 495 с.
12. Друкер П. Енциклопедія менеджменту. М.:ВД «Вільямс», 2004. 432 с.
13. Іванов Ю. Б. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка, діагностика, стратегія. Харків.: ХНЕУ, 2004. 255 с.
14. Друкер П. Ефективне управління. Економічні завдання і оптимальні рішення; пер. з англ. М.: ФАР-ПРЕСС, 1998. 228 с.
15. Prahalad C. K., Hamel G. The core competence of the corporation. Harvard Business Review, Vol. 68. 1990. P. 43-50
16. Прахалад К., Хамел Г. Конкуруючи за майбутнє. Створення ринків завтрашнього дня. пер. з англ. М.: ЗАТ «Олімп-Бізнес», 2002. 288 с.
17. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів. М.:Ексмо, 2007. 960 с.
18. Маршалл А. Принципи економічної науки: в 3-х томах; ред. О. Радинова. Вид. група «Прогрес», «Універс», 1999. 496 с.
19. Малярчук О. Г. Принципи формування конкурентних переваг в

індустрії гостинності. АНІ: економіка і управління. 2018. № 2 (23). С. 93-96.

20. Егертссон Т. Економічна поведінка та інститути; пер. з англ. Я. Каждана; науч. ред. пер. А.Н. Нестеренко. М.: Справа ЛТД, 2001. 408 с.

## ДЕМОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ГРУЗИИ В УСЛОВИЯХ КОВИДПАНДЕМИИ

Чичинадзе Б. Д., д.э.н., доцент

Кутаисский государственный университет им Ак. Церетели, г. Кутаиси, Грузия

После приобретения независимости (1991) в Грузии значительно ухудшилось демографическое положение. По сей день количество населения Грузии уменьшилось на 1,7 млн в сравнении с численностью населения при принятии независимости. Резко ухудшились макроэкономические параметры из-за создавшегося демографического положения. Снизился реальный воловой продукт, упало производство, возросла безработица, обесценилась национальная валюта –лари. Демографическое положение еще больше ухудшилось в условиях мировой пандемии. увеличилось количество умерших от коронавируса. Так как пока еще не известно, когда закончится пандемия, трудно прогнозировать ее последствия.

Исходя из того, что пока неизвестно когда закончится всемирная пандемия и поэтому невозможно определить размер экономического ущерба, нанесенного вследствие пандемии. Должны быть использованы все ресурсы (природные, финансовые, интеллектуальные, научные) с целью улучшения социально-экономического положения граждан.

С целью скорейшего искоренения развившихся негативных процессов вследствие ковидпандемии, необходимо снабдить население информацией о проведении антикризисных мероприятий на центральном, региональном и муниципальном уровнях.

Создавшееся в Грузии положение вследствие ковидпандемии действительно неординарно и соответственно ответные действия тоже должны быть неординарными.

Правительство обязано вместе с Академией Наук Грузии разработать и провести на практике такую демографическую политику, которая быстро изменит создавший отрицательный фон и значительно улучшит демографическое положение Грузии.

**Ключевые слова:** Демографическое положение, рост смертности, снижение рождаемости, рост безработицы, снижение сектора производства, продовольственная безопасность, план стратегического развития.

## Литература

1. [www.geostat.ge](http://www.geostat.ge)--веб-сторінка статистическої служби Грузії;
2. [www.parliament.ge](http://www.parliament.ge)--веб-сторінка парламенту Грузії;
3. [www.moh.gov.ge](http://www.moh.gov.ge)--веб-сторінка міністерства здоров'я Грузії;
4. [www.gov.ge](http://www.gov.ge)--веб-сторінка уряду Грузії;
5. [www.economy.ge](http://www.economy.ge)--веб-сторінка міністерства економіки і стійкого розвитку Грузії;
6. [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)--веб-сторінка світового банку

## СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИКА ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ ЗА НЕТОВАРНІМИ ОПЕРАЦІЯМИ

Немченко В.В., д.е.н., професор

Галаган І.В., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Розрахунки – це важливий інструмент економічних відносин між суб'єктами господарської діяльності. Вони є невід'ємною частиною товарно-грошових взаємовідносин у сучасному суспільстві, які виникають у процесі виробництва продукції, товарів, послуг, реалізації товарів та виробленої готової продукції. Одним із найважливіших показників, що характеризують стан розрахунків на підприємстві є розмір дебіторської і кредиторської заборгованостей. Характерними рисами сучасних економічних реалій в Україні є нестача обігових коштів, низька платіжна дисципліна, несвоєчасні розрахунки за зобов'язаннями, високі ставки кредитування. Всі ці фактори призводять до кризи неплатежів, для подолання якої необхідно перш за все вдосконалити процес розрахунків та здійснювати ефективний внутрішній аудит.

Під внутрішнім аудитом розуміється комплекс діагностичних процедур, спрямованих на виявлення, з одного боку, слабких сторін бізнесу, а з другого – устанавлення шляхів їхнього усунення. Аудит передбачає здійснення перевірки за дотриманням планових показників; налагодження системи спостереження за строками оплати платежів; контроль за виконанням договірних відносин з боку як контрагентів, так і персоналу; виявлення резервів зростання платоспроможності підприємства та контроль за результатами виконання оптимізаційних управлінських рішень.

Аудит розрахунків є основним елементом перевірки практично для всіх суб'єктів господарювання. При дослідженні питань організації внутрішнього аудиту дебіторської і кредиторської заборгованості виявлено, що у теорії і практиці аудиту не представлена методика внутрішнього аудиту

заборгованості. Більш того, має місце просте запозичення методик аудиту, які використовують зовнішні аудитори, що, на наш погляд, не можна вважати доцільним у зв'язку з тим, що методика внутрішнього аудиту відрізняється від методики зовнішнього аудиту за наступними ознаками: цілям і задачам, програмі аудиторської перевірки, підпорядкованістю, документальному забезпеченню тощо.

Головна мета внутрішнього аудиту розрахунків - підтвердження повноти, права існування і вартісної оцінки сальдових залишків по рахунках розрахунків на кінець звітної періоду, формування думки про вірогідність показників бухгалтерського обліку і звітності і про відповідність застосовуваної методики обліку нормативним документам, допомога підприємству у формулюванні рекомендацій і визначенню заходів для ліквідації заборгованості як засобу поліпшення не тільки розрахункових операцій, але і фінансового положення підприємства.

Згідно з метою пропонуються наступні задачі служби внутрішнього аудиту на підприємстві (табл. 1).

Таблиця 1 - Основні задачі служби внутрішнього аудиту (СВА)

№ з\п	Задача	Характеристика
1	Здійснення періодичного контролю фінансово - господарської діяльності організацій, що перевіряються	Виконуючи цю задачу, внутрішній аудитор вивчає систему бухгалтерського обліку і контролю, дає оцінку ефективності її функціонування, використовуючи різні прийоми (вибірку, сканування і т.п.). Аудитор перевіряє юридичну обґрунтованість операцій й оптимальність оподаткування, дає оцінку істотності знайдених помилок.
2	Проведення фінансово - економічного аналізу діяльності організації і розробка її фінансової стратегії	При виконанні другої задачі аудитор проводить експрес-аналіз фінансово-господарської діяльності організації, оцінює її платоспроможність і фінансову стійкість, дає рекомендації зі стратегії фінансово-господарської діяльності.
3	Оцінка надійності й ефективності СВА у компанії, а також надання консультаційної підтримки менеджменту компанії на етапі розробки систем і процедур СВА	При загальному знайомстві з системою внутрішнього контролю організації, яке здійснюється на етапі попереднього планування аудиту, аудиторська організація повинна зрозуміти специфіку і масштаби діяльності підприємства, стан системи бухгалтерського обліку і контрольованого середовища. За результатами цієї роботи рекомендується підготувати опис системи внутрішнього контролю, скласти необхідні схеми і діаграми.
4	Оцінка системи у правління ризиками	

Центральне місце при розробці стратегії аудиту розрахунків за товарними операціями займає вибір предметних областей перевірки, об'єкта і методів аудиту.

Об'єктом аудиту розрахунків виступають первинні і зведені документи бухгалтерського обліку, фінансової звітності й інші матеріали, які містять явища і дії, що мають відношення до виконання завдання.

Дослідження об'єкта аудиту розрахунків за товарними операціями повинно йти від форми до змісту, що дозволяє аудитору встановити зв'язки і розходження з іншими об'єктами і прийти до відповідного висновку. Результатом структурно-системного підходу до вивчення властивостей і ознак об'єктів аудиторської перевірки стала побудова їхньої класифікації. На нашу думку, виходячи зі ступеня значущості інформації, що міститься в об'єктах, вони можуть бути структуровані якосновні, допоміжні і додаткові (рис. 1).

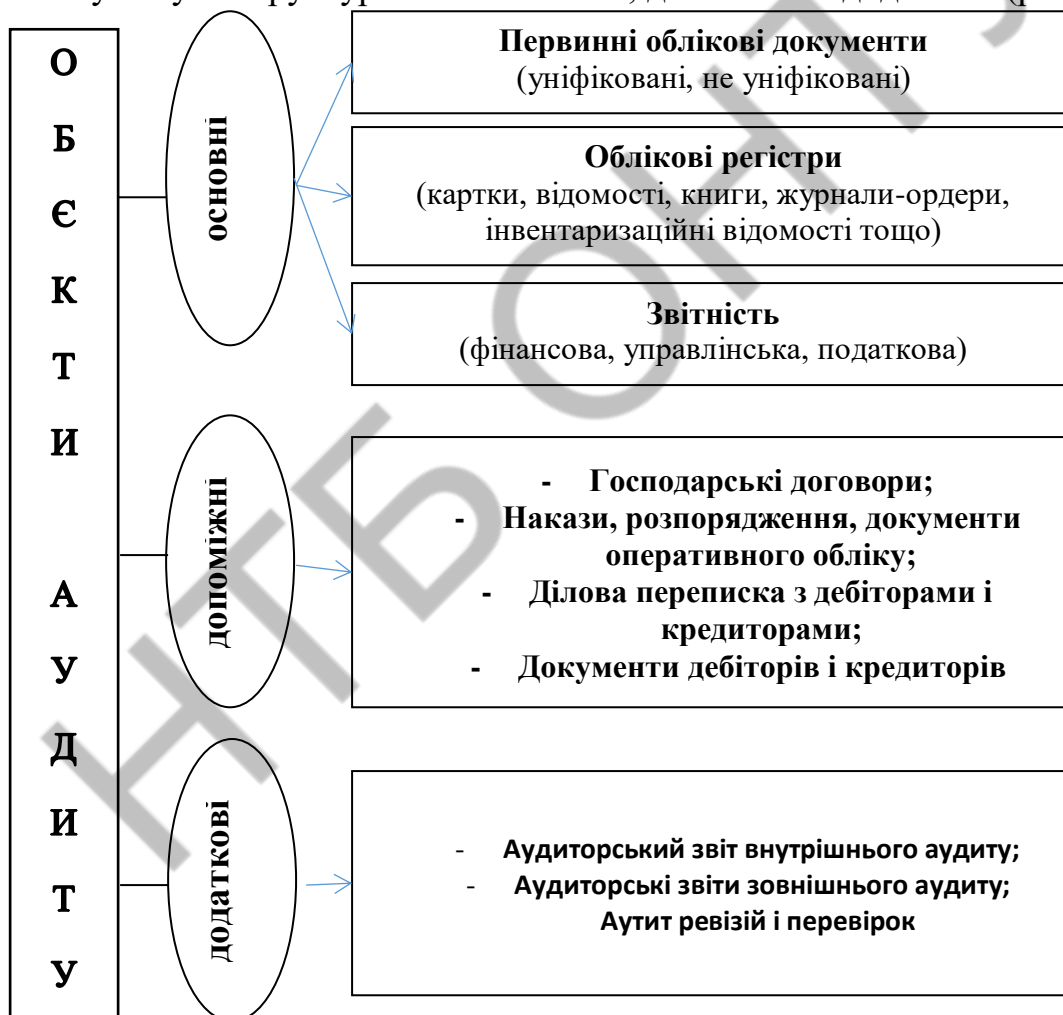


Рис. 1 - Види об'єктів аудиту в залежності від ступенюзначущості інформації

Предметна і детальна частини методики аудиту розрахункових операцій реалізується за допомогою різних аудиторських процедур, що містять у собі

арифметичний контроль, прийоми документального аналізу, звіряння синтетичного й аналітичного обліку, відстеження облікових записів по кореспондуючих рахунках, тестування і підтвердження оборотів і сальдо по рахунках бухгалтерського обліку, аналітичні процедури.

На нашу думку, найбільш ефективним при здійсненні внутрішнього аудиту є застосування методів документальної і фактичної перевірки, у числі яких можна виділити прийоми дослідження окремого облікового документа, а також групи документів, що відображають одну чи кілька взаємозалежних операцій або рух однорідного майна, контрольну перевірку поточних розрахунків і зобов'язань, одержання письмових довідок фахівців, тестування осіб, що мають пряме чи непряме відношення до досліджуваного факту господарської діяльності.

Аналіз ситуації на підприємствах України свідчить про необхідність широкого впровадження дієвого внутрішнього аудиту розрахунків за нетоварними операціями. Це забезпечить управлінський персонал достовірною, вчасною, максимально повною інформацією про стан, структуру та динаміку відносин з контрагентами і допоможе правильно визначити основні напрямки діяльності та завдання, які постають перед суб'єктом господарювання.

Першочерговими завданнями при здійсненні аудиту розрахункових операцій є:

- забезпечення юридичної обґрунтованості кожної суми дебіторської та кредиторської заборгованості;
- вивчення причин виникнення заборгованостей та прорахування їх наслідків;
- здійснення заходів щодо стягнення дебіторської заборгованості та з'ясування існування реальної можливості погашення кредиторської заборгованості;
- регулярне проведення інвентаризацій розрахунків на підприємстві та контроль за строком позовної давності.

Отже, правильно організований внутрішній аудит за своєчасністю, повнотою й юридичною обґрунтованістю розрахунків по нетоварним операціям – запорука успішного розвитку, стабільності та стійкості вітчизняних підприємств в умовах сучасного бізнес-середовища.

### Література

1. Кузьминський А. Аудит: Практическое пособие / А. Кузьминский, Н. Кужельный, Е. Петрик и др.; Под ред. А. Кузьминского. – К.: Учетинформ, 1996.-283 с.

2. Кулаковська Л. П. Організація і методика аудиту : [Навчальний посібник] / Л. П. Кулаковська, Ю. В. Піча. – К. : Каравела, 2004. – 586 с.

3. Немченко В.В. Аудит (Основи державного, незалежного професійного та внутрішнього аудиту). /За ред. Проф. В.В. Немченко, О.Ю. Редько Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 540с.

## СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ

Ощепков О.П., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Одним із факторів розвитку економіки є раціональне розміщення робочої сили між галузями, в середині галузі між підприємствами, та розподіл робітників на самому підприємстві відповідно професійного і кваліфікаційного рівня, особливе значення має те, наскільки кожен робітник відповідає зайнятому місцю і наскільки працівники зацікавлені реалізувати власні здібності для досягнення кінцевого колективного результату праці і результатів діяльності підприємства.

Особливо має значення, наскільки діяльність робітників і підприємства в цілому співпадають в економічних інтересах. Економічні інтереси реалізуються через механізм стимулювання праці кожного робітника. Основною формою матеріального стимулювання є обрана форма і система оплати праці, її рівень. Заробітна плата – це дохід робітника, який він отримує в грошовому виразі відповідно кількості і якості виконаної роботи та результатів діяльності всього колективу. Така характеристика поняття заробітної плати передбачає, що коли у підприємства зростають доходи, то повинно бути і зростання заробітної плати, особливо її змінної частини.

Метою дослідження є прагнення визначити, на скільки результати праці мають адекватну оцінку у формі заробітної плати, тому що заробітна плата – це система, яка виконує багато функцій, а не тільки відтворювальну у фізіологічному розумінні, а ще й розподільчу, стимулюючу та соціальну.

Розглянемо що відбувається зараз на ринку праці, який рівень зайнятості населення, який рівень безробіття та яким чином все це пов'язане з рівнем оплати праці, рівнем реальних доходів та купівельної спроможності населення. Нажаль, рівень заробітної плати не відповідає соціальним стандартам і не забезпечує повноцінного розвитку людини, яка здатна або спроможна реалізувати свої здібності, тому її рівень не дозволяє забезпечити реалізацію потреб культурного, духовного зростання. Коли рівень оплати праці дозволить забезпечити реалізацію всіх функцій заробітної плати, тільки тоді може здійснюватись реалізація системи соціально-економічних інтересів (робітник – підприємство – держава).

Комплексна та повна реалізація системи інтересів забезпечить зростання доходів підприємства, в тому числі й прибутку, зростання заробітної плати, яка збільшить купівельну спроможність і задоволення споживчих потреб, збільшення доходів (податків) до місцевого і державного бюджету.

Розглянемо ситуацію на ринку праці в Україні за останні п'ять років для юридичних осіб з чисельністю від 10 осіб, яка наведена в таблиці 1.

Таблиця 1 Характеристика зайнятості населення\*

Роки	2016	2017	2018	2019	2020	Прогноз 2021
Населення працездатного віку, тис.осіб	15626	15495	15718	15894	15915	15589
Середньооблікова чисельність штатних робітників, тис.осіб	7868	7679	7661	7443	7438	-
Безробітне працездатне населення, тис.осіб	1678,2	1698,0	1578,6	1487,5	1468,3	-

\* складено на підставі статистичних даних [1]

За даними таблиці 1 побудуємо графік динаміки населення за 2016-2020 р.р.



Рисунок 1 – динаміка населення за 2016-2020 роки, тис. осіб

Дані таблиці 1 та рисунку 1 показують, що рівень фактичної зайнятості населення, які отримують заробітну плату складає майже 50 %. При цьому, кількість працездатного населення практично не змінюється, а фактична зайнятість скорочується щорічно. Рівень безробіття незначно скорочується. Разом з тим, статистичні дані говорять про те, що майже 3 млн. осіб працюють

неформально, що вказує на значну тіньову складову економіки в країні, скриті реальні фінансові результати і неофіціальні форми оплати праці.

В таблиці 2 ми розглянемо величину заробітної плати і прожиткового мінімуму за 2016-2020 роки та прогноз за 2021 рік

Таблиця 2 Динаміка заробітної плати і прожиткового мінімуму\*

Роки	2016	2017	2018	2019	2020	2021 прогноз
Середня заробітна плата, грн.	4362	6008	7711	9223	10727	12337
Мінімальна заробітна плата, грн	1450	3200	3723	4173	5000	6000
Прожитковий мінімум, грн	1330	1544	1700	1853	2027	2189
Рівень інфляції, %	13,9	14,6	10,9	7,9	5,8	6,7
Реальна заробітна плата, грн	3829	5243	6953	8548	10138	11562

\* складено на підставі статистичних даних [2]

Дані таблиці 2 характеризують, що поступово здійснюється зростання середньої і мінімальної заробітної плати, співвідношення між ними зберігається на рівні 50 % від середньої. Але в реальній заробітній платі ще не відображено податок на доходи фізичних осіб (18 %), та військовий збір (1,5%). Таким чином, купівельна спроможність робітника значно скорочується – на 19,5 %. Разом з тим, середня заробітна плата відображає загальну тенденцію в країні, але існують галузі, де середня заробітна плата значно нижче – це освіта та медицина. Ці дві сфери не створюють матеріальні блага, але без своєчасної медичної допомоги, профілактики захворювань, ми не отримуємо здорового робітника. Те ж саме й з освітою. Низька заробітна плата не стимулює професію вчителя і працівників середньої і вищої освіти для надання якісних знань.

Незадоволення рівнем заробітної плати та умовами праці приводить до того, що на підприємствах здійснюється висока плинність робітників, про що характеризують коефіцієнти прийняття на роботу і коефіцієнти звільнення.

Таблиця 3 Динаміка плинності робітників \*

Роки	2016	2017	2018	2019	2020	Прогноз 2021
Коефіцієнт прийняття	26,1	30,5	29,2	28,2	27,9	27,6
Коефіцієнт звільнення	29,2	31,8	31,6	32,7	33,0	33,4

\* складено на підставі статистичних даних [1]

Як видно з таблиці 3, по-перше, коефіцієнти як прийняття, так і звільнення досить великі, а по-друге, темпи звільнення робітників значно зростають у порівняно темпами прийняття на роботу. Такий стан ситуації на підприємствах характеризує незадоволення працівниками умовами і рівнем

заробітної плати. Це негативно впливає на діяльність підприємств, часта зміна робітників не дозволяє підвищувати ефективність роботи. Тому, багато підприємств, особливо у харчовій промисловості, є збитковими.

Для підвищення ефективності роботи підприємств, впровадження інновацій, нової техніки, технологій, необхідні кваліфіковані робітники, які здатні до новацій і бажають «двигатися» вперед, розвиватися. Для цього необхідно, щоб заробітна плата робітника відповідала витратам праці.

### **Література**

1. Основні показники ринку праці. URL: <http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/osnovni-rokaznyku-rynku-pratsi-richni-dani>

2. Середня плата: динаміка та темпи. URL: <https://pon.org.ua/novyny/8157-2.serednya-zarobtna-plata-dinamka-ta-tempi.html>

## **ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ВИБУТТЯ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Васьковська К.О., к.е.н., доцент**

**Космачевська Е.В., магістрант**

**Орлова А.Ю., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Важливе місце в умовах постійних інфляційних процесів займає проблема визначення раціональної оцінки запасів, характерної для нашої країни, тому приймаючи до уваги тенденції розвитку як світової, так і національної економік необхідно визначити склад та місце запасів в структурі об'єктів обліку підприємства, а також проаналізувати методи оцінки запасів при їх вибутті з метою визначення оптимальних для ефективного управління діяльністю підприємства.

Дослідження наукової літератури свідчать, що в складі матеріальних ресурсів запаси займають провідне місце, зокрема мають вплив на фінансові результати діяльності підприємства.

Отже, відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та МСБО 2 «Запаси», запаси – активи, які утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством [1-2].

У всіх сферах господарювання підприємства використовуються виробничі запаси. Для ефективного управління ними необхідно

використовувати раціональний метод списання запасів, що значно впливає на визначення фінансового результату діяльності підприємства.

Так, згідно нормативних джерел, існує 5 методів оцінки запасів при їх вибутті: метод ідентифікованої собівартості, метод середньозваженої собівартості, метод ФІФО, метод стандартних витрат, метод роздрібних цін.

Підприємство, при виборі методу оцінки списання виробничих запасів підприємство, бере увагу на такі фактори: широта асортименту запасів; мінімально необхідний розмір; модливість та частота поповнення; особливості зберігання та управління запасами на підприємстві; цінова політика, система знижок при закупівлі; технічні можливості автоматизації обліку.

Сума збільшення собівартості запасів залежить від обраного методу списання запасів на витрати виробництва.

На нашу думку, найточнішим методом списання запасів є метод ідентифікованої собівартості. Відповідно до нього запаси списуються за ціною їх надходження на підприємство. Даний метод застосовується якщо запаси були придбані для подальшої реалізації на замовлення (наприклад літакобудування) або для запасів які не взаємозамінні (торгівля автомобілями, ювелірними виробами, нерухомістю). Для використання цього методу обов'язковою умовою є можливість встановлення за кожною одиницею об'єкту обліку ціни (істотна собівартість).

До переваг даного методу можна віднести високу точність результату, зручність використання на підприємствах харчової промисловості з невеликою кількістю запасів або вартість запасів є дуже великою. Серед недоліків виділяють трудомісткість та такий момент, що однакові запаси можуть враховуватися по різній вартості, що не завжди є зручним.

З огляду наукової та навчальної літератури, метод середньозваженої собівартості списання запасів на витрати виробництва є найзручніший для підприємств, які використовую велику кількість найменувань товару. Його варто використовувати в умовах нестабільності та інфляційних процесів.

Перевагами методу середньозваженої собівартості є найбільша відповідність чистого прибутку, який має середнє значення, фактичним значенням. Також даний метод полегшує роботу працівникам підприємства і не вимагає від них детального обліку руху за кожною одиницею товарів.

Найбільш доцільним, з нашого погляду, буде використання методу ФІФО для запасів, які швидко втрачають свої корисні властивості (фрукти, овочі, продукти харчування тощо).

Відповідно до цього методу запаси вибувають у хронологічному порядку, діє припущення, що запаси які надійшли першими, першими і будуть використані, для запобігання їх псування.

Переваги методу ФІФО є простота використання, можливість маніпулювати прибутком оскільки залишки невикористаних запасів

відображаються у фінансовій звітності за цінами, максимально наближеними до ринкової вартості на дату складання фінансової звітності та в період постійного зростання цін метод дає найбільш високий з можливих рівень чистого доходу.

Недоліки методу ФІФО є заниження величини витрат запасів, які списуються за закупівельними цінами на собівартість продукції, що призводить до завищення фінансових результатів та прибуток вцілому, і тому підприємства сплачують більші суми податку на прибуток.

Оцінка запасів за нормативними витратами полягає у застосуванні норм витрат на одиницю продукції (робіт, послуг), які встановлює підприємство, ураховуючи нормальні рівні використання запасів, праці, виробничих потужностей і діючих цін. Норми затрат і цін у нормативній базі регулярно переглядаються та оновлюються, це відбувається для забезпечення максимально наближення нормативних затрат до фактичних. Виявлені в звітному періоді наднормативні витрати зараховуються до складу собівартості реалізованої продукції [1].

Нормативний метод обліку вибуття запасів є основним для промислових підприємств зі складною технологією, а також для сезонних галузей.

Перевагами даного методу є можливість поточного оперативного обліку витрат шляхом обліку відхилень від норм та охоплення нормативними калькуляціями значної частини витрат.

До недоліків можна віднести постійний перегляд норм використання запасів, праці, виробничих потужностей та діючих цін.

Підприємствами роздрібною торгівлі використовується метод ціни продажу, який полягає у застосування середнього відсотка торгівельної націнки на товари. В такій ситуації собівартість реалізованих товарів визначається як різниця між роздрібною вартістю реалізованих товарів і сумою торгової націнки на них.

Переваги даного методу є зручність для застосування саме в роздрібній торгівлі, тому що не потребує громіздких і детальних розрахунків.

Серед недоліків виділяють відображення у балансі продажної вартості товарів за вирахуванням нереалізованої торгової націнки. Розрахована у такий спосіб величина досить приблизна і може відхилятися від реальної вартості товарів.

Використання розглянутих методів оцінки вибуття запасів при їх списанні на витрати виробництва дає можливість додатково забезпечити керівників підприємств важливою інформацією, яка є суттєвою при формуванні та аналізі цінової політики з метою визначення точки беззбитковості виробництва окремих видів продукції, а також загальної оцінки фінансових результатів суб'єкта господарювання [3, 4].

Згідно П(С)БО 9 «Запаси» кожне підприємство самостійно обирає один із можливих методів списання запасів. Важливим є вибрати саме той метод який дозволить найбільш точно проводити оцінку діяльності підприємства з урахуванням специфіки діяльності даного підприємства.

Оскільки вибір найкращого методу для будь якого підприємства залежить від значної кількості факторів, які по-різному впливають на діяльність кожного окремо взятого підприємства і на результати цієї діяльності, радити, якому з методів надати перевагу недоцільно.

Так, вибір оптимального методу списання запасів на витрати підприємства дозволить отримувати максимальний прибуток для подальшого розвитку підприємства та забезпечення підвищення ефективності його діяльності.

### **Література**

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси»: URL: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929\\_021](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_021)
3. Садовська І. Б. Бухгалтерський облік : [навч. посіб.] / І. Б. Садовська, Т. В. Божидарнік, К. Є. Нагірська. К. : Центр учбової літератури, 2013. 688 с.
4. Павлов П.В. Особливості використання різних методів оцінки запасів / П.В. Павлов // Науково-технічний збірник. 2010. №56. С. 217-223.
5. Концептуальні засади управління економічно-безпечним інноваційним розвитком промислового підприємства та формування його аналітичних інструментів / Л.О. Волощук // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2015. № 1 (17). С. 234-241.

## **ОСНОВНІ ІНДИКАТОРИ ФІНАНСОВОЇ ВРАЗЛИВОСТІ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ**

**Тарасова О.В., к.е.н., доцент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

В умовах зростаючої залежності України від зовнішніх кредиторів та сировинної моделі економіки, основними індикаторами фінансової вразливості економіки держави є розміри дефіциту бюджету, державного боргу та обсягу міжнародних резервів. При формуванні цих показників важливо знайти компроміс між забезпеченням фіскальної складової та соціальним захистом й стимулюванням економічного зростання. Але необхідність дотримання показників розміру бюджетного дефіциту та

забезпечення соціальних видатків, а також виконання зобов'язань перед іноземними кредиторами, призводять до обмеження видатків капітального розвитку, що в свою чергу стримує економічне зростання.

Аналіз динаміки частки поточних та капітальних видатків Державного бюджету України та місцевих бюджетів показує, що у структурі видатків Державного бюджету в останні роки спостерігається зниження частки капітальних видатків, при цьому у структурі видатків місцевих бюджетів бачимо зростання частки капітальних видатків, що пояснюється процесами децентралізації, внаслідок чого місцеві органи влади отримали додаткові фінансові ресурси і можливість розпоряджатися ними з урахуванням власних потреб.

До основних зовнішніх викликів для економіки України на сучасному етапі можна віднести [1]:

- погіршення зовнішньоекономічної кон'юнктури для вітчизняного експорту на тлі уповільнення світової економіки, значної волатильності та зниження цін на сировинні товари на ключових ринках, змін глобального попиту в рамках пандемії COVID-19. Як наслідок, в Україні темпи зростання експорту товарів знижуються - від 9 % у 2018 р. до 2,9 % у 2021 р. (за прогнозом Кабінету Міністрів України). Це призведе до зменшення припливу валютних коштів в Україну, може дестабілізувати валютний ринок та збільшити обтяжливість виплат за державним боргом;

- посилення загроз національній економіці з боку РФ: торговельні обмеження погіршуватимуть інвестиційний клімат та інфляційні очікування; зменшення обсягів транзиту газу через Україну можуть зумовити ускладнення функціонування енергетичної системи, а відтак всієї економіки;

- ризик обмеження доступу до міжнародних ринків капіталу при значних обсягах погашення зовнішнього боргу у 2020 р. та зростанні дефіциту державного бюджету у 2020 р. понад обсяги, визначені Бюджетним кодексом України (3 % ВВП) внаслідок недонадходження податків і зборів на тлі необхідності здійснення додаткових витрат, що посилюватиме загрози для макрофінансової стабільності держави;

- наслідки від розгортання світової фінансової кризи та, відповідно, низка загроз, пов'язаних із проблематичністю рефінансування зовнішнього боргу, а також із погіршенням перспектив залучення іноземних інвестицій.

Основними показниками боргової стійкості країни, що характеризують рівень навантаження на національну економіку та відображають можливості держави розраховуватися з кредиторами, є:

- співвідношення державного і гарантованого державою боргу та обсягу ВВП;

- абсолютні показники державного та гарантованого державою боргу (табл.1);

**Таблиця 1 – Динаміка державного та гарантованого державою боргу України за 2015-2021 рр., млрд. грн.**

Показник	31.12. 2015 р.	31.12. 2016 р.	31.12. 2017 р.	31.12. 2018 р.	31.12. 2019 р.	30.06. 2020 р.	31.07. 2021 р.
Загальна сума державного і гарантованого державою боргу	1572,2	1929,8	2141,8	2168,5	1998,3	2269,2	2499,39
Державний борг	1334,3	1650,8	1833,7	1860,3	1761,4	2002,6	2214,1
Внутрішній борг	508,0	670,7	753,4	761,1	829,5	882,6	990,1
Зовнішній борг	826,3	980,2	1080,3	1099,2	931,9	1119,9	1224,01
Гарантований державою борг	237,9	279,0	308,1	308,2	236,9	266,6	285,29
Внутрішній борг	21,5	19,1	13,4	10,4	9,6	22,2	36,79
Зовнішній борг	216,5	259,9	294,7	297,8	227,3	244,4	248,5

Джерело: складено за даними [1,2]

- співвідношення видатків на погашення та обслуговування державного і гарантованого державою боргу та доходів державного бюджету;

- індикатори, що характеризують недосконалу структуру державного та гарантованого державою боргу України.

Аналіз боргової політики держави показує, що рівень боргової стійкості України залишається низьким і потребує впровадження виваженої політики управління державним боргом, адже боргова політика держави є важливим чинником забезпечення фінансової стійкості держави.

### Література

1. Проблеми та перспективи зміцнення стійкості фінансової системи України: аналіт. доп. / Шемаєва Л.Г. та ін. ; за наук. ред. Я.А. Жаліла. Київ : НІСД, 2021. 104 с. URL:[https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-02/e\\_book\\_zhalilo\\_2-sait-2\\_0.pdf](https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-02/e_book_zhalilo_2-sait-2_0.pdf) (дата звернення 10.09.2021).

2. Інформаційна довідка щодо державного та гарантованого державою боргу України (станом на 31.07.2021).

URL:<https://www.mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovanij-derzhavju-borg> (дата звернення 12.09.2021).

## **ЕКОЛОГІЧНІ ПРИНЦИПИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

**Немченко В.В., д.е.н., професор**

**Єдлічка Є. А.**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

На сьогодні, в Україні все частіше підіймається екологічне питання у підприємницькій діяльності.

Розвиток та впровадження інновацій з високим ступенем екологічності та економічної ефективності є успішним варіантом вирішення екологічних і економічних проблем нашої країни, що забезпечить сталий розвиток підприємств і держави.

В Україні екологічне підприємництво як сегмент національного ринку сформувалося у 1988- 1990рр., але на жаль, існує чимало проблем на шляху його розвитку. Серед них, можна виділити низький контроль за порушення екологічних принципів, низька вмотивованість підприємців працювати у гармонії з навколишнім середовищем, низька підтримка «зелених» інновацій, тощо.

Так, серед найбільш перспективних в умовах України можна виділити такі види виробництва продукції екологічного призначення:

- моніторингові системи;
- очисне обладнання;
- лічильники;
- технології, обладнання і матеріали для ресурсозбереження;
- сільськогосподарські технології;
- переробка і знешкодження відходів;
- інформаційні товари і послуги;
- інформаційна медицина і фармацевтичні засоби;
- рекреаційні та біологічні послуги.

Однак, серед недоліків, необхідно зазначити, що ринок екологічних товарів і послуг в Україні формується надзвичайно повільно, відсутній ефективний механізм підтримки стимулювання підприємництва в природоохоронній сфері. Також відсутня інноваційна складова [1].

Для поєднання інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості і гармонізації екосистеми, захисту довкілля й посиленню

природоохоронної діяльності, важливим виступає законодавче обмеження викидів, спеціальні угоди, закони, регламенти, стандарти та ін. Особливе значення для нашої країни є питання утилізації відходів. Для підприємств харчової промисловості України актуальним питанням залишається недостатня глибина переробки сировини та відносно обмежений асортимент готової продукції. У результаті, в навколишнє середовище потрапляє велика кількість небезпечних відходів. Тому вважаємо за необхідне враховувати досвід і принципи ЄС для того, щоб гармонізувати промисловість і екологію. [2, с. 127-130].

Ми поділяємо думку, що агропромисловий комплекс може працювати взагалі без відходів, оскільки останні можуть бути перетворені на корми, компости, паливо або сировину для хімічної промисловості.

Безумовно, що перевагами уникнення утворення відходів на фермі є: зменшення обсягу сировини, економія часу та грошей на управління відходами, скорочення шкоди навколишньому середовищу, відповідність діяльності ферми вимогам екологічного законодавства.

Відповідно до ієрархії відходів, найвищим пріоритетом є запобігання утворенню відходів, далі визначається оптимальне використання відходів як ресурсу. Наступним виступає – відновлення поживних (корисних) речовин та їх застосування для відновлення родючості ґрунтів. Не менш важливим є використання біомаси для отримання енергії. Найменший бажаний варіант – захоронення [3].

Перевага надаватиметься таким способам, за яких можливимі економічно ефективним є одночасне відновлення поживних речовин і рекуперація енергії.

Саме тому, вважаємо, що вирішення проблеми утилізації сприятиме укріпленню екологічності у підприємницькій діяльності в Україні, а також буде забезпечувати відповідність українського бізнесу європейським принципам та стандартам.

### Література

1. Екологічне підприємництво в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://smartyg.blogspot.com/2018/04/blog-post\\_84.html](https://smartyg.blogspot.com/2018/04/blog-post_84.html)

2. Немченко В. В., Немченко Г. В. Екологічні принципи у діяльності підприємств. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Глобалізація: співвідношення міжнародних та національних економічних інтересів». м. Одеса, 9 квітня 2020 р. Одеса: МГУ, 2020. 200 с.

3. Екологічні аспекти господарської діяльності підприємств [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/view/PFZ00065>

# СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Мельник Ю.М., д.е.н., професор  
Сарієва Г.І, бакалавр

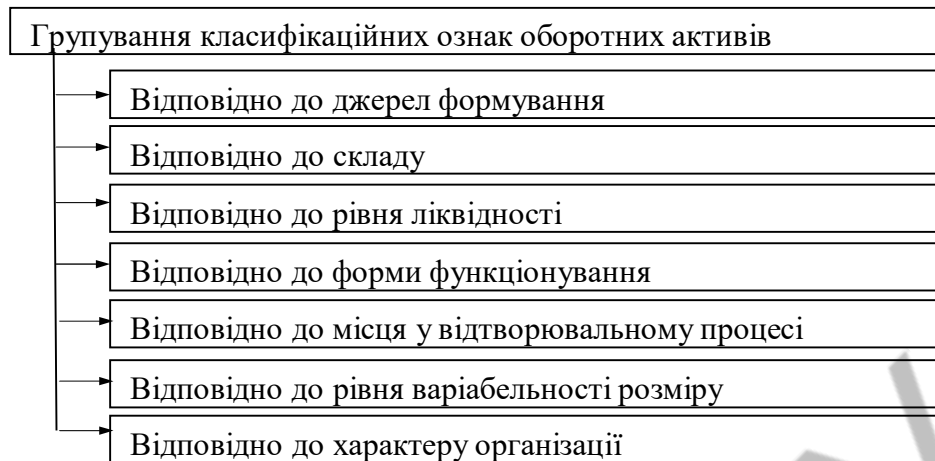
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Стан оборотних активів у сучасних умовах господарювання відіграє важливу роль, оскільки вони формують вагомута найбільш мобільну частку в активах будь-якого суб'єкта господарювання. Тому, здійснюючи свою діяльність в умовах ринкової економіки як суб'єкт підприємницької діяльності, будь-яке підприємство повинно забезпечувати стан своїх оборотних активів на такому рівні, щоб швидко і якісно реагувати на потреби ринку.

Рациональне використання оборотних активів та їх оптимізація є одним з основних завдань будь-якого виробничого підприємства для забезпечення безперервного виробництва за умов інфляційних процесів, кризи, збільшення конкуренції. Це впливає на можливості виконання виробничих планів підприємства, дотримання зобов'язань перед споживачами, забезпечення стійкого фінансового становища й створення умов для подальшого конкурентоспроможного розвитку підприємства.

Вагомий внесок у розробку теоретичних і практичних аспектів обліку оборотних активів внесли провідні вітчизняні дослідники: Бутинець Ф.Ф., Бондаренко О.С., Голов С.Ф., Задорожний З.В., Костюченко В.М., Крупка Я.Д., Нашкерська Г.В., Огієнко С.О. та інші. Значної уваги приділяли даному питанню і зарубіжні автори, зокрема Бланк І., Брейли Р., Мэтьюс М.Р., Палий В.Ф., Соколов Я.В. А., Майерс С. Вивчення методики та організації обліку оборотних активів дає змогу внести деякі пропозиції та використати ті методичні концепції, які сприятимуть вдосконаленню бухгалтерського обліку даних активів.

Класифікація оборотних активів, як і активів в цілому, досить широка і налічує безліч ознак. В економічній літературі не визначається комплексна класифікація, що включає найбільш поширені класифікаційні ознаки. Замість цього існує безліч різних класифікацій, в яких ряд ознак або дублюються, або мають різні назви, зберігаючи при цьому свою суть. У зв'язку з цим виникають труднощі у визначенні виду оборотного активу, що може привести до помилкового його визначенням і, як наслідок, негативно відбитися на ефективності управління ним. Тож пропонуємо об'єднати найбільш важливі ознаки у загальну схему (рис. 1.)



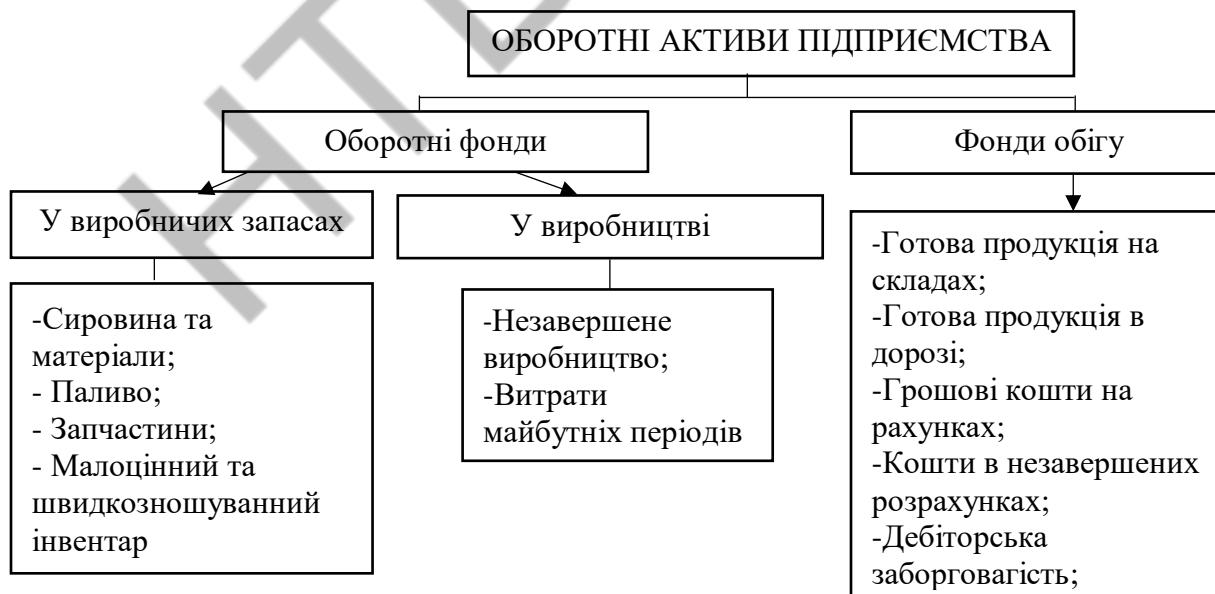
**Рис. 1. – Групування класифікаційних ознак оборотних активів підприємства \***

*\*Складено автором*

Основними нормативними документами, що визначають сутність оборотних активів є вітчизняні та міжнародні стандарти бухгалтерського обліку.

Відповідно до 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].

У виробничій сфері оборотні активи авансуються в оборотні виробничі фонди і фонди обігу, (рис.2).



**Рисунок 2 - Склад оборотних активів\***

*\*Складено автором*

Незважаючи на відмінності у призначенні оборотні фонди та фонди обігу тісно взаємопов'язані. Вони обслуговують єдиний процес відтворення на виробництві й забезпечують його неперервність. Водночас оборотні фонди та фонди обігу є складовими оборотних активів, що відображають розміщення їх за сферами відтворення у процесі руху, і разом з тим самостійними економічними категоріями [2].

Економічною категорією, що об'єктивно існує, є оборотні активи. Для з'ясування економічного змісту оборотних активів необхідно розмежувати їх функціональні форми, яких вони постійно набирають і змінюють, проходячи через сфери виробництва та обігу, пов'язувати рух (зміну) цих функціональних форм з рухом їх речових носіїв, а також розглядати оборотні активи як категорію в русі.

Якщо процес виробництва на кожному підприємстві неперервний, то оборотні активи, що обслуговують його, у кожний момент перебувають одночасно як у сфері виробництва у вигляді виробничих запасів, незавершеного виробництва, так і у сфері обігу у вигляді готових виробів та грошових коштів. Крім того, зі сфери виробництва вони переходять у сферу обігу і навпаки, тобто постійно перебувають у русі, проходячи три стадії кругообігу - грошову, товарну та виробничу [3].

Співвідношення оборотних активів у сфері виробництва і сфері обігу залежить від особливостей організації виробництва, постачання, збуту, а також системи розрахунків.

Ефективність використання оборотних коштів характеризується швидкістю їхнього обертання, оборотністю. Прискорення оборотності цих коштів зумовлює: по-перше, збільшення обсягу продукції на кожен грошову одиницю поточних витрат підприємства; по-друге, вивільнення частини коштів і завдяки цьому створення додаткових резервів для розширення виробництва.

Для забезпечення безперервності процесу виробництва і реалізації продукції необхідно досягти оптимального співвідношення оборотних активів у сфері виробництва й обігу. Підприємство зацікавлене у зменшенні оборотних активів у сфері обігу за рахунок поліпшення системи постачання, раціональніших форм розрахунків [4].

Унаслідок прискорення оборотності грошових коштів зменшується потреба в них, відбувається процес вивільнення цих коштів з обороту. Боротьба за прискорення оборотності оборотних активів повинна проводитись одночасно на всіх стадіях їх кругообігу шляхом скорочення часу виробництва та часу обертання

За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки, що оборотні активи - це кошти, авансовані в оборотні виробничі

фонди і фонди обігу для забезпечення безперервності процесу виробництва, реалізації продукції та отримання прибутку.

Предмети праці у грошовій оцінці становлять виробничі оборотні фонди. До них на промислових підприємствах належать сировина, матеріали, паливо, запасні частини, пальне, інші матеріальні цінності.

До складу виробничих оборотних фондів входять також незавершене виробництво та витрати майбутніх періодів.

Основне призначення (функція) виробничих фондів полягає в забезпеченні планомірного й ритмічного процесу виробництва на підприємствах та в об'єднаннях.

Крім виробничих оборотних фондів кожне підприємство має частину активів, що перебувають в обороті. Це готова продукція, грошові кошти на рахунках у банку та в касі підприємства, кошти в розрахунках тощо. Ця частина активів, оцінена у грошах, називається фондами обігу. Основне їх призначення (функція) полягає в забезпеченні коштами планомірного процесу обороту на підприємствах.

### Література

1. Електронне джерело. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>
2. Фінансовий аналіз: навч. посібник. М.Д. Білик та ін. К. : КНЕУ, 2009. 592 с.
3. Електронне джерело. Режим доступу: [https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom\\_pidpr/18827/](https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/18827/)
4. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз: навч. посібник. К., 2011. 196 с.

## ОЦІНКА СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

Мельник Ю.М., д.е.н., професор

Щегульцова А.О., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Важливим фактором розвитку виробництва є стабільна забезпеченість підприємства матеріальними ресурсами та їх ефективне використання.

**Виробничі запаси** – це активи, які використовуються для подальшого продажу, споживання під час виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг, а також управління підприємством. Вони суттєво впливають на фінансові результати господарської діяльності, оскільки займають найбільшу питому вагу у складі витрат підприємства більшості галузей виробництва різних сфер діяльності.

Аудит виробничих запасів – це одна з найбільш складних ділянок облікової роботи. На підприємстві номенклатура матеріальних цінностей обчислюється десятками тисяч найменувань, а інформація з обліку виробничих запасів найчастіше становить третину усієї інформації з керування виробництвом, тому організація контролю над рухом, збереженням та використанням матеріальних цінностей пов'язана з необхідністю впровадження системи внутрішнього контролю.

У загальному розумінні **метою внутрішнього аудиту** матеріально-виробничих запасів є встановлення законності, достовірності та доцільності операцій із матеріалами, правильності їх відображення в обліку.

**Предметом аудиту** операцій із запасами є господарські процеси та операції, пов'язані з наявністю, рухом і використанням виробничих запасів, а також відносини, що виникають при цьому в середині підприємства та за його межами.

Під **об'єктами** внутрішнього контролю слід розуміти господарські процеси, які в сукупності становлять господарську діяльність суб'єкта, що перевіряється.

Внутрішній контроль є інструментом зворотного зв'язку між об'єктом контролю та фактичним виконанням управлінського рішення.

**Система внутрішнього контролю матеріально-виробничих запасів** має охоплювати всі види запасів й відповідні види операцій з ними. До матеріально-виробничих запасів відносять:

- сировину і матеріали;
- незавершене виробництво;
- готову продукцію;
- товари.

Під час проведення внутрішнього аудиту матеріально-виробничих запасів аудитор повинен оцінити систему внутрішнього контролю за допомогою тестів перевірки. **Тести перевірки** – це набір прийомів і процедур, які застосовує аудитор з метою проведення оцінки об'єкта дослідження та отримання аудиторських доказів щодо належної організації та ефективності функціонування систем внутрішнього контролю і бухгалтерського обліку. Завданням аудитора під час тестування засобів контролю є не стільки пошук помилок і порушень, скільки виявлення слабких місць у процесах та обліку і впроваджених контролях, які перешкоджають своєчасному виявленню та усуненню цих помилок. Оцінка системи внутрішнього контролю підтверджується або корегується при проведенні аудиторських процедур відповідальними, яких наділено вищими повноваженнями за управлінські рішення.

Система внутрішнього контролю включає в себе три основні елементи: середовище контролю, систему бухгалтерського обліку та незалежні процедури перевірки.

**Середовище контролю**— це заходи і записи де відбуваються операції, які характеризують загальне ставлення керівництва і власників підприємства до діючої системи внутрішнього контролю, значення діючої системи внутрішнього контролю для підприємства.

**Система бухгалтерського обліку** — це заходи і записи підприємства, шляхом яких бухгалтерські операції оформлюються в регістрах бухгалтерського обліку. Така система визначає, збирає, аналізує, підраховує, класифікує, записує, підсумовує і надає інформацію про операції та інші заходи.

**Незалежні процедури перевірки** — це аудиторські процедури, які використовуються аудитором як інструмент для визначення того, чи були фінансово-господарські операції належним чином санкціоновані, правильно оформлені і відображені в облікових регістрах, а також чи всі помилки в процесі ведення справ і реєстрації даних по них виявляються максимально швидко. Це означає, що процедури контролю дають упевненість у тому, що мета контролю за забезпеченням повноти, точності, законності, захисту активів і файлів даних будуть досягнуті та буде видана надійна фінансова інформація.

За результатами оцінки системи внутрішнього контролю, аудитор визначає, чи виконуються всі внутрішні правила та процедури контролю, які були запроваджені керівництвом підприємства для досягнення поставленої мети — забезпечення (в межах прийнятного) стабільного і ефективного функціонування підприємства, дотримання внутрішньогосподарської політики, збереження та раціональне використання активів підприємства, запобігання та викриття фальсифікацій, помилок, точність і повнота бухгалтерських записів, відповідно до проведених операцій з товарно-матеріальними цінностями.

При вивченні системи внутрішнього контролю аудитор слід оцінити вплив одержаних результатів на подальшу перевірку достовірності стану та обліку матеріально-виробничих запасів підприємства та визначити ступінь надійності системи внутрішнього контролю даного об'єкту контролю.

Аудитор зобов'язаний оцінювати систему внутрішнього контролю об'єкту перевірки не менше, ніж у наступні три етапи:

- 1) загальне ознайомлення з системою внутрішнього контролю;
- 2) первинна оцінка надійності системи внутрішнього контролю;
- 3) підтвердження достовірності оцінки системи внутрішнього контролю.

Аудитор здійснює первинну оцінку надійності та ефективності системи внутрішнього контролю на основі власного досвіду із застосуванням

відповідних методик та прийомів. У результаті таких досліджень під час оцінки надійності системи внутрішнього контролю аудитор може використовувати наступні оцінки якості внутрішнього контролю: 1) висока; 2) середня; 3) низька.

Якщо за підсумками процедури первинної оцінки аудитор оцінить надійність системи внутрішнього контролю в цілому й окремих засобів контролю як «низьку», він зобов'язаний констатувати це і в подальшому планувати аудиторські процедури відповідним чином.

Підтвердження достовірності оцінки системи внутрішнього контролю аудитор здійснює безпосередньо в процесі перевірки. На базі отримання аудитором первинної оцінки внутрішнього контролю на підприємстві, аудитор в ході перевірки повинен проводити процедури підтвердження її надійності, застосовуючи різні методи та прийоми при проведенні тестів на відповідність системи внутрішнього контролю та процедур перевірки на суттєвість.

Приклади ознак вбудованої ефективної системи внутрішнього контролю і бухгалтерського обліку матеріально-виробничих запасів разом із відповідними свідоцтвами контролю, нами наведено у таблиці №1:

**Таблиця 1**

№ з/п	Ознаки ефективної системи внутрішнього контролю матеріально-виробничих запасів та бухгалтерського обліку	Приклади свідоцтв (доказів) впровадженого контролю
1	створена інвентаризаційна комісія	наказ по підприємству із актуальним і відповідним складом учасників (не включені звільнені працівники; включені у склад комісії посади працівників апарату управління, бухгалтерської служби, досвідні працівники організації, які знають предмет інвентаризації, ціни та облік)
2	проводяться періодичні інвентаризації усіх запасів: сировини та матеріалів, незавершеного виробництва, товарів (обов'язкові, планові, раптові);	складені відповідним чином інвентаризаційні відомості, порівняльні акти, повнота включеної до інвентаризації номенклатури
3	документальний супровід операцій з ГМЦ	оприбуткування та видача матеріальних цінностей відбувається при наявності прибуткових і видаткових документів, засвідчених матеріально-відповідальною особою
4	здійснюється контроль за оформленням результатів інвентаризації відповідними документами ;	для кожної інвентаризації оформлені інвентаризаційні описи, порівняльні відомості, засвідчені підписами комісії та матеріально-відповідальними особами

№ з/п	Ознаки ефективної системи внутрішнього контролю матеріально-виробничих запасів та бухгалтерського обліку	Приклади свідочств (доказів) впровадженого контролю
5	приміщення складів захищені від доступу сторонніх осіб;	доступ до приміщення авторизований, наприклад автоматичною системою
6	розроблені та затверджені інструкції з прийому, зберігання та відпуску матеріалів;	затверджені робочі інструкції, які охоплюють у повному обсязі усі складські операції
7	здійснюється контроль за дотриманням інструкцій з прийому, зберігання та відпуску матеріалів;	інструкції доведені до відома відповідальних осіб, документообіг впроваджений та підтримується на місцях
8	купівля матеріалів здійснюється на підставі узгоджених заявок відповідно до затвердженого бюджету витрат;	наявні заявки на закупівлю з відповідною авторизацією розпорядника бюджету
9	фактичні закупівлі звіряються з запланованими;	наявність контролю виконання заявки на закупівлю, наприклад, у момент поставки на склад
10	здійснюється контроль за оформленням прибуткових документів під час надходження матеріалів на склад;	авторизація з боку матеріально-відповідальної особи щодо кількості та якості товарів з відміткою підтвердження фактичного отримання на склад, наприклад, у електронному документі оприбуткування або на паперовому носії з відбитком печатки та підпису в отриманні.
11	якщо є кількісні та якісні розбіжності з даними супровідних документів при прийманні матеріалів, оформляються акти про встановлені розбіжності;	розбіжності фіксуються відповідно до заявок на закупівлю, наявні підписані (авторизовані у обліковій системі) акти розбіжностей
12	відпуск матеріалів санкціонується відповідними уповноваженими особами (регламентований);	на відпускних документах авторизація матеріально-відповідальної особи та особи, що прийняла цінності або проведена видача ТМЦ за довіреністю
13	з матеріально-відповідальними особами (комірниками, завідувачами складами і ін.) укладені договори про матеріальну відповідальність	підписані відповідним чином договори, матеріальна відповідальність покладена на осіб які обіймають посади або виконують роботи, безпосередньо пов'язані із зберіганням, обробкою, продажем (відпуском), перевезенням або застосуванням у процесі виробництва переданих їм цінностей.
14	кількісно-сортний облік матеріалів на складі ведеться у встановлених одиницях виміру із зазначенням ціни;	відповідність встановлених одиниць виміру фактичним, із зазначенням ціни

№ з/п	Ознаки ефективної системи внутрішнього контролю матеріально-виробничих запасів та бухгалтерського обліку	Приклади свідочств (доказів) впровадженого контролю
15	матеріально-відповідальні особи регулярно складають звіти;	звіти охоплюють повний звітний період та всі операції, підписані матеріально-відповідальними особами звіти, перевірка на повноту авторизована бухгалтером
16	первинні облікові документи прикладаються до звітів;	первинні облікові документи відповідають проведеним операціям за звітний період
17	розроблено посадові інструкції, що розмежовують обов'язки та відповідальність працівників при здійсненні операцій з матеріалами;	затверджені посадові інструкції, бухгалтерський облік ведуть особи, які не мають доступу до матеріалів
18	регулярно проводиться моніторинг ринкових цін на основні види матеріалів;	закупівля проводиться на основі аналізу ринку цін з декількома альтернативними пропозиціями
19	створюється резерв під зниження вартості ТМЦ;	створення щомісячного резерву
20	повна автоматизація обліку на ділянці;	операції із закупівлі, оприбуткування та вибуття ТМЦ проведені у обліковій системі
21	здійснюються процедури контролю повноти, правильності і своєчасності внесення даних господарських операцій в комп'ютерну програму	вбудовані автоматизовані перевірки на усіх етапах обліку ТМЦ

Усі етапи оцінки системи внутрішнього контролю повинні належним чином документуватися із зазначенням аргументів, якими керувався аудитор, даючи відповідну оцінку надійності всієї системи чи окремим засобам контролю або приймаючи рішення, яке має вплив на планування аудиторських послуг.

При виявленні істотних недоліків у структурі або функціонуванні об'єкту аудиту та відповідно у системі внутрішнього контролю, аудитору слід повідомити про це керівництво з відповідним рівнем управління у найкоротший термін, із наданням аудиторських доказів. Повідомлення керівництву про істотні помилки бажано представити у письмовому вигляді або надати в усній формі разом із свідочтвами до висновків. У повідомленні важливо зазначити, щодо аудиторської вибірки і надати перелік тільки тих недоліків, котрі потрапили до кола його зору під час проведення аудиту.

Отже, основне призначення аудиту виробничих запасів - допомога керівництву підприємства у визначенні основних недоліків, порушень та помилок в обліку виробничих запасів, можливість ліквідувати їх та запобігти подальшому виникненню, що призведе до покращення фінансового стану підприємства.

## Література

1. Закон України «Про аудиторську діяльність» № 3125-ХІІ 22.04.1993р., зі змінами та доповненнями. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3125-12>
2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів, затверджені наказом Міністерства фінансів України від 10.01.07 року № 2 // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://dtkk.com.ua/show/2cid04693.html>
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №9 «Запаси», затв. наказом МФУ від 31.03.99 р. № 87, зі змінами і доповненнями. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>
4. Станкевич Г. Особливості системи внутрішнього контролю підприємства та роботи внутрішнього аудитора // Аудитор України – 2014, - № 9 (226),
5. Скорба О.А. Методика аудиту виробничих запасів / О.А. Скорба // - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/10\\_DN\\_2014/Economics/7\\_164604.doc.htm](http://www.rusnauka.com/10_DN_2014/Economics/7_164604.doc.htm)
6. Скорба О.А. Організація проведення аудиту виробничих запасів / О.А. Скорба // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/9\\_NND\\_2014/Economics/7\\_164138.doc.htm](http://www.rusnauka.com/9_NND_2014/Economics/7_164138.doc.htm)
7. Аудит в агро-промисловому комплексі Оцінка системи внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту на підприємстві [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://library.if.ua/book/78/5580.html>
8. Фабіянська В.Ю. Аудит виробничих запасів: організаційні та методичні аспекти // В.Ю. Фабіянська / Ефективна економіка №– 2017. - № 4. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5546>

## АКТУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Євтушевська О.О., к.е.н., доцент  
Андрєєва М.В., бакалавр

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Сучасні умови для ведення бізнесу потребують раціональних рішень щодо детального та точного формування обліку окремих підрозділів. Але завжди головною метою в процесі господарської діяльності будь-якого підприємства був і залишається чистий дохід. На прибутковість підприємницької діяльності завжди впливало безліч факторів: демографічна

ситуація, відсоткові ставки податків, конкуренція, рівень інфляції країни та багато інших. Та в першу чергу організація роботи установ, націлених на отримання прибутку від виробничої діяльності залежить від грамотно сформованої стратегії ведення обліку за кожним підрозділом. Одним з головних є питання доцільного використання основних засобів, їх придбання або реалізація, списання та амортизація.

Відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби», основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [1].

Одиницею обліку основних засобів є об'єкт основних засобів, під яким розуміють:

- закінчений пристрій з усіма пристосуваннями та приладдям до нього;
- конструктивно відокремлений предмет, призначений для виконання певних самостійних функцій;
- відокремлений комплекс конструктивно з'єднаних предметів однакового або різного призначення, що мають для їх обслуговування загальні пристосування, унаслідок чого кожен предмет може виконувати свої функції, а комплекс – певну роботу тільки в складі комплексу, а не самостійно;
- інший актив, що відповідає визначенню основних засобів, або частина такого активу, що контролюється підприємством.

Придбані або створені основні засоби зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю, яка складається з витрат:

- на оплату виконаних підрядниками роботи (без непрямих податків);
- на збори, що здійснюються в зв'язку з отриманням прав на об'єкт;
- на суми ввізного мита, непрямих податків;
- постачальникам активів;
- витрати зі страхування ризиків доставки основних засобів;
- витрати на транспортування, встановлення, монтаж, налагодження;
- інші витрати.

Інвентарна картка — реєстр аналітичного обліку основних засобів. У ній містяться такі дані: інвентарний номер, назва об'єкта, коротка технічна характеристика, місце експлуатації, дата введення в експлуатацію, рік випуску або будівництва, норма амортизації, дата вибуття з експлуатації, відомості про переоцінку, реконструкцію, модернізацію об'єкта та інші [1].

При отриманні (купівлі) основних засобів складається акт по одному примірнику на кожний окремий об'єкт. Складання загального акта, яким

оформлюється приймання об'єктів основних засобів, дозволяється лише при обліку господарського інвентарю, інструментів, обладнання і т.п., якщо ці об'єкти однотипні, мають однакову вартість та прийняті в одному календарному місяці.

При передачі основних засобів іншому підприємству акт складається в двох примірниках для обох підприємств.

Коли основні засоби застарілі або з певних причин рівень їх функціональної роботи втратив очікувані обороти важливою умовою організації обліку основних засобів у виробництві стає проведення ремонтних робіт. Залежно від виду та мети ремонту відповідні витрати по-різному відображаються. Первісна вартість основних засобів може бути збільшена на суму витрат, пов'язаних з поліпшенням та ремонтом об'єкта визначену у порядку, встановленому податковим законодавством. Завдяки таким діям підприємства виробничих галузей забезпечують відмінну якість вироблених товарів, що позитивно впливає на динаміку забезпечення коштами від господарської діяльності для гармонійної подальшої роботи.

Списання основних засобів (ОЗ) відбувається внаслідок невідповідності об'єкта основних засобів встановленим критеріям визнання активом, наприклад - через фізичне та моральне старіння, непридатність до подальшої експлуатації.

У разі ліквідації основних засобів за рішенням керівництва основні засоби (їх частина) викрадені, зруйновані чи підлягають ліквідації, або підприємство змушено відмовитися від використання цих основних засобів внаслідок загрози чи неминучості їх руйнування або ліквідації. Згідно з пунктом 34 П(С)БО 7, фінансовий результат від вибуття об'єктів основних засобів визначається вирахуванням з доходу від вибуття основних засобів їх залишкової вартості, непрямих податків та витрат, пов'язаних з вибуттям основних засобів.

Списання можливе за таких обставин:

- з ініціативи підприємства;
- з причин незалежних від підприємства.

В актах на списання слід навести дані, що характеризують об'єкти ОЗ: рік виготовлення або будівництва об'єкта, дату його надходження на підприємство і початку експлуатації, первісну (переоцінену) вартість об'єкта, суму нарахованого зносу, передбачений і фактичний строк корисного використання, проведені ремонти та причини вибуття. Фінансовий результат від вибуття об'єктів ОЗ визначається відповідно до П(С)БО 7, згідно з яким із доходу від вибуття ОЗ слід вирахувати їх залишкову вартість, непрямі податки та витрати, пов'язані з вибуттям ОЗ. Деталі отримані при демонтажу ОЗ, що ліквідуються, оприбутковуються з визнанням іншого доходу і зарахуванням на

рахунки обліку матеріальних запасів, включаючи матеріальні цінності та деталі із вмістом матеріалів, які приймаються спеціалізованими переробними.

Під впливом часу, сил природи та в процесі експлуатації основні засоби поступово зношуються. Вони втрачають свої первинні фізичні якості, знижуються їх техніко-експлуатаційні можливості, в результаті зменшується реальна балансова вартість основних засобів.

Амортизація - економічний процес поступового перенесення вартості основних засобів в міру їхнього зношування на виготовлену продукцію і використання цієї вартості для відтворення засобів праці. {1}. Необхідність амортизації впливає з того, що основні засоби в процесі виробництва функціонують протягом багатьох років, але зберігають при цьому свою натурально-речову форму. Кожного року або кожного виробничого циклу вони переносять на новостворений продукт частину своєї вартості, яка пропорційна їхньому зношуванню за цей період.

Для відшкодування вартості зношеної частини основних засобів кожне підприємство здійснює амортизаційні відрахування. Вони накопичуються у спеціальному амортизаційному фонді, що є джерелом відновлення спрацьованих основних засобів. Таким чином, амортизація забезпечує відшкодування в грошовому виразі вартості засобів праці в міру їхнього фізичного зносу в процесі виробництва.

Строк корисного використання (експлуатації) основних засобів - це очікуваний період часу, протягом якого необоротні активи будуть використовуватися підприємством, або з їх використанням буде виготовлено (виконано) очікуваний підприємством обсяг продукції (робіт, послуг).

Метод амортизації основних засобів обирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу використання активу та фіксується в Положенні про облікову політику. Відповідно до П(С)БО 7, амортизація основних засобів нараховується із застосуванням таких методів: прямолінійного, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивного, виробничого.

Суть прямолінійного методу полягає в тому, що амортизована сума переноситься на амортизацію рівномірно протягом строку корисної експлуатації активу: Амортизаційні відрахування дорівнюють різниці первісної та ліквідаційної вартості основних засобів поділеної на строк корисної експлуатації.

Цей метод є найбільш прийнятним для списання основних засобів, що не підвладні впливу інших чинників, крім строку корисного використання. До таких основних засобів, зокрема, належать будівлі та споруди, загально виробниче устаткування та ін.

Але використання інших методів також не рідко зустрічається на підприємствах, які потребують дещо іншого підходу до обліку амортизації власних основних засобів.

Висвітливши головні аспекти обліку основних засобів робимо висновки що з їх допомогою виробничі підприємства мають змогу контролювати правильність визначення первинної вартості основних засобів, аналізувати та простежувати відображення в обліку витрат, які були зроблені при надходженні об'єктів основних засобів на підприємство, розробляти цілісну картину щодо обліку основних засобів на підприємстві в цілому та в розрізі окремих елементів. Використовуючі такі дані обліку керівники підприємств разом з командою кваліфікованих спеціалістів можуть спокійно розробляти плани нових ідей для покращення роботи бізнесу, що в свою чергу веде до посилення здорової конкуренції на ринку та покращенню стану економічних показників певного регіону.

### Література

1. Офіційне видання державної фіскальної служби України / [Електронний ресурс]. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100009262-pbo-7-osnovni-zasobi>.
2. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Ф. Ф. Бутинець, О. С. Бородкін, А. М. Герасимович, Г. Г. Кірейцев, М. В. Кужельний, Ю. І. Осадчий, П. Т. Саблук, Н. Г. Виговська, С. В. Івахненко, Л. П. Кулаковська; ред.: Ф. Ф. Бутинець; Житомир. інж.-технол. ін-т. – 3-тє вид., переробл. і доп. - Житомир: ПП "Рута", 2001. - 672 с.
3. Венгерук Н. П. Визнання основних засобів у фінансовому та податковому обліку / Н. П. Венгерук // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2013. – Січень. – С. 34.
4. Дутчак І. Б. Документальне оформлення та облік надходження основних засобів на підприємство / І. Б. Дутчак // Науковий вісник НЛТУ України. - 2011. - Вип. 21.13. - С. 188-194.
5. Лищенко О. Г., к. е. н. доцент кафедри обліку та аудиту Назаренко О. О. / [Електронний ресурс]. URL: [https://old-zdia.znu.edu.ua/gazeta/evzdia\\_1\\_134](https://old-zdia.znu.edu.ua/gazeta/evzdia_1_134)
6. Про затвердження типових форм первинного обліку. Наказ Міністерства статистики України № 352 від 29.12.95. / [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0352202-95>.

## ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПРОСТОРУ

Маркова Т.Д., к.е.н., доцент  
Пчелянська Г.Б., старший викладач  
Домброван Я.Ю., бакалавр

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Перехід до інформаційного простору і формування цифрової економіки є визначальним трендом соціально-економічного розвитку у всьому світі. Темпи змін і впровадження нових технічних та технологічних можливостей, віртуалізація чинників генерування вартості, трансформація інформаційного середовища інтелектуальної підтримки бізнес-процесів і екосистем, а також соціально відповідальна першорядність бізнесу зачіпають систему бухгалтерського обліку і фінансової звітності як засобу збору, обробки і надання економічної інформації про діяльність господарюючих суб'єктів [1].

Крім того, каталізатором змін системи управління суб'єкта господарювання стала пандемія COVID-19, яка поставила під сумнів існуючі бізнес-моделі економіки у безпрецедентному масштабі. Відповідно, власники, менеджери, бухгалтери зрозуміли, що потрібно бути відкритими до інновацій та цифрових технологій, переосмислити наявні бізнес-моделі, зробити їх більш стійкими, а бухгалтерський облік можливий у віддаленому доступі з будь-якого засобу.

Відповідно набувають актуальності питання щодо переваг та недоліків цифровізації обліково-аналітичного процесу фінансово-господарської діяльності підприємства. Обліково-аналітичне забезпечення на підприємстві означає надання правдивої, неупередженої та достовірної інформації про господарську діяльність підприємства. Слід відзначити, що з прискореним розвитком науково-технічного прогресу це забезпечення супроводжується застосуванням нових цифрових інструментів та адаптації до сучасних вимог часу.

В результаті дослідження, можна визначити певні слабкі (недоліки) та сильні сторони (переваги) цифровізації обліково-аналітичного процесу фінансово-господарської діяльності підприємств.

До переваг (сильні сторони) можна віднести наступне:

- Автоматизація обліку.
- Впровадження електронних документів.
- Впровадження багатовимірності облікових даних.
- Розширення засобів збирання даних через цифрові платформи та Інтернет речей.
- Розширення засобів передачі інформації управлінському персоналу.
- Цифрове середовище створює умови для модернізації підходів до

оцінки якості інформаційних ресурсів.

– Збільшує попит на ринку праці на працівників, які мають цифрові навички (сучасні виклики вимагають від бухгалтера принаймні базового розуміння інформаційних та комунікаційних технологій, наявність цифрових компетенцій стає основною вимогою до персоналу).

– Розробка інноваційних методів оцінки нових об'єктів обліку.

Слід зауважити, що більшість авторів погоджуються, що бухгалтерський облік чекають зміни в напрямі модернізації як загального теоретико-категоріального апарату, так конкретних облікових практик. Визнається, що технології blockchain та інструменти штучного інтелекту стануть катализатором еволюції облікових процесів [2].

*До слабких сторін, які потребують удосконалення або трансформації можна віднести:*

– Значна кількість підприємств не мають можливості оперативно здійснити цифрову трансформацію базових систем та бізнес-процесів.

– Зміни в сфері методологічних засад.

– Вплив цифровізації на систему управління актуалізує необхідність ідентифікації способів протистояння кіберзагрозам, моделювання цифрової стратегії підприємства, трансформації бізнес-процесів, перегляду діючої системи управління та реалізації відповідних заходів, пов'язаних з діджиталізацією.

Зазначимо, що цифровізація – це значно більше, ніж просто оцифрування масиву даних. Список процедур, які можна перевести у цифрове середовище, дуже великий, починаючи із цифровізації типових виробничих процесів, контролю над виконанням робіт та якістю продукції, комунікації з командою і клієнтами та завершуючи логістикою і поставками. Цифрова трансформація забезпечує створення потоків цифрових доходів і пропозицій. Таким чином, цифровізація (діджиталізація) економіки стає пріоритетом розвитку більшості цивілізованих країн.

Одним із важливих завдань розвитку підприємств є їх уміння швидко адаптуватися до сучасних тенденцій бізнесу, у тому числі оцифрування та безпечного зберігання цифрових даних.

### **Література**

1. Спільник І., Палюх М. Бухгалтерський облік в умовах цифрової економіки. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2019. Випуск 1-2. С. 83-96.

2. Шишкова Н.Л., Перспективи ІТ-модернізації бухгалтерського обліку: актуалізація теорії і практики // Економічний вісник. 2019. №3. С.146-159.

## ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ, РОЗВИТОК ТА СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ

Іванченкова Л.В., д.е.н., професорка

Хутак Артур Шир Ага, аспірант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення.

На сьогодні здійснюється значна кількість освітніх заходів, спрямованих на формування цифрових навичок, проте вони не мають системного характеру, забезпечують формування лише окремих навичок та не вирішують питань низького рівня володіння цифровими навичками в суспільстві та обізнаності щодо цифрових прав громадян.

Концепцією розвитку цифрової економіки та суспільства України передбачено здійснення заходів щодо впровадження відповідних стимулів для цифровізації економіки, суспільної та соціальної сфер, усвідомлення наявних викликів та інструментів розвитку цифрових інфраструктур, набуття громадянами цифрових компетенцій, а також визначає критичні сфери та проекти цифровізації, стимулювання внутрішнього ринку виробництва, використання та споживання цифрових технологій [1].

Шлях до цифрової економіки пролягає через внутрішній ринок виробництва, використання та споживання інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій.

У класичному розумінні поняття “цифрова економіка” означає діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані як числові, так і текстові.

Цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, стрімкий розвиток та поширення яких вже сьогодні впливають на традиційну (фізично-аналогову) економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що створює ресурси. Саме дані є ключовим ресурсом цифрової економіки, вони генеруються та забезпечують електронно-комунікаційну взаємодію завдяки функціонуванню електронно-цифрових пристроїв, засобів та систем.

Цифровізація є визнаним механізмом економічного зростання завдяки здатності технологій позитивно впливати на ефективність, результативність, вартість та якість економічної, громадської та особистої діяльності.

Основна мета цифровізації полягає у досягненні цифрової трансформації існуючих та створенні нових галузей економіки, а також трансформації сфер життєдіяльності у нові більш ефективні та сучасні. Такий приріст є можливим лише тоді, коли ідеї, дії, ініціативи та програми, які стосуються цифровізації, будуть інтегровані, зокрема, в національні, регіональні, галузеві стратегії і програми розвитку.

Цифрові технології - одночасно величезний ринок та індустрія, а також платформа ефективності і конкурентоспроможності всіх інших ринків та індустрій. Високотехнологічне виробництво та модернізація промисловості за допомогою інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій.

У цифровому світі за умови наявності цифрової альтернативи існування розвитку більшої частини аналогових систем (сфер) стає недоцільним. Принцип "цифровий за замовчуванням" означає переведення у цифровий формат тих аналогових систем, розвиток та підтримка яких є очевидно не вигідними та неефективними. Саме цифровий стан стає звичайним станом функціонування та розвитку багатьох систем, сфер, організацій, індустрій та економік.

Масштаб і темп цифрових трансформацій мають стати основними характеристиками економічного розвитку.

При системному державному підході цифрові технології будуть значно стимулювати розвиток відкритого інформаційного суспільства як одного з істотних факторів розвитку демократії в країні, підвищення продуктивності, економічного зростання, а також підвищення якості життя громадян України.

Цифровий розвиток передбачає виконання комплексу завдань, що позитивно вплинуть на економіку, бізнес, суспільство та життєдіяльність країни в цілому.

Основними цілями цифрового розвитку є:

- прискорення економічного зростання та залучення інвестицій;
- трансформація секторів економіки в конкурентоспроможні та ефективні;
- технологічна та цифрова модернізація промисловості та створення високотехнологічних виробництв;
- доступність для громадян переваг та можливостей цифрового світу;
- реалізація людського ресурсу, розвиток цифрових індустрій та цифрового підприємництва.

Сектори економіки, що використовують цифрові технології, зростають швидше, дешевше та якісніше. Сфери життєдіяльності, зокрема освіта, медицина, транспорт, що модернізуються завдяки цифровим технологіям, стають набагато ефективніші та створюють нову цінність та якість.

Головною метою Концепції [2] є реалізація сценарію цифрового розвитку, як найбільш релевантного для України з точки зору викликів, потреб та можливостей та який передбачає:

- усунення законодавчих, інституційних, фіскальних та інших перешкод, які заважають розвитку цифрової економіки;

- впровадження стимулів та мотивацій для заохочення бізнесу та індустрій економіки в цілому до цифровізації;

- створення попиту та формування потреб серед громадян до цифровізації, насамперед через впровадження державою масштабних проектів цифрових трансформацій, зокрема на базі сучасних моделей державно-приватного партнерства;

- створення та розвиток цифрових інфраструктур як основи використання переваг цифрового світу у повсякденному житті та платформи для досягнення ефективності економіки взагалі;

- розвиток та поглиблення цифрових компетенцій громадян для забезпечення їх готовності до використання цифрових можливостей, а також подолання супутніх ризиків;

- розвиток цифрового підприємництва, створення відповідних (у тому числі аналогових) інфраструктур для підтримки та розвитку інноваційної діяльності, впровадження механізмів фондування, стимулювання та підтримки.

Мета впровадження стимулів та мотивацій проста: заохотити бізнес та громадян споживати та використовувати інформаційно-комунікаційні та цифрові технології, тобто зробити так, щоб технології в Україні були доступні, цифрові інфраструктури викликали бажання та мотивацію до них підключатися та ними користуватися, а бажання модернізувати, оптимізувати, масштабувати, прискорити та розвинути власний бізнес та життєдіяльність змогли реалізуватися та стати основою цифрової економіки.

Створення попиту та формування потреб передбачає реалізацію цілеспрямованої та інноваційної політики створення в різних сферах життєдіяльності таких умов (технологічного середовища, цифрових інфраструктур тощо), які спонукали б громадян та бізнес замість звичних аналогових (традиційних) засобів та інструментів використовувати саме цифрові як більш ефективніші, швидші, дешевші та якісніші.

## Література

1. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67[Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua>.

2. Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 3

## ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПІДПРИЄМСТВА

Євтушевська О.О., к.е.н., доцент

Безбожна К.В., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Основним джерелом фінансування підприємств є банківські кредити, інші види позик, облігації та акції. За рахунок емісії акцій підприємства збільшують власні фінансові ресурси, а на ринку позикового капіталу залучають кошти для тимчасового користування.

Характер зобов'язань значною мірою залежить від кредитного рейтингу позичальника, а отже, від його можливостей на ринку.

Так, корпорації з високим кредитним рейтингом (AAA) можуть залучати кошти під досить низьку фіксовану процентну ставку, емітувавши облігації з фіксованим купоном.

Корпорації з невисоким кредитним рейтингом не мають доступу до ринку облігацій і залучають кошти переважно на ринку кредитів. Причому в більшості випадків — це кредити під плаваючу процентну ставку.

У цілому підприємства з високим кредитним рейтингом залучають кошти на ринку капіталів під нижчі фіксовані чи плаваючі процентні ставки, ніж підприємства з невисоким кредитним рейтингом.

Корпорації з високим кредитним рейтингом залучають кошти як на внутрішньому, так і на зовнішньому фінансових ринках, віддаючи перевагу ринку, на якому вартість капіталу менша. Вітчизняні підприємницькі структури мають обмежені можливості щодо залучення коштів на міжнародному ринку. На національному ринку вони виступають переважно як позичальники на ринку короткострокових кредитів, а також у ролі емітентів векселів, не використовуючи з об'єктивних причин такі потужні джерела довгострокового фінансування, як довгострокові кредити та корпоративні облігації.

За рахунок середньо- та довгострокового фінансування підприємства здійснюють капітальні вкладення і частково фінансують оборотні активи. Основним джерелом фінансування оборотних активів виступають короткострокові банківські та комерційні кредити, комерційні цінні папери, векселі, інші короткострокові боргові зобов'язання підприємства.

Крім банківських кредитів та корпоративних облігацій специфічними джерелами фінансування виступають лізингове та факторингове кредитування. Підприємству також можуть здавати в оренду, надавати

безоплатно в тимчасове користування або в позику будинки, споруди, устаткування, транспортні засоби, інвентар, сировину та інші матеріальні цінності.

Усі наведені вище джерела фінансування формують борговий капітал підприємства, який разом з коштами, що перебувають у тимчасовому користуванні на безоплатній основі, становлять зобов'язання підприємства. Останні поділяють на довгострокові та поточні. [2,4]

До довгострокових зобов'язань належать середньо-та довгострокові кредити банків, облігації, емітовані підприємством, відстрочені податкові зобов'язання, інші довгострокові зобов'язання. [1,2,3,4]

Поточні зобов'язання включають короткострокові кредити банків, поточну заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями, короткострокові векселі та інші короткострокові боргові зобов'язання емітовані підприємством, комерційні кредити та кредиторську заборгованість за товари, роботи, послуги, поточну заборгованість за розрахунками з одержаних авансів, з бюджетом, з позабюджетних платежів, зі страхування, з оплати праці, з учасниками, інші поточні зобов'язання. [1,2,3,4]

У складі поточних зобов'язань підприємства частина коштів отримана на умовах позики (короткострокові банківські та комерційні кредити, боргові цінні папери, емітовані підприємством), а частина — на безоплатній основі (кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги, поточна заборгованість за розрахунками з одержаних авансів, з бюджетом, з позабюджетних платежів, з оплати праці, з учасниками тощо).

З одного боку, наявність таких коштів зменшує витрати на фінансування оборотних активів і є вигідною для підприємства, а з другого — свідчить про проблеми у фінансово-господарській діяльності підприємства, особливо якщо це заборгованість по сплаті податків чи внесків до позабюджетних фондів.

Структура зобов'язань підприємства відображує значною мірою як поточний фінансовий стан підприємства, так і стан ринку позикового капіталу. Тому при аналізі зобов'язань підприємства та оцінці його фінансового стану потрібно відокремлювати і виділяти позитивні та негативні чинники у формуванні ресурсів, які є наслідком діяльності підприємства та результатом управлінських рішень, а не обумовлені специфікою зовнішнього економічного середовища.

### Література

1. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність України" від 16.07. 99р. № 996-XIV. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 17.09.2021).

2. Бухгалтерський фінансовий облік. Підручник/за ред. Ф. Ф. Бутинця – 8-ме вид., доп. і перероб. - Житомир: ПП "Рута", 2009. -912 с.

3. План рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ та Порядок його застосування, затверджені Головним управлінням Державного казначейства України 10.12. 99 року № 114. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0890-99> (дата звернення: 17.09.2021).

4. Бухгалтерський облік: основи теорії та практики: Навчальний посібник/Партич Г.О.// Київ: Т-ва «Знання», «КОО», 2000. – 245 с.

## **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**Скляр Л.Б., к.е.н., доцент  
Добровольська О.Я., магістрант  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Організація внутрішнього аудиту передбачає встановлення мети (завдання) контролю; побудову організаційної структури контролю та її зв'язок з організаційною структурою управління підприємством в цілому; вибір головних параметрів, актуальних для діяльності підприємства; створення на підприємстві підрозділу з внутрішнього аудиту (там, де це доцільно), призначення працівників-контролерів або покладання обов'язків з контролю на співробітників; налагодження координації між суб'єктами контролю; регламентацію функцій служб (осіб) з контролю; розробку внутрішніх документів, які визначають проведення контролю на даному підприємстві; інформаційне забезпечення контролю; виконання контрольних заходів; технологію отримання даних; планування контролю; систему норм і нормативів, внутрішніх стандартів, внутрішньої звітності.

Процес організації внутрішнього аудиту передбачає цілеспрямоване створення, постійне впорядкування та вдосконалення системи контролю на підприємстві для її відповідності потребам і вимогам управління.

До основних цілей організації системи внутрішнього аудиту на підприємстві відносять:

- здійснення упорядкованої і ефективної діяльності підприємства;
- забезпечення своєчасного усунення відхилень та внесення коригувань з боку керівника;
- забезпечення ефективності дотримання розподілу відповідальності й повноважень кожного працівника підприємства;
- забезпечення належних умов зберігання майна підприємства;
- збір, передача, обробка інформації про стан об'єкта та інші.

Однією із проблем удосконалення внутрішнього аудиту з метою підвищення ефективності його функцій є використання на робочих місцях комп'ютерної техніки. Дані, отримані за допомогою комп'ютерів, дуже

оперативно та швидко можуть дати керівникам і спеціалістам цих підприємств, а також фахівцям їх структурних підрозділів необхідну інформацію про ті або інші об'єкти.

Доведено, що важливою проблемою є розробка сигнальної інформації для цілей контролю, яка є спеціальним документом, де фіксуються перевищення нормативів у використанні цінностей або непродуктивні втрати чи відхилення.

Удосконалення системи внутрішнього аудиту – це безперервний процес, який полягає в обґрунтуванні й реалізації найбільш раціональних форм, методів, способів і шляхів її створення та розвитку, а також в раціоналізації її окремих сторін. Можна визначити основні напрями вдосконалення внутрішнього аудиту (табл. 1).

Таблиця 1 Основні напрями вдосконалення системи внутрішнього аудиту

Напря́м	Завдання внутрішнього аудиту
1. Формування системи об'єктів, цілі, завдань і показників	1. Структуризація об'єктів внутрішньогосподарського контролю 2. Формулювання цілей і завдань контролю 3. Конкретизація цілей в економічних показниках
2. Розробка організаційних форм внутрішнього аудиту	1. Вибір форми внутрішнього аудиту 2. Визначення їх функцій 3. Формування органів внутрішньогосподарського контролю
3. Розробка положень, що регламентують діяльність служби внутрішнього аудиту	1. Визначення завдань служби 2. Визначення прав, обов'язків і відповідальності служби внутрішнього аудиту
4. Організація і методика контролю ефективності використання трудових ресурсів	1. Визначення цілі управління ефективністю використання трудових ресурсів 2. Розробка методик і процедур внутрішньогосподарського контролю використання трудових ресурсів
5. Організація й методика ефективності використання матеріальних ресурсів	1. Визначення цілі управління ефективністю використання матеріальних ресурсів 2. Розробка методик і процедур внутрішнього аудиту ефективності використання матеріальних ресурсів
6. Удосконалення бухгалтерського обліку витрат як інформаційної бази системи внутрішнього аудиту	1. Визначення цілі контролю за витратами виробництва. 2. Вибір найбільш оптимальних моделей управлінського обліку та їх використання в поєднанні з різними системами 3. Визначення об'єктів обліку витрат в інформаційній системі управління сільськогосподарським виробництвом 4. Розробка номенклатури статей витрат у системі управлінського обліку

	5. Раціоналізації первинного обліку витрат і випуску продукції 6. Організація та вдосконалення обліку витрат за центрами відповідальності
7. Удосконалення організації й методики контролю за використанням земельних і майнових паїв	1. Визначення об'єктів контролю 2. Формулювання цілей і завдань контролю земельних та майнових паїв 3. Розробка методик і процедур контролю за використанням земельних і майнових паїв.

З метою підвищення рівня організації й ефективності функціонування на підприємствах системи внутрішнього контролю, в тому числі внутрішнього аудиту, крім перелічених вимог можна запропонувати здійснення й дотримання других організаційних аспектів.

Контрольно-аудиторська діяльність. Служба внутрішнього аудиту буде достатньо ефективно діяти в оптимальній інтеграції з іншими службами підприємства, особливо з користувачами внутрішньої інформації. Основним джерелом інформації для внутрішнього аудиту є дані бухгалтерського обліку та інших видів обліку, а також дані прогнозування, планування й аналізу. Однак наукові дослідження і практичний досвід показують, що на бухгалтерську інформацію припадає 70–85% загального обсягу економічної інформації.

Для виконання одного з найважливіших завдань внутрішнього аудиту в сучасних умовах – ефективного впливу на управлінський процес – необхідне забезпечення персоналу контрольно - аналітичною інформацією у вигляді готового інформаційного ресурсу для прийняття науково обґрунтованих управлінських рішень. Це може бути передумовою для створення в системі внутрішнього аудиту підсистеми контрольно-аналітичної інформації (ПКАІ). Склад, структура та окремі підфункції, які здійснюються ПКАІ, можуть змінюватися залежно від конкретної специфіки діяльності підприємства, цілей і завдань її системи управління та вимог, які ставляться керівниками підприємства (власниками) перед цією структурою. ПКАІ може включати в себе систему збору оперативної інформації, систему аналізу й досліджень, систему внутрішньої звітності за різними видами діяльності підприємства і ефективності використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів підприємства. Вона передбачає також систему інтерпретації інформації, розробки проектних рішень і їх надання управлінському апарату для прийняття ефективних управлінських рішень і регулювання окремих процесів діяльності підприємства. Створення ПКАІ уможливорює раціоналізацію інформаційного забезпечення внутрішнього аудиту, його функціональні етапи перевірки і в цілому процес комунікації інформації в системі управління (рис. 1).

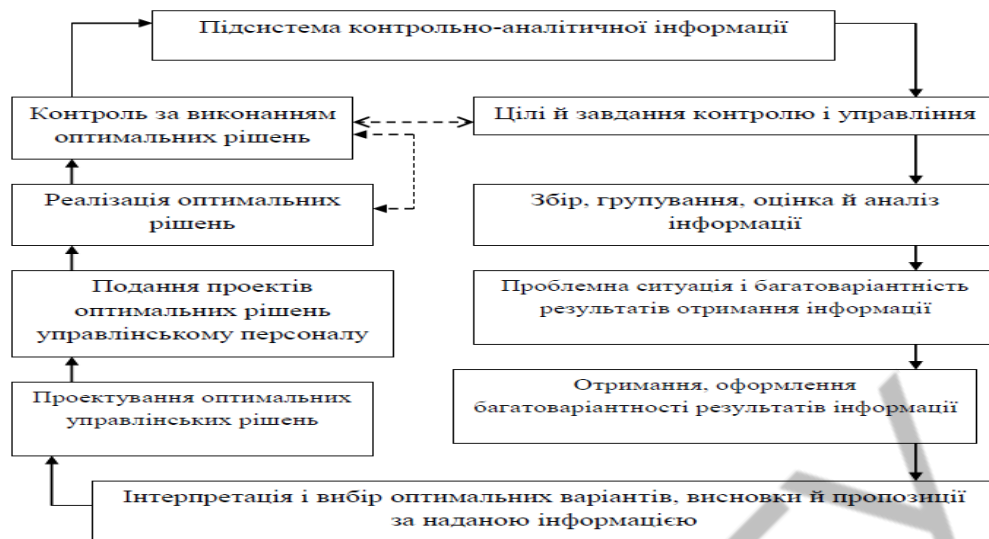


Рис. 1. - Схема процесу підсистеми контрольно-аналітичної інформації (ПКАІ) в системі управління

Обсяги й якість вичерпної доказової інформації мають суттєвий вплив на ефективність прийняття управлінських рішень. Тому необхідне проектування гнучких інформаційних систем і документування всієї контрольно-аналітичної інформації.

Як ефективний засіб при створенні ПКАІ можна використовувати експертні системи, які являють собою комп'ютерні програми, де б застосовувалися специфічні методи програмування. За їх допомогою можна вирішити такі завдання: інтерпретації; оцінка ситуації; прогнозування; надання інформації; контроль і спостереження; планування; забезпечення базою даних. Така концепція організації внутрішнього аудиту дасть змогу значно підвищити дієвість внутрішнього аудиту й ефективність системи управління підприємствами.

### Література

1. Гуцаленко Л. В. Сутність та функції внутрішнього аудиту на підприємствах України. Інноваційна економіка. 2011. № 21 (2)

2. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України №2258- VIII від 21.12.2017 р.: за станом на 01.07.2020 р. / Верховна Рада України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text> (дата звернення: 16.09.2021 р.)

3. Про аудиторську діяльність: Закон України № 3125-ХІІ від 22 квітня 1993 р.: за станом на 01.10.2018/Верховна Рада України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3125-12#Text> (дата звернення: 16.09.2021 р.)

4. Бондар В.П Система організації та регулювання аудиторської діяльності країн світу // Міжнародний збірник наукових праць. Випуск 2(11). 2008.

## **ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ ОПЕРАЦІЙ З ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ**

**Ткачук Г.О., д.е.н., доцент**

**Козаченко А.В., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Ринкова економіка України стимулює підприємства до впровадження нової техніки та технологій, в тому числі в галузі цифровізації, розширює можливості щодо використання новітніх фінансових інструментів та механізмів, проте на практиці виникає проблема щодо реальності їх застосування. Перш за все це обумовлено повною відсутністю або нестачею власних обігових коштів, низькою ліквідністю активів, застарілою матеріально-технічною базою, на утримання якої витрати перевищують наявні прибутки, та, звичайно, недосконалою законодавчою базою, що в тій чи іншій мірі регламентує діяльність підприємств.

Також актуальним вивчення проблемних питань обліково-аналітичної сфери щодо забезпечення збереження та ефективності використання активів. Якість, надійність, довговічність продукції залежать від якісного стану техніки й ефективного її використання. Оскільки ринкову систему господарювання неможливо уявити без вирішення питання підвищення ефективності використання основних фондів і виробничих потужностей, вважаємо тематику обліку основних засобів важливою та актуальною.

Основні засоби – один з найважливіших чинників будь-якого виробництва. Їх стан і раціональне використання сприяє поліпшенню всіх техніко-економічних показників, в тому числі збільшенню випуску продукції, зниженню її собівартості, трудомісткості виготовлення, а також прямо впливають на кінцеві результати господарської діяльності підприємств.

Правильна організація обліку основних засобів сприяє ефективному контролю за використанням машин, обладнання, виробничих площ та інших засобів праці. Однак в процесі поділу груп, за якими класифікуються основні засоби підприємства, та вибору методів їх амортизації виникають різні за своїм характером проблеми відображення в обліку. У зв'язку з цим, метою даного дослідження є визначення типових для підприємства проблем з обліку основних засобів та пошуку шляхів їх вирішення.

Питання вдосконалення обліку основних засобів розглядалось багатьма відомими вченими та практиками в галузі бухгалтерського обліку. Особливо

слід виділити роботи таких провідних економістів, як Г.В. Власюка [5], О.І. Зиміної, В.А. Замлинського [6], О.Г. Лищенко, Т.С. Муриної [7], А.П. Панасенка, Н.В. Потриваєвої [8], І.В. Петрової, Ю.О. Шуліки та інших. Незважаючи на дослідження даного питання, кожне підприємство має свої особливості і потребує конкретних заходів щодо вдосконалення обліку основних засобів. А питання щодо проблем нарахування амортизації на основні засоби знайшли відображення у роботах Мурашко О., Орлова П., Онишка Д., Орлова С. та інших.

Ефективна організація обліку ґрунтується на нормативно-правових актах держави та вміло сформованій облікової політики, яка затверджується Наказом по підприємству. Облікова політика розробляється індивідуально кожним підприємством і повинна забезпечувати надійність та достовірність їх фінансової інформаційної системи.

На сьогодні існує проблема того, що на підприємствах або зовсім не формується облікова політика, або має суттєві недоліки, такі як: наказ про облікову політику складається формально, тобто елементи наказу не обговорюються і нічим не обґрунтовані; більшість підприємств встановили свою облікову політику ще з набранням чинності закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», і, не зважаючи на затвердження нових П(С)БО, до Наказів не вносилися зміни і доповнення; Накази не мають визначеної структури, не висвітлені або не в повному обсязі питання щодо організаційно-технічних аспектів обліку, а саме: не наводиться графік документообігу; перелік первинних документів і реєстрів бухгалтерського обліку, порядок проведення інвентаризації, котрий застосовується на підприємстві.

На наш погляд, облікова політика повинна розкривати усі методологічні принципи та прийоми, які використовує підприємство для обліку і відображення у фінансовій звітності основних засобів. Тому, формуючи облікову політику щодо обліку основних засобів, необхідно висвітлити такі питання як: одиниця обліку необоротних активів; організація класифікації основних засобів ліквідаційна вартість; методи амортизації, які застосовуються; вартісна межа для віднесення об'єктів до складу основних засобів та до складу малоцінних необоротних матеріальних активів; порядок переоцінки (визначення порога суттєвості); первинні документи і графік документообігу; порядок проведення інвентаризації. Адже, вдало обрана облікова політика позитивно впливає на діяльність підприємства в цілому, забезпечуючи ефективну роботу бухгалтерії.

Найактуальнішим питанням обліку основних засобів є їх класифікація. У Податковому Кодексі України зазначено 16 груп основних засобів, назва яких збігається з субрахунками бухгалтерського обліку та практично повторює їх класифікацію в П(С)БО 7 [2]. Наведена класифікація має певні

відмінності, зокрема відсутня окрема група під назвою „Інші необоротні матеріальні активи”, яка б відповідала даним субрахунку 117 „Інші необоротні матеріальні активи”. Виходячи з логіки, ці активи мають відноситися до групи 9 „Інші основні засоби”. Одночасно до класифікації введена група 16 „Довгострокові біологічні активи”, яка відповідає даним синтетичного рахунку 16 „Довгострокові біологічні активи” в бухгалтерському обліку. Така систематизація максимально зблизила бухгалтерський і податковий облік та полегшила роботу бухгалтера.

Відповідно до груп основних засобів у Податковому Кодексі України [1], встановлено мінімально допустимі строки корисного використання об'єктів для нарахування амортизації та водночас в бухгалтерському обліку підприємець має право самостійно встановлювати термін корисного використання враховуючи очікувані економічні вигоди, які він зможе отримати від експлуатації об'єкта основних засобів. Отже існує проблема розбіжностей між податковим обліком та бухгалтерським. Та як показує практика господарювання, більшість підприємств, для того щоб вирішити цю проблему в обліковій політиці дотримуються термінів, передбачених Податковим Кодексом

Інша проблема у визначенні поняття «ліквідаційної вартості», якої в Податковому кодексі немає. Звідси випливає, що підприємство при встановленні терміну корисного використання об'єкту ліквідаційну вартість частіше за все приймає за нуль або 1 грн. На нашу думку коректніше було б за ліквідаційну вартість приймати законодавчо визначений відсоток від балансової вартості об'єкта.

Також існує проблема при безсистемному впровадженні електронного документообігу на підприємствах, як правило, відбувається перенесення вже діючих на підприємстві технологій документообігу, але з використанням комп'ютерної техніки. А тому будь-які недоліки, що існували в процесі документообігу до початку впровадження бухгалтерської комп'ютерної програми, можуть проявити свою дію і в електронному документообігу, це призводить до постійних збоїв у роботі бухгалтерської комп'ютерної системи, що може мати непередбачені наслідки. Існує проблема відповідності реквізитів електронного документа прийнятим стандартам. Електронний документ має юридичну силу лише за наявності обов'язкових реквізитів, наявність яких є підставою для обліку такого документа. У Законі України „Про електронні документи та електронний документообіг”[4] зазначається, що „оригіналом електронного документа вважається електронний примірник документа з обов'язковими реквізитами, у тому числі з електронним цифровим підписом автора” . Проте переліку таких реквізитів, крім електронного підпису не наведено. Якщо ж спиратися на положення Закону України „Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні” [3]

, то там надається лише короткий перелік загальних реквізитів, що є достатніми лише для паперових документів.

Проблема не врахування морального зносу при визначенні терміну корисного використання основного засобу. Очікуваний період часу, протягом якого необоротні активи будуть використовуватися підприємством є строком корисного використання основного засобу, що амортизується, але при цьому розглядається фізичний знос об'єкта основних засобів і практично не враховується моральний знос основного засобу, що призводить до зниження ефективності використання наявних ресурсів і відповідно, втрати господарюючим суб'єктом прибутку.

Отже необхідно удосконалювати теоретичні і практичні засади організації обліку основних засобів у напрямі розширення її управлінських можливостей. Напрямами удосконалення організації обліку основних засобів є раціоналізація як кожної форми документів і реєстрів обліку, так і методів, і способів збирання, обробки і узагальнення облікової інформації, адаптованих до сучасних умов. Особливу увагу, на наш погляд слід звернути на:

1) удосконалення діючих норм законодавства щодо класифікації основних засобів, вибору методів нарахування амортизації та оцінки;

2) обов'язковому формуванню на підприємстві облікової політики основних засобів;

3) введенню та подальшому удосконаленню системи електронного документообігу в системі бухгалтерського обліку сучасних підприємств.

Більшість проблем з електронним документообігом у обліку основних засобів можливо вирішити на рівні самого підприємства за рахунок правильного впровадження та використання електронного документообігу, а саме: навчання облікового персоналу, використання потужнішого устаткування та удосконаленого програмного і технічного забезпечення тощо. Проте проблему юридичного підтвердження електронних облікових документів можна розв'язати лише за наявності відповідної законодавчої бази вже на державному рівні. А тому є необхідність в розробці чіткого переліку рекомендацій щодо юридичного підтвердження електронних документів з метою їх подальшого впровадження на законодавчому рівні.

### Література

1. Податковий кодекс України: від 2 грудня 2010 року № 2755-VI. Інтернет-ресурс.: URL://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17 (дата звернення: 02.10.21).

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» затверджений наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000р. № 92 із змінами і доповненнями. Інтернет-ресурс.: URL://zakon.rada.gov.ua. (дата звернення: 02.10.21).

3. Закон України „Про бухгалтерський облік і фінансову звітність” від 16.07.1999 р. Інтернет-ресурс.: URL://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14 (дата звернення: 02.10.21)

4. Закон України „Про електронні документи та електронний документообіг” від 6.10.1998 р.: Офіц. текст прийнятий Верховною Радою України 6 жовтня 1998 р. зі зм. та доп. станом на 1 вересня 2003 р.. Інтернет-ресурс.: URL://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15 (дата звернення: 02.10.21)

5. Власюк Г.В., Шляхи вдосконалення обліку основних засобів / Г.В. Власюк, О.І. Зиміна // Держава та регіони. 2008. №4. С. 32-36.

6. Замлинський В.А. Облік основних засобів: переосмислення принципів та завдань / В.А. Замлинський // Облік і фінанси АПК 2010. № 1. С. 18-23

7. Муріна Т.С. Шляхи ефективності використання основних засобів на промисловому підприємстві / Т.С. Муріна // Держава та регіони. 2009. №6. С.387-390.

8. Потриваєва Н.В. Нормативно-правові особливості та проблемні аспекти обліку основних засобів / Н.В. Потриваєва // Вісник аграрної науки Причорномор'я. Вип. 1. 2015. С. 49-57.

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Євтушевська О.О., к.е.н., доцент**

**Горбатюк І.С., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Готова продукція – це речовинна продукція, виконані роботи і надані послуги. Виконання робіт (надання послуг) полягає у здійсненні закінчених технологічних операцій, в яких сам процес виконання роботи (надання послуг) є основним результатом діяльності.

Готова продукція відноситься до складу запасів. Методологічні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про готову продукцію визначаються П(С)БО 9 "Запаси", П(С)БО 16 "Витрати" та Методичні рекомендації № 2 з бухгалтерського обліку запасів [1,2,3].

Відповідно до П(С)БО 9 "Запаси", готова продукція визначається як та продукція, що виготовлена на підприємстві, в установі, призначена для продажу і відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором або іншим нормативно-правовим актом.

Згідно з Методичними рекомендаціями готова продукція — виготовлена на підприємстві, призначена для продажу і відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором, встановленим стандартам або технічним умовам тощо.

При організації обліку готової продукції основним є визначення її характеру (рис. 1).

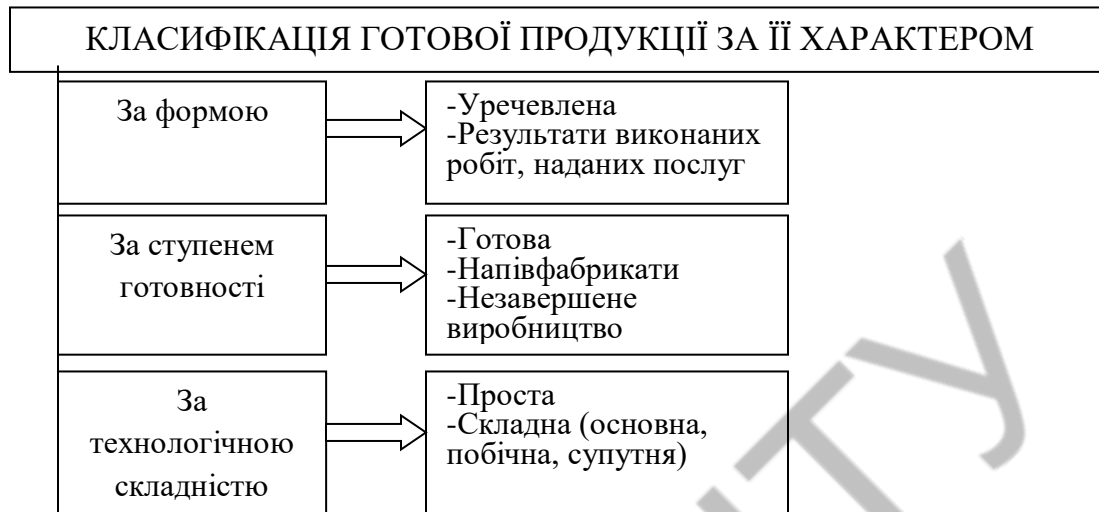


Рис. 1. Класифікація готової продукції за її характером

Облік готової продукції повинен забезпечити контроль за виконанням завдань по випуску продукції згідно з договірним асортиментом на всіх стадіях її руху; зберігання готової продукції за обсягом, асортиментом та якістю; своєчасну випуску документів на відвантаження; використання фінансових і матеріальних ресурсів за допомогою складання планових і фактичних калькуляцій собівартості продукції. Аналітичний облік готової продукції на підприємствах ведеться за місцями її зберігання та окремими видами у натуральних, умовно-натуральних і вартісних показниках. Для синтетичного обліку готової продукції призначено активний рахунок 26 «Готова продукція». Цей рахунок призначений для узагальнення інформації про наявність та рух продукції, виготовленої підприємством.

За дебетом 26 рахунка відображають:

— надходження готової продукції власного виробництва за фактичною виробничою собівартістю або за нормативною вартістю (оцінку продукції за нормативними затратами коригують за вимогами п. 21 П(С)БО 9 до фактичної виробничої собівартості);

— повернення покупцями;

— оприбуткування надлишків, виявлених у результаті інвентаризації;

— дооцінку (у межах попередньої уцінки).

На відміну від інших видів запасів, готову продукцію не можна придбати за грошові кошти або в обмін на інші активи, отримати як вклад до статутного капіталу або безоплатно.

Первісною вартістю запасів, що виготовляються власними силами підприємства, відповідно до п. 10 П(С)БО 9 визнають їхню виробничу собівартість. Визначають її відповідно до П(С)БО 16.

За нормами п. 11 П(С)БО 16 виробнича собівартість продукції включає:

- прямі матеріальні витрати;
- прямі витрати на оплату праці;
- інші прямі витрати;
- змінні загальновиробничі витрати;
- постійні розподілені загальновиробничі витрати.

Згідно з п. 11 П(С)БО 16 "Витрати" собівартість реалізованої продукції складається з:

- виробничої собівартості продукції, яка була реалізована протягом звітного періоду;
- нерозподілених постійних загальновиробничих витрат;
- наднормативних виробничих витрат.

За кредитом рахунка 26 «Готова продукція» показують списання фактичної виробничої собівартості готової продукції при:

- продажу готової продукції за грошові кошти;
- обміні в межах бартерних (товарообмінних) операцій на інші види необоротних та оборотних активів;
- безоплатній передачі (в рекламних або благодійних цілях);
- списанні внаслідок нестач, розкрадань, надзвичайних подій тощо;
- переведенні до складу запасів іншого виду (наприклад, відпуск як комплектуючого виробу для виробництва іншого виду продукції);
- уцінці до чистої вартості реалізації відповідно до п. 24 — 27 П(С)БО 9.

Для узагальнення інформації про витрати на виробництво продукції відповідно до Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій призначено рахунок 23 "Виробництво". Прямі матеріальні, трудові та інші прямі витрати, а також розподілені загальновиробничі витрати відображаються за Дт рахунку 23. За Кт рахунку 23 відображається, зокрема, вартість фактичної виробничої собівартості завершеної виробництвом готової продукції, яка списується у Дт рахунку 26 "Готова продукція"

Отже, основні норми регулювання обліку готової продукції стосуються її визначення, правильного формування, відображення на рахунках обліку, оформлення відповідними первинними документами, формування прибутку або збитку від її збуту.

## Література

1. Запаси: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 від 20.10.1999 р. №246 за станом на 03.11.2020 р. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99> (дата звернення: 17.09.2021).
2. Витрати: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 від 31.12.1999 р. № 318 за станом на 03.11.2020 р. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>. (дата звернення: 17.09.2021).
3. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів в редакції на 14.01.2020р. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0002201-07> (дата звернення: 17.09.2021).

## ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ І АНАЛІЗУ РЕЗУЛЬТАТІВ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Скляр Л.Б., к.е.н., доцент

Кризька Т.П., бакалавр

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Узагальнюючим фінансовим результатом діяльності підприємства є прибуток, отримання якого є метою будь-якої підприємницької діяльності. Збільшення прибутку підприємства означає примноження його фінансових ресурсів та зростання фінансових результатів. І, навпаки, отримання підприємством збитку означає втрату його фінансових ресурсів.

Від розміру прибутку підприємства залежить формування власного капіталу підприємства, його розмір, можливість погашення зобов'язань перед контрагентами та бюджетом, встановлення рівня заробітної плати адміністрації, а також фінансовий стан підприємства. Саме тому правильність визначення розміру фінансового результату (прибутку чи збитку), надання інформації про фінансовий результат підприємства для цілей фінансової звітності та правильність і своєчасність сплати податку на прибуток є важливим завданням бухгалтерського (фінансового) обліку.

Достовірність відображених даних у фінансовій звітності, відповідність ведення обліку фінансових результатів вимогам П(с)БО можна підтвердити за допомогою аудиту. Фактори, що вплинули на зростання або зменшення суми прибутку, причини виникнення збитку можна виявити, здійснивши аналіз фінансових результатів.

Аудит результатів фінансового-господарської діяльності підприємства є не тільки однією з найважливіших процедур, але й найбільш трудомісткою, оскільки потребує багато зусиль та глибоких знань аудитора. Аудит фінансових результатів слід розпочинати з перевірки фінансової звітності, а саме: форми № 2 – Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний

дохід) – для підтвердження правильності та достовірності показників, що були відображені в даній звітності. Оскільки єдиної методики проведення аудиту фінансових результатів для різних галузей економіки не існує, аудитор повинен розробляти її окремо для кожного підприємства, беручи до уваги вид його діяльності, особливості виробництва та управління, галузь, в якому підприємство здійснює свою діяльність тощо.

Умовно процес перевірки фінансових результатів можна поділити на наступні етапи:

- попереднє дослідження форми № 2 фінансової звітності – Звіту про фінансові результати;

- перевірка доходів періоду, які використовувалися для визначення фінансового результату;

- перевірка витрат, що були витрат понесені для отримання цих доходів;

- перевірка правильності визначення фінансових результатів періоду.

Попереднє дослідження Звіту про фінансові результати здійснюється з метою підтвердження правильності його складання та достовірності вказаних у ньому показників або виявлення відхилень, помилок. Так для цього аудитор порівнює дані, що відображені в Звіті з даними Головної книги, Оборотної відомості за синтетичними рахунками, обліковими регістрами за рахунком 79 «Фінансові результати», рахунками доходів (7 клас – 70, 71, 72, 73, 74) та витрат (9 клас – 90, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98).

Під час даної процедури аудитор використовує наступні прийоми документальної перевірки: арифметична перевірка (для перерахунку результатів підсумків); взаємний контроль (для порівняння одних і тих же сум у різних документах). Якщо в ході перевірки Звіту про фінансові результати було виявлено перекручення, аудитор здійснює відповідні записи в своїх робочих документах.

Перевірку доходів можна поділити на декілька під етапів, що передбачає розподіл даної перевірки за видами доходів: аудит доходів від реалізації, аудит інших операційних доходів, аудит фінансових доходів та інших доходів. Перед початком перевірки доходів від реалізації аудитор необхідно з'ясувати галузеві особливості підприємства, що перевіряє, а також ознайомитися з таким внутрішнім документом підприємства як Наказ про облік політику підприємства. Під час аудиту доходів доцільно перевірити правильність документального оформлення всіх операцій, що пов'язані з виникненням доходів, відсутність підробок у документах, встановлення реальності документу, реквізитів і записів, які містяться в ньому (зазвичай залучається експерт). Також аудитор приділяє увагу перевірці правильності відображення податкового зобов'язання з ПДВ. Окремо аудитор необхідно перевірити доходи, що отримані не від основної

операційної діяльності, тобто дохід від оренди основних засобів, дохід від операцій з іноземною валютою, фінансовий дохід тощо.

Під час аудиту витрат необхідно звернути увагу на такі моменти:

- перевірити правильність списання прямих витрат та загальновиробничих витрат та формування собівартості. При цьому аудитор повинен розуміти, що формування собівартості залежить від того, чим підприємство займається – виробництвом готової продукції (промисловість), торгівлею (роздрібною чи оптовою) або виконанням робіт (наданням послуг);

- перевірити правильність відображення адміністративних витрат та витрат на збут, що не включаються до виробничої собівартості, а зменшують фінансовий результат (рахунок 79). При цьому аудитор повинен застосовувати П(с)БО 16 «Витрати»;

- перевірити правильність відображення інших операційних витрат за рахунком 94 «Інші операційні витрати діяльності» загалом, а також у розрізі субрахунків;

- перевірити відображення в обліку фінансових витрат, втрат від участі в капіталі та інших витрат.

Як і при здійсненні аудиту доходів, для перевірки витрат підприємства, аудитору необхідно звірити дані в фінансовій звітності з даними в облікових регістрах та первинних документах, перевірити наявність документального оформлення кожної операції, пов'язаної з виникненням витрат. Так після перевірки доходів і витрат підприємства аудитор переходить до перевірки правильності визначення та відображення фінансового результату. У разі відображення підприємством у звітному періоді отриманого прибутку аудитору необхідно перевірити правильність нарахування та своєчасність сплати податку на прибуток підприємства.

Після проведення аудиту фінансових результатів аудитор може виявити такі типові порушення:

- неправильне відображення в обліку операцій щодо доходів і витрат, які призвели до виникнення фінансового результату;

- неправильне списання доходів і витрат на фінансові результати або здійснення арифметичний помилок при їх списанні;

- непідтверджене завищення суми витрат для зменшення суми прибутку;

- відображення неправильної суми прибутку чи збитку у фінансовій звітності;

- неправильний розрахунок суми податку на прибуток підприємства та несвоєчасна сплата податку;

- неправильне визначення звітного періоду при визначенні фінансових результатів.

На основі показників форми № 2 фінансової звітності «Звіт про фінансові результати» можна здійснити аналіз фінансових результатів, їх динаміки, структури та відносних показників – рентабельності.

Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства здійснюється за двома напрямками:

– дослідження змін кожного показника за поточний аналізований період (горизонтальний аналіз);

– дослідження структури відповідних показників та їх змін (вертикальний аналіз).

Показники звітного періоду порівнюються з планом та минулими періодами та визначають абсолютні та відносні відхилення (горизонтальний аналіз). Важливим для загальної оцінки діяльності суб'єкта господарювання є аналіз динаміки доходів і витрат підприємства, оскільки вони мають безпосередній вплив на фінансовий результат підприємства. Для оцінки структури доходів і витрат підприємства їх розподіляють за видами та визначають частку (відсоток) кожного з видів у загальній сумі доходів та витрат відповідно.

Аналіз показників рентабельності є необхідною умовою для характеристики складових формування прибутку і доходів підприємства, оскільки вони являють собою співвідношення наявних та використаних ресурсів і показують реальний кінцевий результат діяльності суб'єкта господарювання.

Наступним етапом аналізу фінансових результатів є розрахунок показників рентабельності: рентабельність виробництва продукції, рентабельність продаж, рентабельність операційної діяльності (операційних витрат), рентабельність власного капіталу, загальна рентабельність (рентабельність активів).

Отже аудит фінансових результатів виконує важливу роль у підтвердженні достовірності в усіх суттєвих аспектах та відповідності законодавству України інформації, що буде надана внутрішнім та зовнішнім користувачам для прийняття рішень. Здійснення аналізу фінансових результатів дає можливість своєчасно виявити резерви зниження собівартості, що у свою чергу сприятиме збільшенню прибутку та зростанню ефективності діяльності підприємств.

### Література

1. Кулик Р.Р. Оцінювання фінансового стану суб'єктів господарювання: доцільність залучення аудиторських фірм // Наукові записки Національного університету "Острозька академія". – 2011. – №16. – С. 168-174.

2. Давидов Г.М. Аудит: навч. посібн. / Г.М. Давидов. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – К. : Вид-во "Знання", КОО, 2001. – 363 с.

3. Хом'як Р.Л., Цюцяк І. Л., Цюцяк А.Л. Організація та методика аудиту фінансової звітності суб'єктів господарювання // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2008. – №263. – С. 259-265

## ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ РІЗНИХ КРАЇН

Євтушевська О.О., к.е.н., доцент

Ковальова В.О., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Власний капітал є одним із найістотніших і найважливіших показників, оскільки виконує функції джерела довгострокового фінансування, забезпечення кредитоспроможності підприємства, джерела фінансування ризику, забезпечення самостійності та влади організаторів бізнесу.

Мобілізований засновниками підприємства з різних джерел капітал, який належить їм на правах власності і яким вони наділяють підприємство (на правах власності або господарського відання) як юридичну особу, стає власним капіталом суб'єкта господарювання.

Згідно з НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» власний капітал – це різниця між активами і зобов'язаннями підприємства. Він включає такі структурні елементи:

- зареєстрований (пайовий) капітал;
- капітал у дооцінках;
- додатковий капітал;
- резервний капітал;
- нерозподілений прибуток (непокритий збиток);
- вилучений капітал;
- неоплачений капітал [4].

Характеристика кожного із елементів власного капіталу наведена у таблиці 1.

**Таблиця 1 - Характеристика структурних елементів власного капіталу підприємства**

№	Елемент власного капіталу	Характеристика
1	Зареєстрований (пайовий) капітал	характеризує розміри та фінансовий стан підприємства, відображається в сумі, що зареєстрована в установчих документах як сукупність внесків засновників підприємства для забезпечення його діяльності. Зареєстрований (пайовий) капітал не повинен змінюватися у процесі господарської діяльності, а його зменшення чи збільшення можливе лише після внесення

		змін до установчих документів та перереєстрації статуту підприємства.
2	Капітал у дооцінках	сума дооцінки необоротних активів і фінансових інструментів. Джерелами формування капіталу в дооцінках є обов'язкові та додаткові внески членів спілок у грошовій чи майновій формі.
3	Додатковий капітал	капітал, що внесений засновниками понад суму статутного капіталу, а також капітал, накопичений внаслідок здійснення операцій щодо дооцінки необоротних активів і фінансових інструментів, одержання необоротних активів на безоплатній основі та інших видів додаткового капіталу.
4	Резервний капітал	формується у розмірі, встановленому установчими документами, проте не менш як 15 % статутного капіталу, на випадок припинення діяльності підприємства для виконання зобов'язань перед кредиторами. Він не підлягає використанню чи розподілу в разі звичайної діяльності підприємства. Розмір щорічних відрахувань не може бути меншим як 5 % суми чистого прибутку.
5	Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	частина прибутку, реінвестована в підприємство, що може бути спрямована на збільшення резервного чи зареєстрованого (пайового) капіталу або залишитись нерозподіленою, збільшує власний капітал підприємства і називається нерозподіленим прибутком. Якщо в результаті діяльності підприємство зазнало збитків власний капітал зменшується на суму непокритого збитку.
6	Вилучений капітал	фактична собівартість акцій власної емісії або часток, викуплених товариством у його учасників.
7	Неоплачений капітал	сума заборгованості власників (учасників) за внесками до статутного капіталу.

*Джерело: розроблено авторами на основі [2, 3]*

До власного капіталу прирівнюється забезпечення таких витрат і платежів, які створюються за рахунок коштів підприємства і служать гарантією покриття деяких його витрат:

- забезпечення виплат персоналу (створення резерву);
- інші забезпечення (гарантійний ремонт тощо);
- цільове фінансування.

В цілях євроінтеграції та покращення співпраці із зарубіжними країнами, необхідно на державному рівні здійснити перехід до Міжнародних стандартів фінансової звітності та проводити гармонізацію національних стандартів, що полегшить роботу бухгалтерів підприємств і зробить фінансову звітність вітчизняних підприємств зрозумілішою та, відповідно, збільшить можливість залучення закордонних інвестицій.

В умовах трансформації ринкових процесів в економіці України все більш актуальним стає використання досвіду зарубіжних країн, зокрема і в обліку власного капіталу підприємства.

У міжнародній практиці структура власного капіталу не є стандартною і може містити різні елементи. Це визначається національними стандартами кожної держави і, зокрема, залежить від політики її розвитку та особливостей обліку. Склад власного капіталу в розрізі країн детальніше розглянуто у таблиці 2.

**Таблиця 2 - Особливості складу власного капіталу різних країн**

№	Країна	Структура власного капіталу
1	Сполучені Штати Америки	Власний капітал формується з внесеного (сплаченого) капіталу, нерозподіленого доходу (накопиченої суми доходу за вирахуванням усіх збитків та дивідендів, виплачених акціонерам), акціонерного капіталу (суми інвестицій акціонерів і нерозподіленого доходу).
2	Великобританія	Власний капітал підприємств складається з акціонерного капіталу за звичайними акціями, резервів та довгострокової заборгованості.
3	Франція	Власний капітал включає початковий внесок до акціонерного капіталу, що є постійною заборгованістю за відношенням до власника, фінансовий результат та резерви.
4	Німеччина	До складових власного капіталу відносять статутний капітал, резервний капітал, передбачений прибуток (збиток) на наступний рік, річний надлишок (річний збиток).
5	Польща	Власний капітал формується зі статутного капіталу, неоплаченого капіталу, додаткового капіталу, резервів на переоцінку активів, іншого резервного капіталу, нерозподіленого прибутку, чистого прибутку або збитку фінансового року.
6	Португалія, Туреччина, Фінляндія	Ці країни мають однакові складові власного капіталу: статутний капітал, додатковий капітал, нерозподілений прибуток (збиток), інший резервний капітал.
7	Молдова, Естонія і Росія	В цих країнах складові власного капіталу майже подібні й відповідають вітчизняним.

*Джерело: розроблено авторами на основі [1, 2]*

Бачимо, що у більшості зарубіжних країн до складових власного капіталу відносять статутний (акціонерний) капітал, резервний капітал, нерозподілені прибутки. Окрім того, при визначенні елементів власного капіталу у міжнародній практиці також можуть враховуватися рішення власників про створення різних фондів джерел (додаткового капіталу), напрямів розподілу прибутку, операцій із власними акціями.

Отже, власний капітал є одним з найістотніших та найважливіших елементів підприємства, оскільки є основою та гарантією організації бізнесу різних форм власності та організаційно-правових форм. Він є базою створення та розвитку підприємства. Для покращення бухгалтерського обліку загалом та обліку власного капіталу зокрема необхідно здійснювати перетворення не лише на рівні суб'єкта господарювання, а й на державному рівні переходити до Міжнародних стандартів фінансової звітності та проводити гармонізацію національних стандартів, врахувавши те, що МСБО 1 передбачає розкриття набагато ширшого кола інформації, ніж це передбачено вимогами НП(С)БО 1.

### Література

1. Бутинець Ф.Ф., Горецька Л.Л. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах. Житомир: ПП «Рута», 2004. 544 с.
2. Бутинець Ю.Ф. Власний капітал в зарубіжних країнах: порівняльний аспект / Ю.Ф. Бутинець // Вісник ЖІТІ. Економічні науки. – 2002. – № 22. – С. 44-52.
3. Волкова І. А. Фінансовий облік – 2: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр учбової літератури, 2009. 224 с.
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1. «Загальні вимоги до фінансової звітності» : URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13> (дата звернення: 21.09.2021).
5. Садовська І.Б., Божидарнік Т. В., Нагірська К. Є. Бухгалтерський облік : навч. посібник. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 688 с.

## РОЛЬ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Скляр Л.Б., к.е.н., доцент

Малик Т.П., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Управління підприємством представляє собою складний процес, який супроводжується різними інформаційними потоками даних ґрунтуючись на оперативній і достовірній інформації, що знаходить відображення в звітності. Звітність виступає джерелом контролю стану досліджуваного об'єкта в частині кінцевих результатів, що визначають ступінь досягнення мети, та в залежності від зацікавленості в інформації, щодо діяльності підприємства і потреб користувачів, може бути наведена різними видами.

Виходячи з інформаційних запитів внутрішніх та зовнішніх користувачів виділяють фінансову, внутрішньогосподарську (управлінську), податкову та статистичну звітність. Центральне місце в системі зовнішнього інформаційного забезпечення належить фінансовій звітності, показники якої

характеризують фінансовий стан, умови господарської діяльності та ефективність використання вкладеного власником капіталу. Фінансова звітність забезпечує інформаційні запити користувачів стосовно придбання, володіння та продажу цінними паперами, оцінки якості управлінської діяльності, визначення здатності суб'єкта господарювання вчасно виконувати свої зобов'язання, розрахунку суми дивідендів, які підлягають розподілу між учасниками, регулювання діяльності підприємства та інших рішень.

Показники фінансового обліку підприємства складають основу інформаційної бази фінансового менеджменту, на підставі якої здійснюється аналіз, прогнозування, планування і прийняття оперативних рішень з усіх напрямків фінансової діяльності. До цієї групи показників відносять показники існуючих форм звітності. Призначення кожної з форм фінансової звітності подамо у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1 - Призначення форм фінансової звітності підприємств

Форма звітності	Призначення
Форма № 1 «Баланс»(звіт про фінансовий стан)	Звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов'язання та власний капітал
Форма № 2 «Звіт про фінансові результати»(звіт про сукупний дохід)	Звіт про доходи, витрати і фінансові результати діяльності підприємства за звітний період
Форма № 3 „Звіт про рух грошових коштів”	Звіт, який відображає надходження і видаток грошових коштів у результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства у звітному періоді
Форма № 4 „Звіт про власний капітал”	Звіт, який відображає зміни у складі власного капіталу підприємства протягом звітного періоду
Форма № 5 „Примітки до річної фінансової звітності”	Сукупність показників і пояснень, яка забезпечує деталізацію і обґрунтованість статей фінансових звітів, а також інша інформація, розкриття якої передбачено відповідними положеннями (стандартами)

У відповідності до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», метою складання фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух коштів.

Вимога повноти звітності означає повне висвітлення всіх напрямів діяльності підприємства. Проте звітність має містити тільки корисну інформацію, без зайвої деталізації. Зайва деталізація ускладнює складання звітності й аналіз її показників, використання в управлінні.

На підставі проведеного дослідження інформаційних потоків, функцій управління та запитів користувачів на необхідну інформацію можна зробити

висновок, що економічна інформація і, зокрема, звітність, відіграє важливу роль в управлінні підприємством (рис 1).



Рис 1 - Роль звітності в управлінні підприємством

Моніторинг – одна із головних складових управління, що забезпечує безперервне спостереження та аналіз діяльності суб'єктів господарювання з відстеженням динаміки змін. Звітність підприємства дає змогу оцінити та прогнозувати ефективність відтворення капіталу. Вона забезпечує механізм управління необхідною інформацією для здійснення оперативного моніторингу процесів використання та поновлення обсягів капіталу підприємства. Звітність дає можливість оцінити діяльність підприємства, тобто визначати та аналізувати якісні та кількісні характеристики, а також забезпечує процес управління ними. На підставі інформації, що міститься у звітності підприємства, приймаються управлінські рішення щодо виявлення, ідентифікації, оцінювання та нейтралізації фінансових ризиків під час здійснення операційної, інвестиційної та фінансової діяльності суб'єкта господарювання.

Для гнучкого реагування на зміни в конкурентному середовищі і отримання конкурентних переваг на довгострокову перспективу необхідне відповідне інформаційне забезпечення. Звітність надає необхідну інформацію для ефективного управління конкурентним потенціалом підприємства, ухвалення обґрунтованих ефективних рішень, що забезпечують оптимальний конкурентний потенціал, відповідну та адекватну конкурентну поведінку і отримання довгострокових сталих конкурентних переваг.

Для ефективного функціонування і забезпечення конкурентоспроможності підприємства необхідно якісно розвивати матеріально-технічні, структурно-функціональні, соціально-трудова та інші елементи виробничого потенціалу. В системі звітності формується необхідна інформація для ефективного управління щодо збереження та відтворення зазначених ресурсів суб'єкта господарювання. Через звітність формується комунікативна мережа зв'язків між власниками, менеджерами, співробітниками підприємства, в результаті чого досягається координація і узгодження діяльності для досягнення загальних цілей організації.

У процесі управління висуваються цілком визначені вимоги до якості інформації, що міститься у звітності. До головних властивостей інформації, завдяки яким звітність підприємств стає корисною для її споживачів, відносять зміст, форму та час. Якісні атрибути, що визначають форму подачі звітної інформації, обумовлюють зовнішній вид, структуру оформлення звітів підприємств. Такими характеристиками інформації є дохідливість, зіставність, систематизованість.

Дохідливість звітної інформації означає представлення її для розуміння користувачам у ясній формі за умови, що користувачі володіють достатніми знаннями та зацікавлені у сприйнятті такої інформації. Зіставність інформації передбачає можливість порівняння наявної інформації з однорідною інформацією за різні періоди, за окремими підрозділами підприємства, порівнюваність між організаціями, зіставність фактичних показників з плановими. Вимога систематизованості означає, що інформація у звітності має бути згрупована за певними ознаками, що полегшує її сприйняття користувачами.

Якісними ознаками, що впливають на зміст звітності та визначають сутність її інформації, є доречність, суттєвість, достовірність, неупередженість, раціональність, методологічна єдність розрахунку показників та ефективність. Інформація є доречною, якщо вона впливає на прийняття управлінських рішень користувачів шляхом представлення відомостей, необхідних для оцінки ними минулих, теперішніх та майбутніх подій, або дозволяє підтвердити чи виправити минулі оцінки. Суттєвою є така інформація, відсутність або неправильне відображення якої у звітності може вплинути на економічні рішення користувачів, що приймаються на базі представленої у звітності інформації. Звітність підприємств повинна бути достовірною, тобто не містити помилок та перекозень, які можуть вплинути на управлінські рішення користувачів. Щоб бути корисною, інформація, що міститься у звітності, має бути неупередженою, тобто вільною від суб'єктивних суджень бухгалтерських службовців. Звітність підприємств не є неупередженою, якщо в результаті представлення певних відомостей вона впливає на прийняття рішень з метою досягнення наперед визначеного

результату. Раціональність означає наявність повної інформації про об'єкт спостереження в межах суттєвості. Наявність зайвої інформації призведе до розсіювання уваги, а відсутність суттєвої – не забезпечить прийняття раціональних управлінських рішень. Методологічна єдність розрахунку показників звітності полягає в тому, що однакові показники звітності в усіх підприємствах, незалежно від виду діяльності і форми власності, необхідно визначати за єдиною методологією. Тільки тоді створюються умови для порівняння розрахункових показників звітності всіх галузей національної економіки. Такі показники звітності можна узагальнювати, групувати, аналізувати, одержуючи вірогідну інформацію для оцінки роботи підприємств або галузей. Економічність звітності полягає в тому, що затрати праці та коштів на складання звітності мають бути мінімальними.

Надзвичайно важливе значення з точки зору управління має така характеристика звітної інформації, як своєчасність, тобто актуальність інформації за умов зміни ситуації. Своєчасність звітності передбачає підготовку і передачу її відповідним користувачам у терміни, заздалегідь визначені і підпорядковані регламентам виконання функцій управління. Періодизація показників означає, що звітність підприємства містить інформацію про діяльність суб'єкта господарювання за конкретний, визначений період часу.

Ефективність управління діяльністю підприємства значною мірою залежить від якості його інформаційного забезпечення. Вичерпна, достовірна, своєчасна і зрозуміла інформація є запорукою прийняття оптимальних управлінських рішень, спрямованих на зменшення витрат фінансових ресурсів, зростання прибутку і ринкової вартості підприємства. Саме тому виняткова роль належить інформаційному забезпеченню в процесах управління. Вона спричинює підвищену увагу до бухгалтерської фінансової звітності як основного джерела інформації про майновий та фінансовий стан підприємства, а також результати його виробничо-господарської діяльності за звітний період.

### **Література**

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV, редакція від 14.01.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14](http://www.zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14).

2. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Наказ Мінфіну України від 07.02.2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336>.

3. Бухгалтерський облік в Україні. Навч. посібник. За ред Р.Л.Хомяка, В.І.Лемішовського. – 7-ме видання., доп.і перероб. – Львів: Національний Університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2008. – с. 220.

## ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТІВ ТРАНСКОРДОННОЇ СПІВПРАЦІ ТА ПЕРЕВІРКИ ВИТРАТ В РАМКАХ ДАНИХ ПРОЄКТІВ

Стасюкова К.В., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

На сьогоднішній день транскордонне співробітництво здійснюється як на міждержавному рівні, так і на рівні територіальних громад, їх представницьких органів, місцевих органів виконавчої влади. Таке співробітництво сприяє соціальній та економічній конвергенції прикордонних регіонів та створенню нових можливостей для їх розвитку, в тому числі розвитку економічних, соціальних, науково-технічних, екологічних, культурних та інших відносин, обміну досвідом.

Україна має кордон із сімома державами, 19 із 27 адміністративно-територіальних одиниць є прикордонними. На території таких прикордонних областей, як Вінницька, Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Луганська, Одеська, Сумська, Харківська, Чернівецька, Чернігівська, Донецька, створено дев'ять євро регіонів - Буг, Верхній Прут, Дністер, Дніпро, Карпатський, Нижній Дунай, Слобожанщина, Донбас та Ярославна, п'ять євро регіонів створено з державами - членами ЄС (Польща, Словаччина, Румунія, Угорщина). У рамках євро регіонів транскордонне співробітництво здійснюється з 1993 року.

Програми транскордонної співпраці – один із ключових інструментів підтримки Євросоюзом своїх країн-сусідів.

Ця допомога надається в рамках двох масштабних ініціатив Євросоюзу: Європейського інструменту сусідства та Програми Територіального співробітництва країн Східного партнерства. Ці кошти мають сприяти подоланню спільних викликів, пов'язаних з інтенсивним рухом населення й товарів, гуманітарними та екологічними проблемами.

Уряд України ухвалив постанову «Про затвердження Державної програми розвитку транскордонного співробітництва на 2021-2027 роки», яка була розроблена Мінрегіоном на виконання Закону України «Про транскордонне співробітництво».

Програма окреслює цілі та пріоритети, містить конкретні шляхи і способи розв'язання проблем, план заходів, джерела фінансування, визначає відповідальних виконавців цих заходів.

Її реалізація має продовжити формувати позитивний міжнародний імідж нашої країни, вирішити проблеми диспропорції у соціально-економічному розвитку регіонів України, підвищити рівень зайнятості населення регіонів України, сприяти приросту експорту та імпорту товарів та послуг, покращити екологію, сприяти залученню фінансування для реалізації транскордонних проєктів та створенню нових органів транскордонного співробітництва.

На даний момент Україна є учасницею чотирьох спільних операційних програм (або програм прикордонного або транскордонного співробітництва), в рамках яких мають місце проекти, де аудиторам необхідно перевіряти витрати. Це: "Україна - Польща - Білорусь", "Україна - Угорщина - Словаччина - Румунія", "Басейн Чорного моря", "Україна - Румунія". У грудні 2016 року Урядом України і ЄС були укладені чотири відповідних угоди про фінансування спільних операційних програм прикордонного співробітництва.

Фінансування даних програм здійснюється Європейським Союзом в рамках Європейської політики сусідства (European Neighborhood Policy, ENP). ЄС таким чином підтримує реформи в політичній, економічній і соціальній сферах в певних країнах, які є членами ЄС або мають спільні з ним кордону.

Досить часто у фінансуванні програм бере участь Європейський фонд регіонального розвитку (European Regional Development Fund) і Інструмент підготовки до вступу в ЄС (Instrument for Pre-Accession). Проте головний донор всіх проектів - Європейський Союз.

European Neighborhood Instrument (ENI) - фінансовий інструмент Європейської політики сусідства, через який здійснюється фінансування зазначених програм і в рамках якого вони функціонують.

Всі проекти, що фінансуються в рамках програм, є некомерційними і сприяють поліпшенню якості життя жителів країн - учасників програм.

Замовниками перевірок витрат по проектами виступають європейські установи, які виділяють кошти і бажають бути впевненими в їх законному і правильному використанні. Саме тому думка незалежного аудитора, який надає об'єктивну та неупереджену інформацію, є вкрай важливим, а тому така робота буде затребуваною. До того ж і кількість програм транскордонного співробітництва буде зростати.

Одним із проектів в якому приймає участь Одеська національна академія харчових технологій є Басейн Чорного моря (Black Sea Basin).

Територія поширення програми - Вірменія, Болгарія, Грузія, Греція, Молдова, Румунія, Туреччина та Україна. Протягом 2014 - 2020 років на програму виділено 54 млн євро. Тематичні сфери проектів - розвиток туризму та приватного підприємництва, модернізація аграрного сектора та підвищення його конкурентоспроможності, захист навколишнього середовища, зокрема Чорного моря і його басейну.

Варто відзначити, що всі проекти в рамках міжнародних програм співробітництва схожі між собою, хоча і не позбавлені деяких технічних відмінностей. Відповідно, і алгоритм проведення перевірок витрат по ним також подібний.

Більш того, перевірка досить формалізована, а її особливості чітко прописуються замовником. Все, що необхідно аудитору, - чітко дотримуватися дані вимоги і розуміти їх суть. Будь-яке відхилення від

шаблонів, правил, вимог дуже небажано, оскільки в такому випадку робота аудитора може бути не прийнята.

Починаючи роботу над проектом, аудиторі слід дуже уважно прочитати Керівництво по реалізації проекту (Project Implementation Manual, PIM). По суті, це технічне завдання, що є додатком до грантової угоди. Саме він визначає фронт робіт аудитора, надається орієнтир в процедурах, які повинні застосовуватися, і описуються очікування замовника від проведення перевірки.

Також необхідно ознайомитися з Рекомендаціями щодо подання звітності в eMS (Guide on reporting in ems).

Electronic Monitoring System (eMS) - це спеціальна електронна система моніторингу, в якій розміщена вся необхідна інформація по проектам і документи для роботи аудитора. Вона також показує етапи реалізації проекту, результати перевірок витрат і т. П. Призначений для роботи аудитор отримує індивідуальний доступ до проекту і працює в цій системі.

Основна мета аудитора - перевірити реальність, коректне відображення в обліку і законність доходів і витрат за проектом.

В ході перевірки витрат аудитор виконує загальні процедури, процедури перевірки відповідності витрат бюджету, аналітичний огляд, а також здійснює перевірку деяких обраних витрат згідно з умовами грант-контракту.

Аудитор користується правилами і нормами, застосовуваними до вибору відповідних розділів витрат, а також принципами і критеріями верифікації покриття витрат, зазначених у завданні для перевірки витрат.

Аудитор перевіряє всі понесені витрати: на персонал, на відрядження, зовнішні експертизи, на обладнання, адміністративні та представницькі витрати та ін., в залежності від специфіки того чи іншого проекту.

Звіт аудитора готується за формою, яку також можна знайти в eMS. Як правило, потрібно підготувати звіт англійською мовою, оскільки він є робочим в програмах транскордонного співробітництва.

Таким чином, аудит витрат за проектом в рамках програм прикордонного співробітництва, по суті, є набором арифметичних дій, що підтверджують або спростовують належне використання коштів їх одержувачем, ревізією дотримання бенефіціаром вимог всіх документів, якими супроводжувалося надання грантових коштів, а також збором доказів продуктивної роботи над проектом. Разом з тим аудиторі необхідно дуже серйозно поставитися до дотримання всіх формальних вимог замовників такої перевірки.

## Література

1. Про затвердження Державної програми розвитку транскордонного співробітництва на 2021-2027 роки. Постанова Кабінету міністрів України від

14 квітня 2021 року № 408. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: <http://https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/408>

2. Перевірка витрат за проектами в межах програм транскордонного співробітництва: загальний концепт і практичні рекомендації/ Ірина Кацал // Вісник МСФЗ (електронне видання). — К. : Ліга Закон, 2019. — т.8., *веб-сайт*. URL: <http://https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine>

## **ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ОПЛАТИ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**Скляр Л.Б., к.е.н., доцент**

**Шоман О.Р., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Для переважної більшості людей заробітна плата є основним джерелом доходу. Тому питання, пов'язані з заробітною платою (її величиною, формою нарахування, виплати та ін.) є актуальними як для працівників, так і для роботодавців.

Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства.

Одна з головних проблем - низький рівень оплати праці. Через невіршеність проблеми мінімальної оплати праці, затвердженої державою, яка в даний час складає не більше 30% від рівня фізіологічного прожиткового мінімуму, виникає проблема низького рівня оплати праці. Велика кількість працездатного населення відчують труднощі в простому відтворенні робочої сили.

Друга проблема - не обґрунтована результатами діяльності надмірно завищена різниця в оплаті праці між галузями, підприємствами і різними категоріями працівників, а також регіонами. Міжгалузеві відмінності в заробітній платі зумовлені різницею в вартості робочої сили вищої кваліфікації, ступенем складності, важкості і умов праці, низькою конкурентоспроможністю вітчизняних товарів.

Затримка заробітної плати в період 90-х років, коли населення не мало доходу для життєзабезпечення, послужила вагомим приводом для страйків працюючої частини. Це і стало поштовхом, який привів до кризової ситуації України тих часів. Звідси виходить третя проблема - існуюча заборгованість по заробітній платі. В даний час у жителів України є безліч робочих місць, де роботодавці своєчасно виконують свої обов'язки. Тому в сучасних умовах, працівник може покинути місце, на якому роботодавець не виконує свої

функції. Одна ситуація з заборгованістю за останні п'ять років має негативну тенденцію - основна причина відсутність у підприємств і організацій власних коштів і несвоєчасне отримання грошових коштів з бюджету всіх рівнів.

Ще одна проблема - це зниження державного впливу на рівень оплати праці. На початку 90-их років підприємствам було дано право самостійно вирішувати питання по чисельності персоналу, організації заробітної плати і нормуванні праці. Держава ж залишила за собою право встановлювати рівень мінімальної заробітної плати та визначати ставки заробітної плати працівників бюджетної сфери. Менше за встановлений мінімальний розмір заробітної плати роботодавці не мають права платити найманому працівнику. Подібна свобода підприємств і є однією з причин можливих проблем.

Проблеми, перелічені та розглянуті вище, призвели до того, що заробітна плата не повною мірою виконує властиві їй функції.

В сучасних усталених економічних умовах одна з найважливіших завдань - підвищення реального розміру оплати праці, яка повинна торкнутися всіх сфер економіки, підприємств будь-якої форми власності. Заробітна плата повинна впевнено служити працівникові, забезпечуючи гідний рівень життя, розвиваючи при цьому інвестиційний потенціал населення країни.

Для регулювання проблем заробітної плати, необхідно зробити пріоритетними наступні напрямки роботи:

1. Основний важіль для вирішення даної проблеми - регулювання державою. Безпосередньо регулювання заробітної плати здійснюється відповідними органами, які можуть приймати закони, нормативно-правові акти про заробітну плату. Ключовим методом впливу виступає мінімальний розмір заробітної плати.

2. Удосконалення системи оплати праці працівників бюджетної сфери. Для цього підвищити реальний дохід бюджетників, зацікавити матеріально працівника на більш ефективну працю, дати можливість керівнику бюджетного установи самостійно визначати структуру штатного розкладу і встановлювати оплату праці. Мінімальний розмір оплати праці і прожитковий мінімум є важливими соціальними показниками, пов'язаними між собою. На них спирається економіка країни і плануються бюджети на державному і регіональному рівнях.

3. Здійснення контролю рівня оплати праці на підприємствах, схильних монополізувати ринок, з метою недопущення різкого розриву в рівні заробітної плати фахівців в різних галузях.

4. Створення правових, економічних та організаційних умов, які забезпечують своєчасну і в повному обсязі виплату заробітної плати.

5. Формування концепції державної політики щодо підвищення продуктивності праці і вдосконалення нормування праці на підприємствах і в організаціях реального сектора економіки.

6. Необхідно частково переглянути і розвинути систему заробітної плати на основі колективних договорів і тарифних угод в системі соціального партнерства. На основі цього усунути необґрунтовано високі диференціації в оплаті праці за категоріями працівників, галузям і територіям.

На сьогодні найважливішими завданнями обліку праці та заробітної плати є: у встановлені терміни проводити розрахунки з персоналом підприємства по оплаті праці, своєчасно і правильно відносити на собівартість продукції (робіт, послуг) суми нарахованої заробітної плати і єдиного соціального внеску, збирати і групувати показники з праці і заробітної плати для цілей оперативного керівництва і складання необхідної податкової, фінансової та статистичної за податками і внесками.

Всі вище перераховані і розглянуті проблеми призвели до того, що заробітна плата не повною мірою виконує властиві їй функції. Праця в деяких галузях економіки недооцінюється, хоча кожна професія важлива як для суспільства, так і для рівня економіки, розвитку країни в цілому. Якщо працівник не буде зацікавлений в оплаті своєї трудової діяльності, то не буде високопродуктивної і високоякісної праці, що забезпечує стабільний і поступальний розвиток виробництва, і, можна зробити висновок, що залишиться невирішеною і актуальною проблема входження країни в фазу економічного підйому.

### Література

1. Про оплату праці : Закон України, прийнятий Верховною Радою України 24.03.1995 р. № 108/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 21.10.2019).

2. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/322-08>.

3. Садовніков О. А. Сучасні проблеми обліку розрахунків з оплати праці та удосконалення їх шляхів / О. А. Садовніков, Г. В. Сировой // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля : науковий журнал. – 2011. – № 8(162). – Ч. 1

4. Покатаєва О. В. Шляхи вдосконалення системи оплати праці на підприємстві / О. В. Покатаєва, Г. О. Кошулинська // Держава та регіони. Науково-виробничий журнал. Серія : Економіка та підприємництво. – 2010. – № 3. – С. 139–141.

## ФОРМАТ ТА ЗМІСТ ПОЛІТИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КОРПОРАТИВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ткачук Г.О., д.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Важливим аспектом формування адаптованої системи економічної безпеки підприємства є розробка та застосування корпоративної політики захисту підприємства від деструктивного впливу загроз трансформаційних перетворень (корпоративної політики трансформаційних перетворень), яка ґрунтується на прийнятій концепції безпеки трансформаційних перетворень та направлена на реалізацію основної мети адаптованої системи економічної безпеки підприємства - досягнення безпечного рівня трансформаційних перетворень.

Корпоративна політика підприємства тісно пов'язана із такими категоріями як «корпоративне управління» та «корпоративний контроль». Проблемним питанням корпоративного управління, корпоративної політики та корпоративного контролю присвячено роботи Ігнат'євої І. А., Добровольської В.В., Мальської М. П., Мейер К., Савченко Р.О. та інших науковців.

Теоретичним базисом формування корпоративної політики економічної безпеки підприємства, яке функціонує в умовах трансформаційних перетворень, є концепція безпечності (економічної безпеки) трансформаційних перетворень, мета та завдання системи економічної безпеки в умовах трансформаційних перетворень, корпоративні інтереси підприємства.

Основними завданнями системи економічної безпеки вважаємо:

- 1) забезпечення захисту корпоративних ресурсів (майна);
- 2) забезпечення захисту комерційної таємниці;
- 3) забезпечення захисту корпоративних інтересів;
- 4) захист бізнесу від злочинних дій, включаючи ймовірність шахрайства та рейдерство, під час трансформаційних процесів;
- 5) захист від недобросовісної конкуренції.

За нашими міркуваннями, корпоративна політика трансформаційних перетворень складається із таких складових компонентів як (рис. 1):

1) вибір стратегії підприємства щодо захисту від деструктивного впливу загроз трансформаційних перетворень. Корпоративна політика трансформаційних перетворень, залежно від обраної стратегії, може бути активною, пасивною, реактивною, превентивною та авантюристичною.

2) менеджмент захисту – визначення мети, принципів, функціональних завдань, методів корпоративного управління адаптованою системою економічної безпеки;

3) організація діяльності захисту та кадри – принципи, завдання, суб'єкти та об'єкти діяльності захисту; структура та вимоги кадрової безпеки

4) корпоративний контроль – мета, функціональні завдання, принципи, суб'єкти та об'єкти корпоративного контролю;

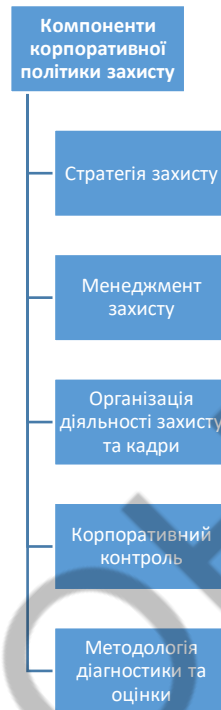


Рис. 1. Компоненти корпоративної політики захисту від загроз трансформаційних перетворень підприємства (авторський доробок)

5) методологія діагностики та оцінки, що передбачає розробку методичних підходів до діагностики загроз та небезпек трансформаційних перетворень, визначення класу їх небезпеки та оцінки рівня економічної безпеки підприємства в умовах трансформаційних перетворень.

В науковій літературі запропоновано декілька підходів до типізації стратегій економічної безпеки підприємства:

1) стратегія раптового реагування на загрози; стратегія прогнозування небезпек та загроз; стратегія відшкодування завданих збитків [1];

2) стратегія, орієнтована на усунення існуючих або запобігання виникнення можливих загроз економічній безпеці; стратегія, націлена на запобігання збитку від впливу існуючих або можливих загроз економічній безпеці; стратегія, спрямована на компенсацію збитку в результаті дії загроз економічній безпеці [2];

1) стратегія виживання, стратегія існування, стратегія обмеження зростання, стратегія зростання [3].

Зазначимо, що сучасне підприємство зазвичай обирає одну із чотирьох поведінкових моделей: нейтрально-пасивну, оборонну, активного розвитку та агресивну. Вибір моделі залежить від концепції розвитку самого підприємства та його корпоративних інтересів. Таке бачення дозволило нам здійснити уточнення вищезазначеної типізації стратегій та запропонувати для системи економічної безпеки трансформаційних процесів використовувати стратегії:

1) стратегія захисту (оборони) з використанням превентивних захисту від загроз та небезпек та заходів нівелювання деструктивного впливу трансформаційних процесів;

2) стратегія активного розвитку, що передбачає застосування профілактичних заходів, заходів активного захисту, активний вплив на процес трансформації та бізнес-процеси (моніторинг, ідентифікація та оцінка рівня загроз), використання заходів ліквідації негативних наслідків загроз та небезпек, направленість на зростання ефективності системи економічної безпеки, активний розвиток адаптивності системи економічної безпеки;

3) стратегія агресивного впливу, яка передбачає використання непопулярних заходів безпеки (розвідка та промислове шпигунство); застосування агресивної бізнес-політики, кадрової та інформаційної політики; активний пошук інноваційних шляхів забезпечення захисту.

Відповідно до норм чинного законодавства [4], поняття «корпоративне управління» щодо системи економічної безпеки підприємства сформулюємо як систему відносин, яка визначає:

1) правила та процедури прийняття рішень щодо формування, функціонування та адаптації системи економічної безпеки підприємства та здійснення корпоративного контролю;

2) розподіл прав і обов'язків щодо управління системою економічної безпеки між суб'єктами управління.

Означені аспекти корпоративного управління складають його зміст. На наш погляд, саме їх необхідно висвітлити у корпоративній політиці підприємства.

Принципами корпоративного управління економічною безпекою є: системно-комплексний підхід; законність, впорядкованість та оперативність дій; безперервність та динамічність процесу; інтегрованість з загальною системою корпоративного управління та системою економічної безпеки підприємства; корельованість із стратегічними цілями та корпоративними інтересами щодо захисту від загроз та ризиків; об'єктивність та адекватність управлінських рішень; гнучкість та адаптивність управління; ефективність управління та інклюзивний підхід.

Суб'єктами реалізації діяльності захисту в системі економічної безпеки підприємства є фахівці з економічної безпеки суб'єктів господарської

діяльності, які повинні володіти знаннями з фінансового та управлінського обліку, фінансового менеджменту, аналізу та безпеки.

За напрямом стратегії захисту виділено такі види кадрової складової корпоративної політики підприємства: активна кадрова політика, пасивна кадрова політика, реактивна кадрова політика, превентивна кадрова політика, авантюристична кадрова політика [5]. В умовах трансформаційних перетворень для створення адаптованої системи економічної безпеки, спроможної забезпечити захист корпоративних інтересів та комерційної таємниці, на наш погляд, раціональним є використання реактивної та активної кадрової політики.

Активна кадрова політика передбачає наявність відповідної корпоративної стратегії й засобів впливу на роботу в умовах трансформаційних процесів, а також якісних програм кадрового забезпечення та розвитку з варіантами їх реалізації при різних ситуаціях. Здійснюється моніторинг кадрових загроз та ризиків, регулюється виконання кадрових програм відповідно до встановлених регламентів. Для забезпечення необхідного рівня кадрової безпеки активна кадрова політика повинна мати постійний характер протягом всього періоду трансформаційного процесу.

Реактивна кадрова політика застосовується у непередбачуваних ситуаціях, які вимагають оперативного втручання, або з метою усунення деструктивних наслідків трансформаційних перетворень. Реактивна політика передбачає здійснення повного контролю за розвитком негативного стану кадрової безпеки, застосовуються заходи агресивного впливу для зниження ризиків роботи з персоналом. За даним видом кадрової політики відсутні мотивація робітників до ефективної праці.

Контроль за здійсненням розкриття корпоративної інформації здійснюють органи управління корпорації. Суб'єктами корпоративного контролю є: загальні збори учасників, спостережна рада, виконавчий орган (одноосібний або колегіальний).

Корпоративний контроль в системі економічної безпеки - це сукупність контрольних заходів, застосування яких забезпечує реалізацію інтересів інвесторів та корпоративну безпеку. Корпоративний контроль надає змогу його суб'єктам, якими є загальні збори учасників, спостережна рада та виконавчий орган, здійснювати вплив на прийняття управлінських рішень. У науковій літературі виділяють акціонерний, управлінський та фінансовий форми корпоративного контролю [8] залежно від суб'єктів його здійснення.

Корпоративний контроль в системі управління економічною безпекою підприємства здійснюється за такими принципами:

- 1) незалежність від внутрішньогосподарських взаємозв'язків;
- 2) забезпечення корпоративних інтересів (інтересів інвесторів);
- 3) постійний характер

- 4) додержання встановленої регламентації та етичних норм;
- 5) законність процедур та методів корпоративного контролю.

Вважаємо, що функціональними завданнями корпоративного контролю в системі економічної безпеки є:

- забезпечення дотримання регламентованого порядку функціонування системи економічної безпеки підприємства;
- забезпечення дотримання політики корпоративної безпеки (фізичної, майнової, фінансової);
- попередження зловживань з боку посадових осіб підприємства;
- обмеження корпоративних ризиків та загроз;
- попередження загроз втрати корпоративної конфіденційності;
- попередження загроз втрати ділової репутації.

Що стосується методології діагностики та оцінки в системі економічної безпеки, пропонуємо віднести до базових аспектів відображення в корпоративній політиці: методичні підходи до ідентифікації загроз та небезпек бізнес-процесів та трансформаційних перетворень; методичні підходи до оцінки спроможності системи економічної безпеки, оцінки стану фінансової системи підприємства, оцінки рівня небезпек пріоритетних трансформацій; визначаються індикатори моніторингу, ідентифікації й оцінки економічної безпеки та їх порогові параметри.

Необхідно також означити проблемні аспекти формування корпоративної політики економічної безпеки підприємства, які ускладнюють та уповільнюють зазначений процес та які пов'язані із:

- 1) відсутністю нормативно-правової бази та методичного забезпечення;
- 2) відсутністю єдиного підходу до формування корпоративної політики економічної безпеки підприємства;
- 3) формальний підхід до формування корпоративної політики більшості підприємств, що викликає недооціненість власниками та акціонерами (інвесторами) значимості корпоративної політики, як дієвого інструменту управління. Вирішення даної проблеми, на жаль, вимагає часу. Важливим кроком на шляху до розв'язання даної проблеми є популяризація застосування інструментів системи корпоративного управління для захисту від загроз та небезпек бізнес-процесів з метою досягнення корпоративної мети.

Представлені у даній статті наукові викладки щодо формування корпоративної політики економічної безпеки дозволяє зробити висновки щодо їх теоретико-методологічної та практичної значимості, що підтверджується ймовірністю їх застосування на підприємстві реального сектору економіки. Корпоративна політика економічної безпеки, побудована відповідно до запропонованих методичних підходів та структури, є для сучасного підприємства дієвим інструментом управління системою захисту від реальних загроз і небезпек, в тому числі викликаних ендегенними та екзогенними

трансформаційними процесами. Подальший розвиток наукових доробок вбачаємо у дослідженні теоретико-методологічних підходів до розвитку культури корпоративного управління.

### **Література**

1. Іванюта Т. М., Заїчковський О.А. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2009. 256 с
2. Линник О.І., Артеменко Н.В. Стратегія економічної безпеки підприємства як фактор зменшення впливу зовнішніх та внутрішніх загроз / Вісник НТУ «ХП». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. Х.: НТУ «ХП». 2013. № 67 (1040). С. 159-169
3. Роженко О.В. Стратегії економічної безпеки підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості № 51, 2015. С. 51-55.
4. Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні. Закон України від 30.10.1996 № 448/96-ВР. [Електронний ресурс] / Законодавство України: веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/448/96-%D0%B2%D1%80#Text>
5. Ткачук Г.О., Зеленьак В.В., Павленко Г.М.,Ткачук А.В. Механізм забезпечення функціонування обліково-аналітичної діяльності в системі економічної безпеки підприємств/ Науково-методичні засади оцінки бізнесу в умовах Євроінтеграції. Монографія / Під ред. д.е.н., проф. В.В. Немченко. Одеса. Видавництво Іванченка І. С., 2019.. С.129-136.
6. Ігнат'єва І. А., Гарафонова О.І. Корпоративне управління : підручник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 600 с.

## **РОЛЬ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В ПРОДОВОЛЬЧІЙ БЕЗПЕЦІ**

**Молодан М.М.**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Глобальна проблема продовольчої безпеки має широкий спектр вимірювань, що класифікуються за сферами походження чинників, ступенем охоплення соціальних верств населення, регіонально-географічною ознакою і іншим. Основними завдання, які вирішує людство є забезпечення більш раціонального розподілу харчових продуктів та підвищення їх якості. Метою даного дослідження є розгляд потенціалу поліпшення стану продовольчої безпеки в країнах Європи через призму регуляторних процесів і можливість їх впровадження в Україні. Проблематика продовольчої безпеки і ліквідації голоду і нерівності є ключовим питанням національної, регіональної та світової економіки. Значення і використання терміна "продовольча безпека" поступово еволюціонувало в залежності від викликів, що виникають перед

країнами і світом в цілому. У документах міжнародних організацій, зусилля яких спрямовані на вирішення завдань ліквідації голоду на планеті і забезпечення населення країн якісними і безпечними продуктами харчування, все частіше відзначається, що термін "продовольча безпека" нерозривно пов'язаний з поняттям "безпека харчування" і факторами, що впливають на зміну в харчовій системі. Слід, однак, підкреслити, що дослідження цих факторів не призвело до уточнення часто конкуруючих інтерпретацій "продовольчої безпеки" [1]. Згідно з пропозиціями Комітету з Всесвітньої продовольчої безпеки, "Продовольча безпека та безпека харчування існують тоді, коли всі люди в будь-який час мають фізичний, соціальний та економічний доступ до достатньої кількості безпечної і якісної їжі, що дозволяє задовольняти їх харчові потреби і переваги в умовах відповідної санітарії та медичного обслуговування для ведення здорового і активного способу життя "[2]

Якість і безпека продуктів харчування відіграють все більшу роль в забезпеченні повноцінного харчування для здорового і активного способу життя. Саме тому збільшення споживання корисних за складом поживних речовин продуктів без рішення проблем їх безпеки веде до погіршення здоров'я населення. Разом з тим на рішення проблем продовольчої безпеки значний вплив мають політичні та економічні тенденції в світовій спільноті. Хоча рішення цих проблем винесено на міжнародний рівень, але більш значущими в практичному забезпеченні населення країн світу продовольством все-таки слід вважати регіональні зусилля внаслідок географічної близькості країн регіону, схожості природно-кліматичних умов, виробничої бази, культури і традицій споживання.

В якості практичних переваг регіонального рівня вирішення проблем продовольчої безпеки можна виділити цілий ряд факторів: спільне управління транскордонними ресурсами, боротьба з транскордонним проникненням сільськогосподарських шкідників, формування стабільних регіональних ринків, оптимізація управління ризиками, зміцнення регіональних ланцюжків доданої вартості, усунення бар'єрів всередині регіонів, гармонізація систем збору і надання інформації, мобілізація ресурсів, координація дій по наданню надзвичайної продовольчої допомоги [3].

Можна констатувати, що в цілому в європейському регіоні ситуація з фізичної доступністю продовольства сприятлива, за винятком періодів військових конфліктів і деяких наслідків економічної кризи. Складна політична та економічна ситуація в Україні після 2013 р привела до падіння середньодушових доходів населення і зростання недоїдання до 3,3% в 2015-2017 роках.

Проблеми продовольчої безпеки і харчування в європейському регіоні пов'язані не з доступністю продовольства, а з неповноцінним або надмірною

харчуванням. Неповноцінне харчування призводить до зниження продуктивності людського потенціалу. Дефіцит мікроелементів обумовлений, як правило, низьким рівнем доходів та освіти, особливо серед сільського населення країн європейського регіону. Високі доходи, навпаки, дозволяють купувати продукти харчування з високою калорійністю, що в сукупності з пониженням фізичної активності і низьким рівнем знань про збалансованої дієти призводить до зростання ожиріння європейського населення.

Якість і безпека продуктів харчування виступають найважливішими елементами продовольчої безпеки в європейському регіоні, де захворюваність від вживання заражених продуктів харчування також не є рідкістю, і даний показник щорічно зростає, починаючи з 2008 р

Економічна доступність продовольства характеризується співвідношенням між вартістю продуктів харчування і купівельної здатністю домогосподарств. У країнах з низьким і середнім рівнем доходів витрати на продовольство, як правило, мають високий питома вага в бюджетах домогосподарств. У країнах з високим рівнем доходів (багато країни Європи) відносні витрати на продукти харчування набагато нижче. Середня сім'я в Великобританії в 2016 р витратила на продукти харчування лише 8,1% бюджету в порівнянні з 38,0% на Україні. Разом з тим ситуація всередині країн неоднорідна. Малозабезпеченим верствам населення складно дозволити собі придбання здорових продуктів харчування з високим вмістом поживних речовин, таких як фрукти, овочі, продукти харчування тваринного походження. Кореляційний аналіз показав високу залежність індексу глобальної продовольчої безпеки та частки витрат на продукти харчування (коефіцієнт кореляції склав - 0,87). Індекс глобальної продовольчої безпеки (The Global Food Security Index) розраховується з 2012 р по 28 показниками, які характеризують рівень доступності та споживання продуктів харчування, наявність і достатність продуктів харчування, рівень якості та безпеки продуктів харчування [4].

Ще однією темою в контексті забезпечення безпеки харчування в Європі на протязі останньої чверті століття є виробництво і використання генетично модифікованих організмів в продовольчому ланцюгу, однак цей блок питань заслуговує самостійного аналізу [5],[6].

Незважаючи на відносно благополучне становище в Європі, актуальними для регіону залишаються спільні дії з метою поліпшення, особливо в частині збалансованості раціону, безпечного і здорового харчування, а також зниження втрат продовольства і відходів, раннього попередження лих і т.п. Відчутний результат може бути досягнутий лише при комплексному вирішенні продовольчої проблеми спільними зусиллями.

Актуальними для Європи і України є спільні заходи по забезпеченню безпечного і здорового харчування, підвищенню стійкості аграрного сектора,

зниження втрат продовольства і відходів, мінімізації негативних кліматичних і екологічних ефектів від сільськогосподарської діяльності при зростаючих обсягах виробництва і споживання продовольства.

### **Література**

1. Moragues-Faus A. Exploring european food system vulnerabilities: towards integrated food security governance / A. Moragues-Faus, R. Sonnino, T. Marsden // Environmental Science and Policy. 2017. Vol. 75.
2. FAO SOFI 2018 - the state of food security and nutrition in the world / FAO. - 2018.
3. Hill C. Expert consensus document: the international scientific association for probiotics and prebiotics consensus statement on the scope and appropriate use of the term probiotic / C. Hill, F. Guarner, G. Reid [et al.] // Nature Reviews Gastroenterology and Hepatology. 2014. Vol. 11, No. 8.
4. Economist T. Global food security index 2015: an annual measure of the state of global food security / T. Economist, DuPont // The Economist. 2015.
5. Cooper RN Genes, trade, and regulation: the seeds of conflict in food biotechnology / RN Cooper, T. Bernauer // Foreign Affairs. 2004. Vol. 83, No. 3.
6. Ronald PC Tomorrow's table: organic farming, genetics, and the future of food / PC Ronald, RW Adamchak. 2008.

## **РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Філахтов К.О., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

В умовах жорсткої конкурентної боротьби здійснення суб'єктом господарювання своєї діяльності передбачає своєчасне формування та відтворення, а також ефективне використання усіх необхідних для цієї діяльності ресурсів. Серед зазначених ресурсів основні засоби займають одне з провідних місць, що пов'язано з виключною важливістю тих функцій, які вони виконують в господарському процесі.

Як об'єкт обліку та управління основні засоби мають своє чітке визначення у вітчизняній нормативній базі, що в свою чергу має виключно важливе значення в контексті формування фінансових результатів, а отже і інтегральних показників економічного стану суб'єктів господарювання. Так, основними нормативно-правовими актами, які врегульовують облік основних засобів на вітчизняних підприємствах є Податковий кодекс України та положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 7 «Основні засоби». Відповідно до п. 4 П(С)БО 7, основні засоби – це матеріальні активи, які

підприємство утримує для їх використання у процесі виробництва або діяльності чи постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам і для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, проте очікуваний строк корисного використання повинен бути більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [1]. Відповідно до п. 14.1.138 Податкового кодексу України від 2 грудня 2010 р. № 2755-VI «основні засоби - матеріальні активи, що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 20000 гривень і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання яких становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік) [2].

Наведені вище визначення є доволі громіздкими та такими, які не в повній мірі визначають роль основних засобів в господарському процесі та акцентують увагу лише на нормативних їх характеристиках. З точки зору сутнісного змісту економічної категорії «основні засоби» найбільш вдалим та в той же час простим є на нашу думку визначення основних засобів І. Бланком, який характеризує їх як «сукупність матеріальних цінностей у вигляді засобів праці, які неодноразово беруть участь у процесі виробничої та комерційної діяльності та переносять свою вартість на продукцію частинами» [3, с. 88]

Повертаючись від визначення досліджуваної економічної категорії до її ролі в господарському процесі, можна відзначити, що пошук оптимальних розмірів та джерел фінансування, своєчасне відтворення основних засобів, забезпечення їх ефективного використання є одними з основних питань стратегічного розвитку підприємства в умовах ринкових відносин. Усе зазначене вище характеризує виключно важливе значення основних засобів, яке вони мають на мікрорівні.

Тим не менш, основні засоби відіграють важливу роль не тільки на мікро-, а й макрорівні. Так, сумарна величина основних засобів суб'єктів господарювання як узагальнююча характеристика технічної бази народного господарства та динаміка вартості основних засобів є одними з ключових індикаторів стану національної економіки та перспектив її розвитку. Вагомою ознакою ефективності економіки є технічний стан та структура основних засобів суб'єктів господарювання.

З урахуванням всього наведеного вище доцільним є проведення ретроспективного аналізу динаміки, структури та стану основних засобів вітчизняних підприємств.

На рис. 1 наведена загальна динаміка вартості основних засобів вітчизняних суб'єктів господарювання.

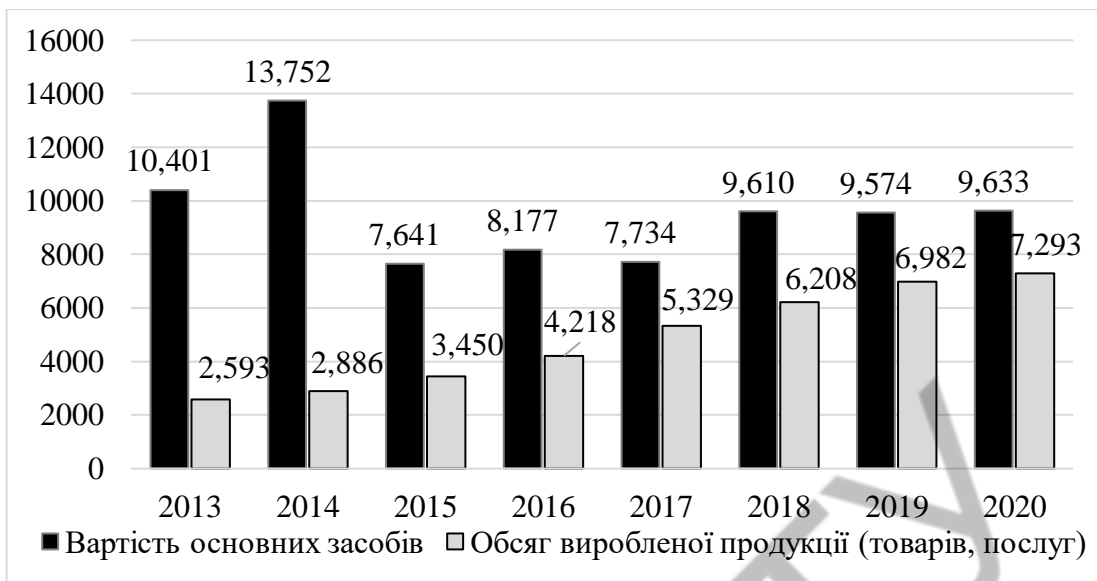


Рис. 1 – Динаміка вартості основних засобів та обсягу виробленої продукції (товарів, послуг) вітчизняних підприємств, млрд грн  
Джерело: побудовано автором на основі [4;5]

Аналізуючи наведені на рисунку дані, можна зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду (2013-2020 роки) мав місце період різких змін вартості основних засобів (2013-2015 роки), після чого ситуація в цілому стабілізувалася: з 2015 по 2020 рік вартість основних засобів зростає на 1992 млрд грн, тобто на 26%. В цілому можна констатувати поступове зростання вартості основних засобів, однак з урахуванням темпів інфляції, реальна вартість основних засобів істотним чином не змінилася. З точки зору стратегічного розвитку підприємств та отримання позитивних макроекономічних зрушень, має бути забезпечене ефективне використання основних засобів. З урахуванням того, що основні засоби є технічною базою для виробництва продукції (товарів, послуг), для оцінки ефективності їх використання необхідним є порівняння їх загального розміру та динаміки з результатом, які вони забезпечують, тобто обсягом і динамікою виробленої продукції (реалізованих товарів та/або послуг), що може бути зроблено на основі оцінки значень показника фондомісткості (відношення вартості основних засобів до обсягу виробленої продукції (товарів, послуг)). Так, в 2020 році значення показника фондомісткості склало 1,32 грн, що на 0,89 грн менше, ніж у 2015 році (2,21 грн), та на 2,69 грн менше, ніж у базовому 2013 році (4,01 грн). Отже, можна констатувати загальне поступове зростання ефективності використання основних засобів в цілому по народному господарству, що безумовно, є позитивним явищем та свідчить про наявність потенціалу для розвитку національної економіки.

Оскільки основні засоби за своїм складом з точки зору участі у господарських процесах, насамперед, виробництві продукції (товарів, послуг),

є неоднорідними, важливим етапом аналізу, є оцінка їх абсолютного розміру та динаміки в розрізі окремих елементів, що відображено на рис. 2.

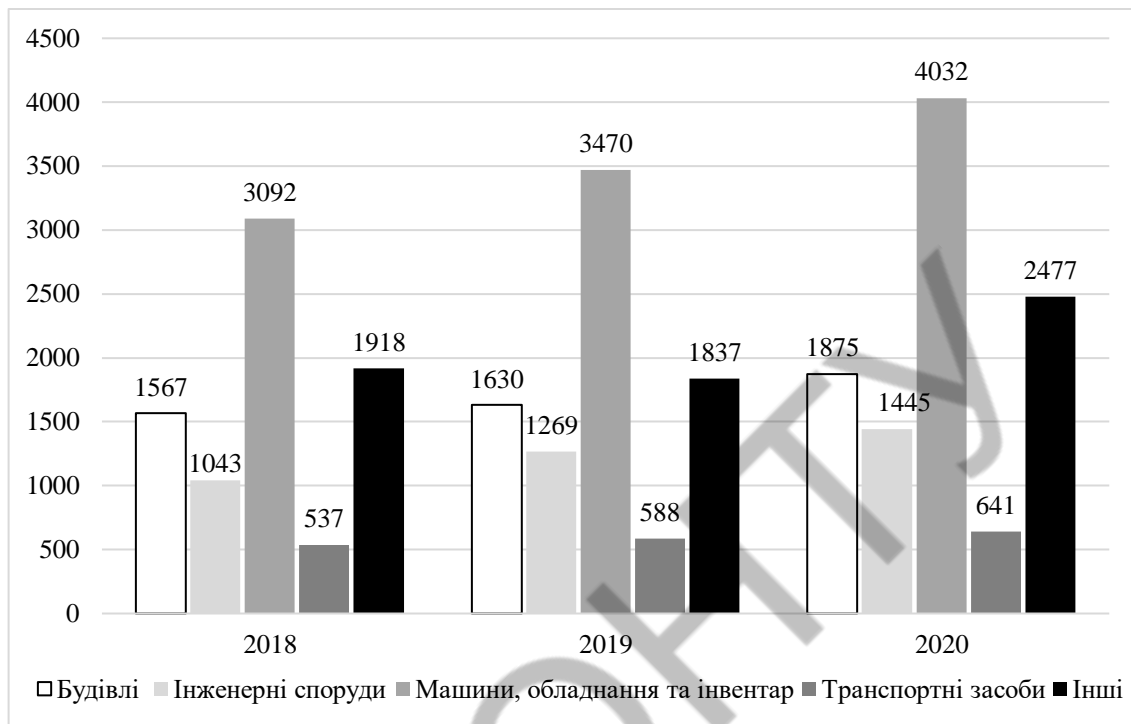


Рис. 2 – Динаміка структурних елементів основних засобів вітчизняних підприємств (на кінець року), млрд грн  
Джерело: побудовано автором на основі [4]

Наведені на рис. 2 дані дають підстави зробити висновок, що найбільшу питому вагу в структурі основних засобів вітчизняних підприємств займають машини, обладнання та інвентар, тобто найбільш активний елемент, що є, на нашу думку, ознакою ефективної структури засобів. Протягом двох досліджуваних років відбулося зростання вартості усіх елементів основних засобів. При цьому, у відносному виразі найбільше зростання спостерігалось по інженерних спорудах (38% порівняно з 2018 роком) і машинах, обладнанню та інвентарю (30% порівняно з 2018 роком). В абсолютному виразі найбільше зростання протягом 2018-2020 років мало місце по машинах, обладнанню та інвентарю (941 тис. грн) та іншим основним засобам (559 тис. грн). Отже, можна констатувати, що як в абсолютному, так і відносному виразі загальне зростання вартості основних засобів стало наслідком значного зростання вартості найбільш активної частини основних засобів підприємств. Узагальнюючи наведені на рис. 2 дані можна резюмувати наступне: структура основних засобів вітчизняних підприємств є ефективною та має позитивну тенденцію до покращення.

Підводячи підсумки аналізу загальної динаміки основних засобів вітчизняних підприємств та їх структури, можна відзначити, що в цілому

динаміка вартості основних засобів позитивна, їх структура відповідає сучасним вимогам щодо оптимізації пасивної частини основних засобів. Порівняння динаміки вартості основних засобів з показником ефективності діяльності суб'єктів господарювання, а саме обсягом виробленої продукції (товарів, послуг), свідчить про значне підвищення ефективності використання основних засобів. Отже, ситуація з основними засобами на вітчизняних підприємствах з точки зору кількісних характеристик їх використання є цілком позитивною та такою, яка відповідає сучасним умовам господарювання.

### Література

1. Основні засоби: Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7: затв. наказом Мінфіну від 27.04.2000 №92 станом на 01.10.2021. URL: <https://kodeksy.com.ua/buh/psbo/7.htm> (дата звернення: 01.10.2021).

2. Податковий кодекс України: станом на 01.10.2021. URL: <https://ibuhgalter.net/ru/tax-codex/24> (дата звернення: 01.10.2021).

3. Бланк І. О. Управління використанням капіталу : навч. посібник Київ : Ніка–Центр, 2000. – 651 с.

4. Економічна статистика/Економічна діяльність/Основні засоби *Державна служба статистики України* [Веб-сайт]. Київ, 2021. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 03.10. 2021 року).

5. Економічна статистика/Економічна діяльність/Діяльність підприємств/Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності *Державна служба статистики України* [Веб-сайт]. Київ, 2021. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 03.10. 2021 року).

## НАСЛІДКИ ЗМІНИ ЛОГІСТИКО-ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВ ЗЕРНОВОГО РИНКУ

Савенко І.І. д.е.н., професор

Ткачев В.А. аспірант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Незважаючи на тривалий період адаптування української національної економіки до світової, на сьогодні не урегульовано ряд важливих питань, щодо формування та функціонування виробничо-технологічної структури національної економіки, яка в повній мірі повинна забезпечити розвиток провідних галузей національної економіки.

Найбільш проблемною галуззю можна визнати транспортну, а конкретно залізничний транспорт. Залізничний транспорт залишається в

підпорядкуванні держави в незмінній формі з періоду переходу української економіки від планової до ринкової моделі. Не вирішення проблем галузі, які були започатковані в період планової економіки: централізоване управління, сумісне управління вантажними та пасажирськими перевезеннями, недосконалість системи тарифоутворення, неефективність перевантаженої самодостатньої виробничої структури, знос та недостатня кількість електровозів, тепловозів, вантажних та пасажирських вагонів, призвели до прийняття організаційних рішень, які фактично вступають в протиріччя з загальнонаціональною стратегією розвитку країни та теоретичними основами регіонального зростання. Прикладом може бути закриття так званих «малоефективних залізничних станцій», не зважаючи на розміщення та функціонування на їх територіях зернових елеваторів, хлібоприймальних пунктів, інших виробничих структур. Таке рішення призводить до зміни конфігурації транспортно-логістичних систем підприємств, працюючих в ареалі станцій, основними елементами яких виступають транспортна та логістична інфраструктури так і для регіону в цілому.

У відповідності з неокласичною теорією зростання, темпи розвитку регіональної економіки визначаються накопиченням капіталу, концентрацією трудових ресурсів, технологічним прогресом та міжгалузевим переміщенням факторів виробництва. Тобто залізничні станції в регіоні виступають полюсами зростання. Полюс зростання – регіональний вузол підприємств, пов'язаний з експортним сектором економіки регіону, Зростає за рахунок імпульсів, породжених загальнонаціональним попитом, що сприймаються в процесі конкуренції між полюсами. Імпульс зростання передається до периферійних другорядних галузей за посередництвом ринкових зв'язків між підприємствами [1].

Ліквідація певного числа станцій призводить до розривів у «вісях розвитку». Теорія «осей розвитку» пов'язана із просторово-транспортними зв'язками між центрами росту та із якісно новими тенденціями розвитку територій між ними розроблена П.Портъє.

Території, що розташовані між полюсами росту і забезпечують транспортний зв'язок, отримують додаткові імпульси розвитку завдяки збільшенню вантажопотоків, поширенню інновацій, розвитку інфраструктури. Таким чином, вони перетворюються в осі (коридори) розвитку, що визначають разом з полюсами зростання просторовий каркас економічного зростання великого регіону або країни [2].

Для пояснення формування різних рівнів послуг Кристаллер вводить поняття "радіус реалізації послуг і товарів", який різний для ринкових зон різної ієрархії. В. Кристаллер встановлює ряд можливих варіанти визначення розмірів радіусу:

1. При орієнтація на збут, джерело постачання товарами або надання послугами, які виробляються в центральних місцях, повинно знаходитися на мінімальній відстані від залежних місць, так як в цьому випадку максимізується число центральних місць і зв'язки існують тільки з двома з найближчих пунктів (третій – сам центр), що призведе до симетричної гніздовий ієрархії.

2. При орієнтація на транспорт – великих транспортних витратах, найбільше число центральних місць буде розташовано на одній трасі, що сполучає більш великі міста, що забезпечує найнижчі витрати на спорудження й експлуатацію доріг. При цьому зв'язку будуть встановлені тільки трьома з шести залежних місць, що дасть іншу схему гніздування [3].

Проблематиці формування та функціонування транспортно-логістичних систем підприємств зернового підкомплексу присвячено ряд досліджень вітчизняних вчених [4].

Дослідження теорій розвитку регіонів показують що плани Укрзалізниці щодо закриття, так званих «малоефективних залізничних станцій», має негативний вплив на розвиток регіонів та підприємств які працюють в ареалі означених станцій. Вимушена зміна структури логістично-транспортних систем підприємств зернового ринку призведе до зниження конкурентоздатності підприємств зернового ринку, зростання логістичних витрат, незважаючи на те, що в Україні логістичні витрати є найвищими в порівнянні з логістичними витратами закордонних операторів.

### Література

1. Хосе Рамон Ласуен Lasuean, J. R. On growth poles / J. R. Lasuean // *Urban Studies*. – 1969 – №6. – Р. 137-161.
2. Pottier, P. Axes de communication et developpement economique / P. Pottier // *Revue Economique*. – 1963. – № 1. – Р. 12-58.
3. В Кристаллер. Центральные места в Южной Германии. (Reps.d.Ausg. Jena 1933).
4. Савенко І.І., Седікова І.О. Організаційно-економічний механізм функціонування підприємств зернового підкомплексу / І.І.Савенко, І.О. Седікова: Наукове видання. – Одеса: Євротойз, 2012. – 175 с.

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН

Седікова І. О., д.е.н., професор  
Бондар В. А., старший викладач

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Корпоративна культура є важливою складовою системи менеджменту, і її основні базові положення зазнали певних трансформацій відповідно до змін умов діяльності. Еволюційний шлях теорії управління довгий і складний, що супроводжується появою нових концепцій з різними цінностями та загибеллю тих концепцій, які більше не справляються з викликом часу. В результаті сформувалася нова парадигма управління, яка систематично відображає сучасну роль та суттєві характеристики менеджменту на тлі сучасних суспільних та культурних тенденцій. [1].

Загалом, наукові школи мали технічне або соціальне спрямування, тому вектор наукових досліджень спрямовувався на технічний чи людський фактор. Прихильники технічного напрямку брали за основу показники продуктивності праці, якості, технології, навколо яких вибудовували свої концепції організації виробництва й управління [1].

Сучасна методологія управління корпоративною культурою повинна враховувати рух суспільства до постіндустріальної формації. У корпоративній культурі підприємства цей процес знаходить відображення в появі нових ціннісних орієнтирів. Якщо раніше менеджери, орієнтувалися на глибинні структурні елементи корпоративної культури (цінності, базові уявлення, почуття, з якими зв'язали місію свого підприємства і на основі яких створювали організаційний клімат), то на сучасному етапі специфіка корпоративної культури та її роль в еволюції менеджменту привели до зміни взаємовідносин не тільки між персоналом підприємства, але й між працедавцями і найманими працівниками, які поступово перетворювалися в співпрацю й партнерство [2].

Узгодженість стратегії підприємства з пріоритетами розвитку суспільства і очікуваннями зацікавлених сторін, пошук і підтримка певної рівноваги в системі цінностей зацікавлених сторін визначає баланс їхніх інтересів. Орієнтація підприємства на врахування цінностей зацікавлених сторін потребує від нього легітимізації його діяльності в очах суспільства, що вимагатиме від нього контролю над його егоїстичними бажаннями щодо максимізації прибутку та корекції діяльності для забезпечення таких її параметрів, які є очікуваними з погляду на громадську думку. Звідси слідує, що раціональна і системна взаємодія підприємства з усім колом зацікавлених сторін при прийнятті рішень передбачає врахування їхніх цінностей, які є

похідною від їхніх думок та очікувань. Саме тому з урахуванням системних взаємозв'язків між усіма ланками управлінського процесу та авторського розуміння природи корпоративної культури формування та ефективне управління корпоративною культурою має базуватися на основі врахування концепції зацікавлених сторін

Суб'єкти господарювання в процесі своєї діяльності відчувають вплив багатьох зацікавлених сторін (стейкхолдерів). Засновник класичної концепції зацікавлених сторін Р. Фрімен зазначив, що стейкхолдери «це будь-які індивідууми, групи чи організації, дії яких впливають на процес прийняття рішень компанії та/або знаходяться під впливом цих рішень» [3]. До них належать: власники, споживачі, працівники, постачальники (внутрішні стейкхолдери) уряд, конкуренти, захисники прав споживачів, екологи, громадськість, засоби масової інформації (зовнішні стейкхолдери) [3]. Дане визначення цікаве тим, що під стейкхолдерами маються на увазі не тільки особи, наділені можливістю впливати на досягнення цілей, але і тих, інтереси яких можуть бути порушені прямо чи опосередковано результатом передбачуваної діяльності [4].

І. Гурков розглядає стейкхолдерів «як індивідууми, групи чи організації, що є отримувачами позитивних (негативних) контактів та зовнішніх ефектів від діяльності суб'єктів господарювання та здатних вплинути на цю діяльність» [5]. У даному визначенні автор пов'язує інтереси стейкхолдерів з ресурсами, які отримуються та вважає, що збалансованість відносин суб'єктів господарювання із зацікавленими сторонами проявляється у збалансованості ресурсних відносин, що є критерієм ефективності діяльності [5].

У «Stakeholder Engagement Standard» дано наступне визначення «зацікавленою стороною називається група, яка може впливати на діяльність організації або, навпаки, здатна відчувати на собі вплив від діяльності організації, виробленої нею продукції або послуг, і пов'язаних з цим дій» [6]. У будь-якій організації багато зацікавлених сторін, які відрізняються один від одного за типом, ступенем участі в її діяльності, мають абсолютно різні, іноді суперечливі інтереси та потреби [6].

### Література

1. Захарчин Г.М. Механізм формування організаційної культури машинобудівного підприємства: монографія. Львів: вид-во Національного університету «Львівська політехніка». 2009. 276 с.
2. Захарчин Г.М. Теорія та методологія формування і розвитку організаційної культури машинобудівного підприємства: монографія. Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка». 2011. 348 с.
3. Freeman R. Edward Strategic management: a stakeholder approach. Pitman. 1984. 279 p.

4. Участие заинтересованных сторон в принятии решений: теория и практика взаимодействия. Новокузнецк: ИнЭКА. 2018. 120 с.

5. Гурков И. Б. Стратегический менеджмент организации. М.: ТЕИС. 2014. 239 с.

6. Stakeholder Engagement Standard. (2015). URL: [https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2016/10/AA1000SES\\_2015.pdf](https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2016/10/AA1000SES_2015.pdf).

## **ЗРОСТАННЯ РОЛІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НАПІДПРИЄМСТВАХ**

**Козак К. Б., д.е.н., доцент  
Мироненко Б. В., аспірант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

**Вступ.** Управління персоналом на підприємствах під час кризових явищ виступає водночас як важливим напрямком управлінської діяльності, так і вагомим інструментом впливу на їх функціонування з урахуванням цілей кадрової політики в цілому. Безперервні і стрімкі зміни в світі, пов'язані з пандемією COVID-19, підвищують важливість управління персоналом на кожному підприємстві для оперативної взаємодії з бізнесом з метою зниження наслідків пандемії і успішності бізнесу в адаптації до нових світових реалій через антикризове управління персоналом. Питання захисту людей при забезпеченні стійкості підприємств наразі є одним із пріоритетних завдань систем управління персоналом.

**Матеріали і методи.** В ході дослідження було проаналізовано матеріали сучасних дослідників проблем управління персоналом, таких як Бродский Б. Е., Гавкалова Н. Л., Кізі Мосумова А. К., Митин А.Н., Василенко В.О., Шапиро С.А., Козак К. Б. , Корсікової Н. М. та ін. Під час дослідження були використані методи порівняння та узагальнення, оцінювання, а також інші аналітичні та загальні методи.

**Результати.** Детальне вивчення сучасних систем управління персоналом підтверджує наявність певної кількості актуальних проблем в управлінні персоналом, де найбільш нагальними є такі (табл. 1).

**Таблиця 1 - Актуальні проблеми щодо управління персоналом на підприємствах**

<b>№ п/п</b>	<b>Характеристика проблеми</b>
1	Відсутність єдиної та зрозумілої системи оцінки якості та ефективності кадрової роботи. Це призводить до зниження рівня управління цією сферою, адже атестація і контроль персоналу носять певний формальний характер, зіставлення результатів

	діяльності фахівців переважно ускладнене, імовірність появи незацікавленості персоналу в результатах власної діяльності.
2	Недостатня кількість кваліфікованих фахівців через невисоку престижність праці та низький рівень заробітних плат, що не відповідає складності роботи та емоційної напруги, та відштовхує випускників (потенційних працівників).
3	Недостатній рівень мотивації персоналу через неможливість використання фінансових інструментів (підвищення заробітної плати, премії). Отже, більшість керівників не має фінансової можливості для матеріального стимулювання персоналу, що враховуючи низький рівень зарплат, демотивує персонал і не сприяє якісному трудовому процесу. Такі тенденції підтверджують відсутність орієнтації персоналу на якісний результат професійної діяльності, що негативно впливає на ефективність роботи підприємств.
4	Зміна умов праці внаслідок суспільних змін, що пов'язані з пандемією COVID-19. Перехід на дистанційні та комбіновані форми роботи, впровадження обов'язкової вакцинації для певних груп працівників [1].

\*розроблено на основі джерела [2]

Отже, можливість вирішення актуальних проблем щодо управління персоналом вимагає антикризового управління персоналом, що передбачає не лише формальну організацію роботи з персоналом (планування, відбір, підбір, розстановку), але і сукупність чинників соціально-психологічного, етичного характеру (дбайливе відношення до потреб людини, врахування її індивідуальних особливостей, тощо). [3]

Тактика управління персоналом в умовах пандемії COVID-19 повинна формуватися комплексно і спиратися на чітке розуміння наслідків кожного прийнятого рішення, а також - на оновлену стратегію подолання кризи в управлінні персоналом тощо [4].



**Рис. 1. – Фактори впливу на персонал, що викликані сучасною ситуацією в суспільстві**

\*розроблено автором на основі джерела [4]

Враховуючи актуальні фактори впливу на персонал підприємств, для збереження стійкості бізнесу важливу роль сьогодні відіграє забезпечення працівників і керівників потрібними технічними можливостями і знаннями для управління командами в обставинах, що склалися, а також дистанційній віддаленій роботі колективу.

Антикризове управління персоналом на підприємствах передбачає вирішення наступного кола управлінських завдань (рис. 1).



**Рис. 2. - Зміст управлінських завдань, що постають при антикризовому управлінні персоналом на підприємствах**

\*розроблено авторами на основі джерела [5]

Так, криза персоналу визначає невідповідність діяльності персоналу новим умовам, що виникли у процесі розвитку підприємства. Основними симптомами можуть бути почастищення конфліктів, скорочення кількості робочих годин (змін) та наявність надлишкового персоналу, зростання плинності кадрів, збільшення кількості неявок на роботу, погіршення продуктивності праці, ігнорування керівника, вказівок керівництва, погіршення дисципліни [6].

**Висновки.** Як видно з наведеного у табл. 1 переліку, антикризове управління персоналом на підприємствах спрямоване на розв'язання здебільшого традиційних завдань управління персоналом (визначення потреби в персоналі; залучення, відбір та вивільнення персоналу; оцінка персоналу; ротація та навчання персоналу; мотивація та стимулювання праці), методичні принципи та рекомендації по розв'язанню яких викладені в чисельних спеціалізованих виданнях. [7] Однак реалізація цих завдань відбувається в особливих умовах

– обмеженості фінансових ресурсів, масового скорочення персоналу, згортання державних соціальних програм, тощо. Це і обумовлює доцільність вивчення і застосування наведених антикризових питань та завдань щодо управління персоналом на підприємствах та демонструє підвищення ролі саме антикризового управління. [8]

### Література

1. Наказ МОН України від 07.10.2021 р. № 2153 «Про затвердження Переліку професій, виробництв та організацій, працівники яких підлягають обов'язковим профілактичним щепленням» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://moz.gov.ua/article/ministry-mandates/nakaz-moz-ukraini-vid-04102021--2153-pro-zatverdzhennja-pereliku-profesij-virobnictv-ta-organizacij-pracivniki-jakih-pidljagajut-obovjazkovim-profilaktichnim-sheplennjam>
2. Н. Л. Гавкалова, А. К. Кізі Мосумова. Управління персоналом в публічних організаціях: особливості та проблеми – Ефективна економіка № 6, 2016.
3. Бродский Б.Е. Антикризисное управление. М.: Омега-Л, 2009. 432 с.
4. COVID-19: Ключевые вопросы управления персоналом [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/ru\\_ru/topics/workforce/ey-bulletin-covid-19-hr-issues.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/ru_ru/topics/workforce/ey-bulletin-covid-19-hr-issues.pdf)
5. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб. Вид. 2-ге, виправл. і доп. — Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 504 с.
6. Козак К. Б., Корсікова Н. М., Древова В. В. Психологія управління персоналом в умовах економічних кризових явищ, спровокованих COVID-19. Наукові перспективи № 2 (8) 2021. С. 107-124.
7. Шапиро С.А. Управление человеческими ресурсами. М.: ГроссМедиа, 2005. 300 с.
8. Митин А.Н. Антикризисное управление персоналом организации / А.Н. Митин, А. Э. Федорова, Ю. А. Токарева, А. В. Овчинников. СПб.: Питер, 2005. 272 с.

## СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ТА ЯКОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Корсікова Н. М., к.е.н., доцент

Фоменко П.В., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

В умовах кризи у світовому середовищі та зокрема в Україні, яка перетворилася у перманентний фактор економічного життя, виникла

необхідність застосування інноваційних принципів управління якістю логістичних процесів.

Логістичний процес – взаємообумовлений, цілеспрямований рух сукупності потоків різного роду ресурсів та їх трансформація у процесі задоволення споживачів [1].

Ефективність логістичних систем досліджували такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як: Анікін Б.О., Алесінська Т.В., Бауерсокс Д.Дж., Гаджінський А.М., Кальченко А.Г., Крикавський Є.В., Кристофер М., Клосс Д.Дж., Ларіна Р.Р., Міротін Л., Мороз О., Окландер М.А., Пономарьова Ю.В., Сергеев В.І., Уотерс Д., Фролова Л. та інші, показав, що недостатньо розроблено теоретичні аспекти управління якістю логістичних процесів на підприємствах та залишились дискусійні питання і в оцінці саме їх ефективності.

Ефективність логістичної системи – це показник (або система показників), який характеризує рівень якості функціонування логістичної системи за заданого рівня загальних логістичних витрат. З точки зору споживача, який є кінцевою ланкою логістичного ланцюга, ефективність логістичної системи визначається рівнем якості обслуговування його замовлення [2]. А отже, якість логістичного процесу – складова всієї логістичної системи і є наслідком якості роботи учасників всіх господарських процесів в діяльності підприємства.

Зростаючі зацікавленість у підвищенні ефективності всього логістичного ланцюга призвела до визнання доцільності об'єднання декількох економічних систем підприємства в єдину інтегровану систему управління якістю підприємства, у тому числі, разом з підсистемою логістики.

Впровадження інтегрованої системи якості дає низьку економічних переваг: ефект синергії; оптимізації загальної системи менеджменту, тобто скорочення витрат в системі управління підприємства в цілому.

Важливим для впровадження й становлення інтегральної парадигми управління якістю є постійний контроль за рухом всіх логістичних потоків. Що, в свою чергу, висуває підвищенні вимоги і до системи оцінних показників, яка повинна забезпечувати інтегральну оцінку логістичних процесів.

Традиційно основними критеріями ефективності логістичних процесів вважають мінімізацію логістичних витрат, час, активи, задоволення споживачів.

Еволюція підходів до підвищення ефективності логістичної діяльності через формування інтегрованої системи управління якістю підприємства потребує використання інтегрального критерію.

В залежності від методів і цілей дослідження у якості складових такого інтегрального критерію можуть використовуватися різні показники, тобто не існують універсального критерію ефективності і якості логістичних процесів.

З розвитком концепції обслуговування споживача, як пріоритету і ключової мети будь-якої компанії, виникла необхідність урахування в оцінці логістичних процесів як обсягів витрат та їх мінімізацію, так і соціальну складову – задоволеність споживачів. Так серед сучасних підходів до оцінки сукупної ефективності всіх операцій, найбільш цікавою є концепція досконалого замовлення. Досконале замовлення – це найвищий критерій якості логістичних операцій, оскільки "досконале замовлення" виступає мірилом загальної ефективності всієї інтегрованої діяльності фірми, а не окремих функцій [3].

Також до інтегральних параметрів функціонування логістичної системи з урахуванням можливості отримання мультиплікативного ефекту від впровадження інтегрованої системи управління якістю, відносять: надійність, стійкість, адаптивність логістичних процесів тощо.

Для формування інтегрального показника ефективності логістичних бізнес-процесів можна скористатися моделлю, запропонованою М. Кристофером – діаграмою збалансованих переваг логістичної діяльності [4]. Ця модель має орієнтацію як на традиційні показники (час, витрати), так і на покупця (якість обслуговування) (рис.1).

Саме такий підхід ураховує фінансові та не фінансові показники логістичної діяльності, чітко виділяє ключові фактори успіху, та дає можливість оцінити діяльність підприємств в цілому.



Рис. 1. - Діаграма збалансованих переваг логістичної діяльності  
Розроблено на основі джерела [4]

Висновки. Розвиток систем управління якістю бізнес-процесів на підприємстві та впровадження відповідної інтегрованої системи їх оцінки потребує уточнення впливу різних складових логістичних процесів на

загальну ефективність логістичної діяльності та формування такого інтегрального показника, який би найбільшою мірою відповідав цілям та методам аналізу ефективності логістичних процесів на підприємстві.

### **Література**

1. Короленко Н.В. Управління якістю логістичних процесів на підприємствах: інтегральна парадигма. Ефективна економіка, 2013, №11. Режим доступу [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2013\\_11\\_49](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_11_49)
2. Рославцев Д.М. Критерії ефективності логістики організації. Режим доступу <http://eprints.kname.edu.ua/29822/1/91.pdf>
3. Логістика: навч. посібник /О. Б. Білоцерківський, П. В. Брінь, О. О. Замула, Н. В. Ширяєва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2010. – 152 с.
4. Кристофер М. Логистика и управление цепочками продаж. Спб.: Питер, 2004, 316 с.

## **ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Агєєва І. М., к.е.н., доцент  
Мельник А.В., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

З початком економічних реформ з'явилася гостра потреба в системному вивченні загальних і специфічних властивостей готельного бізнесу, його організації, закономірностей розвитку й управління, його міжгалузевих і інфраструктурних взаємозв'язків, можливостей стратегічного управління.

Готельні інновації продовжують аналізуватися лише у вузькому спектрі додаткових послуг, які може зробити готель своїм клієнтам, а її інвестиційний розвиток продовжує залишатися за межами комплексного економічного аналізу.

Інноваційна діяльність за масштабами прояву може реалізовуватися як на світовому рівні, так і на рівні галузі чи окремо взятого підприємства через відповідну стратегію в межах стратегічного набору підприємства.

Готельне підприємство – це безпосереднє, конкретне середовище, в якому здійснюється інноваційний процес від народження ідеї до її реалізації. Зовнішнє середовище будь-якого підприємства безперечно впливає на його діяльність, у т. ч. й інноваційну, зумовлює нові науково-технічні рішення щодо задоволення поточних і нових потреб, які постійно виникають.

В умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що сприяє стратегічному розвитку і підвищенню результативності

функціонування як окремих ринкових суб'єктів господарювання, так і економічної системи загалом.

Міжнародний досвід успішної діяльності підприємств готельного господарства свідчить, що безальтернативний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних методів стратегічного управління, науково-технічних досягнень, а також на готовності готелів до інновацій та нововведень.

На відміну від світових тенденцій розвиток вітчизняних готельних підприємств характеризується низькою інноваційною активністю через вартість інноваційних розробок та відсутність адаптації підприємства до інновацій.

Недооцінка управління інноваційними процесами в підприємствах, у тому числі і готельного господарства, призводить до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення принципів і методів управління. Сутність інноваційного процесу виявляється в тому, що він являє собою цілеспрямований ряд дій по впровадженню інновацій, по розробці нових продуктів і операцій, щодо їх реалізації на ринку.

Для підвищення ефективності інноваційної діяльності, для впорядкування її системної організації, поглиблення обґрунтованості і аналітичної підготовки схвалюваних рішень, оптимізації складу вживаних технологій, вдосконалення методів і форм обліку в інноваційній діяльності необхідна наявність цілої системи управління інноваційними процесами.

Між інноваціями та засобами розміщення, які їх реалізують, існують також певні зв'язки. Особливість цих зв'язків впливає на процес упровадження та поширення нововведень. Вивчення типів взаємозв'язку між нововведеннями та організацією дає змогу розглянути феномен нововведення із різних точок зору як явище, що впливає на діяльність підприємства та його результати, і як процес, розвиток якого залежить від підприємства, системи стратегічного управління, ставлення менеджерів до інновацій.

В зв'язку з цим, розглядається п'ять типів таких відносин, що впливають на стратегічний розвиток підприємства:

1. Організація – користувач інновації. Підґрунтям для визначення цього типу є сприйняття нововведення як благо, а, отже, чим більше нововведень, тим краще. Діючи за таким типом засобу розміщення слід відбирати такі нововведення, які характеризуються перспективністю. При цьому перед менеджерами необхідно поставити завдання: ухилятися від великих капіталовкладень у одне певне нововведення. Такий підхід забезпечить змогу засобу розміщення зберегти спроможність до адаптації наступного покоління інновацій.

2. Організація – творець нововведення. Діючи за таким типом готельне підприємство буде виступати ініціатором і розробником новацій у сфері

продуктів, технологій, ідей, послуг, нових видів виробничих систем, систем управління тощо.

3. Організація – розроблювач і користувач нововведення («внутрішні нововведення»). Основне завдання для підприємств такого типу полягає в необхідності своїми силами швидше вирішувати проблеми в реальному масштабі часу, ніж створювати нову продукцію для зовнішнього ринку за допомогою зовнішніх наукових центрів.

4. Організація – носій нововведення. Упровадження певних нововведень у практику потребує нових організаційних форм. Особливість цього типу взаємозв'язків між підприємством і нововведенням полягає в тому, що організаційні форми як носії нововведення самі є новими, хоча це не обов'язково.

5. Організація – нововведення. Тип взаємодії підприємства з інновацією, за якого засіб розміщення сам стає нововведенням. До нього відносять різноманітні організаційні форми взаємодії наука – виробництво – споживання: науково-технічні центри, державні організації, призначені для зміцнення зв'язків між промисловими фірмами й університетами, для консолідації фондів, що забезпечують розвиток дослідних робіт і появу нових значних технічних досягнень; інкубатори, технопарки, технополіси.

### Література

1. Аналіз готельного бізнесу України. URL: <http://prohotelia.com.ua/2011/04/hotel-business-in->

2. Готельний бізнес України. URL: <http://www.ambienteotel.com/gostinichnyiy-biznes-ukrainyi/>.

3. Кабінет Міністрів України. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-p>.

4. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету*. Серія: Міжнародні відносини. 2014. Вип. 34. С. 292–300.

## ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

Дьяченко Ю.В., к.е.н, доцент

Коренман Є.М., старший викладач

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Широке коло питань, пов'язаних із дослідженням інноваційної діяльності та інноваційного розвитку висвітлюється у працях таких відомих

вітчизняних та іноземних вчених: А. Гриньов, А. Стельмащук, В. Зянько, Л. Матросова, В. Павлов, В. Мединський, А. Шегда та ін. Але питання, що пов'язані з дослідженням взаємодії та взаємовпливу факторів інноваційного розвитку потребують подальшого уточнення та доповнення. Для здійснення ефективного управління інноваційною діяльністю, необхідно постійно аналізувати і шукати важелі впливу на ці фактори.

Умови, що створила пандемія COVID-19, внесли суттєві зміни у діяльність закладів громадського харчування та вплинули на вектор розвитку галузі. На сьогодні в Україні працює 88% закладів громадського харчування від тих 100%, які працювали до карантину. Це результат кількох локдаунів, карантинних обмежень ресторанного бізнесу та відсутності іноземних туристів. Найтяжчим місяцем для рестораторів став квітень 2020 р.: виручка українських закладів громадського харчування в той місяць склала всього ¼ частину від лютневої, відкритими залишалися тільки 32% закладів. На момент початку світової пандемії пов'язаної з COVID-19 ринок знаходився у фазі активного розвитку, яка, за прогнозами експертів, могла тривати до 2021 р. включно, адже коефіцієнт насиченості закладами ресторанного господарства в цілому по Україні становить 14,7 що майже вповнину менше ніж в державах Західної Європи [1].

В сучасних складних умовах зовнішнього середовища вкрай важливим для виживання та подальшого розвитку підприємства є активізація його інноваційної діяльності. Так, особливо актуальним є впровадження еко-інновацій, що відображає позицію підприємства по відношенню до екології та захисту навколишнього середовища. Застосування еко-інновацій дозволяє отримати високий прибуток, стимулює інноваційний процес та економічне зростання, виводить компанію в лідери на своєму ринковому сегменті і допомагає зайняти сильні конкурентні позиції на світовому ринку.

На основі досліджень було зроблено аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на інноваційну діяльність підприємства ресторанного бізнесу (табл. 1).

**Таблиця 1- Фактори впливу на інноваційну діяльність закладів громадського харчування**

Фактори інноваційної діяльності				
Зовнішнє середовище		Внутрішнє середовище		
Макро-середовище:	Мікро-середовище:	Виробниче середовище:	Управлінське середовище:	Економічні результати діяльності:
- Політичне;	- Постачальники;	- Виробнича структура;	- Структура управління;	- Розмір фінансів, вкладених в інноваційну діяльність;
- Науково-технічне;	- Посередники;	- Технологія виробництва;	- Функція управління;	- Величина ризику
- Демографічне;	- Споживачі;	- Продукція;	- Управлінські кадри;	
- Соціально-культурне;	- Ринок;	- Кадри;		
	- Інвестори.			

- Природне; - Міжнародне.		-Технічне обладнання; -Методи організації виробництва;	-Інформаційні потоки; -Процеси управління; -Методи і прийоми управління;	інноваційної діяльності; -Розмір отриманого прибутку.
------------------------------	--	---	--	--

Також, основуючись на цих дослідженнях можна виділити фактори що сприяють і перешкоджають інноваційній діяльності, дані фактори перераховані в таблиці 2.

**Таблиця 2-Стримуючі та стимулюючі фактори інноваційної діяльності**

Фактори	Фактори, що перешкоджають інноваційній діяльності	Фактори, що сприяють інноваційній діяльності
Економічні, технологічні	Нестача коштів для фінансування інвестиційних проектів; слабкість матеріальної, науково-технічної бази, застаріла технологія; відсутність резервних потужностей.	Наявність резерву фінансових, матеріально-технічних засобів, прогресивних технологій; необхідної господарської та науково-технічної інфраструктури.
Політико-правові	Політична нестабільність; обмеження, що виникають з боку антимонопольного і податкового законодавства; кримінальна обстановка.	Законодавчі заходи, що заохочують інноваційну діяльність, державна підтримка інновацій.
Організаційно-правові	Функціонально-орієнтовані структури; надмірна централізація; авторитарний стиль управління; домінування інтересів поточного виробництва.	Процесно-орієнтовані організаційні структури; демократичний стиль управління; матеріальне заохочення за інноваційну діяльність.
Соціально-психологічні і культурні	Опір нововведенням, які можуть викликати такі наслідки, як зміна статусу, необхідність пошуку нової роботи, порушення стереотипів поведінки сформованих традицій; побоювання покарань за невдачу; опір всьому новому, що знаходиться ззовні.	Моральне заохочення, суспільне визнання; забезпечення можливостей самореалізації; нормальний психологічний клімат у трудовому колективі.

Еко-інновації є сучасним інструментом, що дозволяє компаніям зменшувати витрати та виходити на нові ринки. Тому екологічні технології у всьому світі є галуззю, що динамічно розвивається. Стримуючими факторами розвитку еко-інновацій є інертність людської думки і поведінки, опір з боку тих, хто отримує вигоди від сучасного стану справ, відсутність підтримки з

боку держави та недостатність наших знань про екосистему. А до стимулюючих факторів можна віднести лише екологічну глобалізацію.

Невід'ємною частиною еко-інновацій є впровадження здорового харчування. Харчування – головний керований чинник, що забезпечує нормальний ріст та розвиток дітей, здоров'я та якість життя людини, працездатність, активне довголіття, творчий потенціал нації. Крім того, характер харчування відіграє важливу роль у зниженні ризику розвитку хронічних неінфекційних захворювань, особливо так званих «хвороб цивілізації»: серцево-судинних, онкологічних, діабету, ожиріння, остеопорозу, карієсу тощо [2].

Найпопулярнішими трендами у сфері громадського харчування є:

- акцентування на їжі переважно рослинного походження, тренд на вегетаріанство;
- використання альтернативних методів приготування їжі таких як «Су-від» технології та інші.

Дієти, основою яких є рослини, є більш екологічно стійкими, ніж дієти, багаті на продукти тваринного походження, оскільки вони використовують менше природних ресурсів та пов'язані з набагато меншим екологічним збитком. Шанувальники такого харчування знаходяться у групі зниженого ризику захворювання на ішемічну хворобу серця, цукровий діабет 2-го типу, гіпертонію, деякі види раку та ожиріння. Використання «Су-від» технології дозволяє суттєво знизити відсоток теплових втрат без біохімічних змін м'язової тканини та змін її фізико-хімічного складу.

Нажаль, в останні роки стан здоров'я населення України настільки погіршився, що проблема, можна сказати, виросла до загрози національній безпеці. Демографічна ситуація в країні оцінюється як кризова. Катастрофічне скорочення термінів життя і ріст смертності населення, різке зниження якості життя окремої людини та індексу здоров'я нації при значному порушенні харчового статусу зумовлює гостру необхідність підняття питань харчування населення України на державний рівень.

### Література

1. Кейтеринг та світ [Електронний ресурс] // Rate1. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://rate1.com.ua>

2. Тренди і тенденції ресторанного бізнесу в 2021 [Електронний ресурс] // SmartTouch POS – додатки для автоматизації громадського харчування та торгівлі, створені фахівцями. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://smarttouchpos.eu/ua/trendy-i-tendentsiyi-restorannoho-biznesu-v-2021/>

# КЛЮЧОВІ СКЛАДОВІ ЗЕМЕЛЬНОЇ РЕФОРМИ В КНР В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Мануїлова К.В., д.н. з держ. упр., доцент

Мужайло В.Д., к.е.н., доцент,

Несененко П.П., к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

**Вступ.** Для сучасного світу характерна тенденція щодо зростання уваги урядів держав до національної продовольчої безпеки. Кожна країна має визначати параметри та показники продовольчої безпеки, визначити ризики та виклики, які можливі в галузі й на цій основі розробляти національну стратегію і напрями розвитку аграрної сфери національної економіки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Відомо, що основоположним напрямком розвитку будь-якої держави завжди вважалося забезпечення населення продовольством, а його дефіцит сприймається як першочергова проблема, що вимагає оперативного втручання держави та її швидкого реагування [1]. На сьогодні, наявна система забезпечення населення продовольством та чинна продовольча безпека призвела до істотних змін в аграрній політиці багатьох країн світу в порівнянні з аналогічним процесом постачання продовольства у середині ХХ ст. В означений період головним завданням урядів було саме розвиток аграрного сектору економіки і зміцнення позицій країн у світовому продовольчому рейтингу.

На думку фахівців, у світі є три ресурси, що визначають напрями розвитку країн у найближчий період часу: питна вода, зерно та нафта. Зерно, як один із головних і визначальних ресурсів, виступає гарантом продовольчої безпеки країн, а специфічними умовами його виробництва є сільськогосподарські угіддя та сприятливі природно-кліматичні умови [2].

Відмітимо, що за даними статистичних досліджень, загальна площа світових сільськогосподарських угідь нині становить 4810 млн. га, у тому числі ріллі 3365 млн. га. Найбільшими розмірами ріллі володіють США (185 млн. га), Індія (160), Росія (134), Китай (95), Канада (46), Казахстан (36), Україна (32. 5 млн. га). До основних виробників зернових у світі в 2016/2017 МР належать КНР, США, ЄС, Індія, Бразилія, Росія, Аргентина. На восьмому місці Україна, а також Канада та Австралія [3].

Розглядаючи проблему продовольчої безпеки слід зазначити, що у цьому сенсі для України буде дуже цінним досвід Китаю у реформуванні сільського господарства. До речі, за Глобальним індексом продовольчої безпеки, що аналізує показники 109 країн, Україна отримала 56,4 бали і зайняла 52-е місце у світі) [4].

На сьогодні КНР займає другу, після США, позицію у світі за номінальним ВВП та першу по рівню ВВП за паритетом купівельної

спроможності. Економіка країни демонструє чітку тенденцію росту ключових макроекономічних показників, хоча в останні роки її економічна хода з різних причин дещо сповільнилася. Слід зазначити, що завдяки стрімкому зростанню економіки, колись злиденна країна за досить короткий час перетворилась у потужну наддержаву, а, наприклад, її доля у світовому ВВП зросла з 5% у 1978 році до 15.5% у 2015. [5, с. 71].

У наш час у КНР аграрна сфера продовжує відігравати помітну роль, залишаючись у світі провідним виробником та експортером сільськогосподарської продукції, хоча їй належить лише 10 % світової площі орної землі і це при тому, що населення країни складає близько 22 % від всього населення Землі. [5, с. 75].

На сьогодні завдяки проведеній аграрній реформі, безперервній появі нових технологій, сільське господарство КНР отримало стабільний розвиток. Наприклад, за даними Національного бюро статистики КНР у 2012 році в країні вироблено сільськогосподарської продукції на 4694,0 млрд. юанів (829,7 млрд. дол.), що забезпечило їй перше місце в світі за обсягом сільськогосподарського виробництва з часткою 27,3 % і ця тенденцію чітко простежується з року в рік і у подальшому [5, с. 75-76]. Правда, за обсягами виробництва продовольства на душу населення ця тенденція, на жаль, є не настільки вражаюча [5, с. 76].

Слід зазначити, що на початку 80-х рр. ХХ ст. частка сільського господарства у ВВП країни становила приблизно 32 %, але потім стала поступово знижуватися і у 2001 р. впала до 15,2 %, а у 2015 р., за даними ДСУ КНР, складала всього 9 %. Все це вказує на посилення процесів індустріалізації в містах і значного зростання за рахунок цього ВВП країни. Зворотна тенденція відбувається у сучасній Україні, коли процеси деіндустріалізації, особливо за останні роки, постійно збільшували частку аграрного комплексу у ВВП. [5, с. 75]

Зауважимо, що позитивні тенденції в країні стали наслідком економічних перетворень, що були запроваджені в рамках політики реформ і відкритості ще у грудні 1978 року Ден Сяопіном та розпочались саме з аграрного сектору, тоді самого відсталого та найбільш економічно уособленого.

Аграрна реформа, як одна з ключових складових цих перетворень, була спрямована, у першу чергу, на реформування існуючих земельних відносин, сприяла підвищенню матеріальної зацікавленості селян у результатах їх праці, збільшенню обсягів виробництва, розвитку сільських територій, поліпшенню умов соціального розвитку села за рахунок підвищення рівня публічного управління в них та інше. Провідною метою відмічених перетворень стало підвищення соціальної та економічної ефективності аграрного виробництва, як основи поліпшення життя населення країни, забезпечення його

продовольчими товарами на основі зростання їх якості та підвищення цінової доступності для все більшої кількості населення. Фактично головне завданням модернізації на селі вбачалось у формуванні товарного господарства з метою поживлення економічної діяльності в контексті переходу переважно традиційного (споживчого) сільського господарства до ринкового (товарного) типу.

Початок реформи на селі поклали два документи: «Рішення про деякі питання прискорення розвитку сільського господарства» і «Зразковий проект положень про роботу сільських народних комун», прийнятих на 4-му Пленумі ЦК КПК 11-го скликання у вересні 1979 р. Умовно весь період реформи пройшов два етапи. Перший етап (1979-1984 рр.) полягав у організаційно-господарській перебудові сільської економіки, а другий, що почався у 1985 р., поставив завданням підвищення на всіх рівнях ролі економічних методів в управлінні господарством з розширенням зв'язку селян з ринком і оптимізацією виробничої структури села [5, с. 88].

Головним напрямком прискореного розвитку сільського господарства стала глибока структурна перебудова, відмова від монокультури зерна в землеробстві і перехід до багатогалузевого господарства. Були визначені ключові напрямки проведення реформування:

- 1) щодо захисту права колективної власності;
- 2) здійснення принципу розподілу по праці;
- 3) повернення селянам «трьох малих свобод»: ділянок землі, що знаходяться в особистому користуванні членів комун, дозвіл займатися підсобним домашнім промислом і торгівлею;
- 4) підвищення закупівельних цін на зерно і за надпланову продукцію;
- 5) надання місцевим органам влади, промисловим і сільськогосподарським підприємствам більше прав господарської самостійності при збереженні єдиного державного плану;
- 6) вимога діяти в суворій відповідності з економічними законами, приділяючи особливу увагу дії закону вартості [8, с. 136-137].

Таким чином, село в процесі реформи, що стимулювалось економічною політикою держави, поступово переходило від однотипної структури власності до багатоукладності. До початку економічних перетворень у місті, в селі вже реально сформувалася первісна багатоукладна економіка, а багата практика реформ дозволила в середині 80-х рр. минулого століття заявити про багатоукладність як структуроутворюючий елемент моделі розвитку Китаю. В кінці 80-х років вже були чітко сформульовані основні складові нової економічної політики на селі як:

1. Сімейне підрядне господарство, як основна форма виробничої і господарської діяльності, в якій ув'язується індивідуальне і колективне господарювання при наявності їх різноманітних форм.

2. Розвиток багатьох форм господарств та господарювання при збереженні провідної ролі суспільної власності на засоби виробництва.

3. Дотримання принципу оплати за працею як основної форми розподілу, при допущенні інших джерел доходів.

4. Послідовний розвиток багатогалузевої структури економіки села.

5. Розвиток товарного виробництва і обігу з послідовним розширенням сфери ринкового регулювання як оптимального поєднання плану і ринку.

6. Визнання в умовах розвитку товарного господарства необхідної диференціації доходів.

7. Проведення політики допомоги бідним районам.

8. Здійснення політики відкритості зовнішньому світу [8, с. 138].

Зазначимо, що тривале співіснування багатьох форм власності та господарювання на селі, при збереженні провідних позицій колективної власності, мало наслідком появи багатокладної сільської економіки. Введення ринкового механізму до сфери суспільного виробництва і обміну, формування його багатоканальної системи перехідного типу, що поєднує плановий і ринковий засади - став головним результатом реформ у сільському господарстві. Причому процес розвитку ринкових відносин на селі розгортався випереджаючими темпами. Так, до початку 90-х рр. ціни на 3/4 продукції сільського господарства державою вже не регулювались (за винятком бавовни, тютюну, коконів шовкопряда, частково зерна тощо), а 2/3 товарного зерна реалізовувалося за договірними і ринковими цінами.

За роки реформи кількість ринків у селі зросла більш ніж у двічі, обсяг їх товарообігу у 15 разів, а масштаби середнього ринку у 7 разів. З'явилися оптові та спеціалізовані ринки сільськогосподарської продукції. Наприкінці 80-х – початку 90-х років швидко розвивався ринок дрібних промислових товарів, що випускалися сільськими підприємствами, [8, с. 138] а сільське господарство, фактично, стало своєрідним донором та каталізатором реформ всіх інших галузей економіки країни.

Китай на сьогодні є найбільшим у світі виробником рису, пшениці, картоплі, сорго, арахісу, чаю, ячменю, вівса, бавовни, соняшникової олії, свинини та риби. [6, с. 74] З 90-х років минулого століття країна займає перше місце в світі з виробництва зернових, м'яса, бавовни, насіння ріпаку, фруктів, листового тютюну, друге – з виробництва чаю та вовни і третє або четверте з виробництва соєвих бобів, цукрової тростини і джуту.

У період з 1990 по 2012 рік, у вартісному вираженні зростання обсягів виробництва сільськогосподарської продукції у КНР в середньому складало щорічно більше 10,7 % і спостерігається тенденція стійкого зростання, з деяким прискоренням у другій половині 2000-х рр.

Загальне збільшення обсягів виробництва за аналізований період склало 94,7 %. При цьому за даними ФАО, середньорічне зростання світового

аграрного виробництва в період з 2003 по 2012 р. становило в рік лише 2,1 % [7].

Починаючи з 2007 року, в країні була декларована, нарівні з державною, приватна власність з правом успадкування, за винятком приватної власності на землю. Як відомо, земля продовжує залишатись у державній власності з правом оренди. До 70 % поставок сировини у легку промисловість здійснюється саме за рахунок власного потенціалу КНР. В означеній галузі зайнято понад 300 млн. працівників, а з членами сімей (в період сезонних робіт) ця цифра сягає близько 850 млн. чоловік, що в 6 разів більше ніж у Російській Федерації, Японії, Англії, Франції, Німеччині, Італії та Мексиці разом узятих.

Однією з основних проблем сільського господарства зараз стає постійна нестача сільськогосподарських угідь. Рівнини складають 43 % всієї земельної площі країни, а з 320 млн. га розораних площ може бути використано тільки 224 млн. га. Всього ж орні землі складають близько 110 млн. га, що становить близько 7 % світової ріллі. За китайською класифікацією лише 21 % земельного фонду становлять високопродуктивні землі, що дозволяє вирощувати два, а на крайньому Півдні Китаю навіть три врожаї на рік. [5, с. 77]

Достатньо тривалий період сільське господарство Китаю було орієнтоване на забезпечення внутрішніх потреб країни в зернових власними силами, але в останні роки їх стали покривати імпортом. Так скорочення доступних для агрокультур земель, зробило більш вигідним імпорт екстенсивних культур, таких як пшениця і рис, чим дозволяло берегти ресурси Китаю для вирощування більш цінних продуктів, як фрукти, горіхи або овочі. Щоб підтримати незалежність країни у сфері зернових і зберігати якість їжі, уряд Китаю посилює продовольчу політику, спрямовану на культивування більш вигідних культур. При цьому, незважаючи на обмеження вирощування частки зернових, сільськогосподарський експорт КНР в останні роки суттєво зростає.

**Висновки.** Проведене дослідження показало, що проведення земельної реформи в КНР на перших її етапах призвело до вагомих результатів. Але не вирішило всіх проблем аграрного сектору китайської економіки.

Новітній етап реформ сільського господарства почався з всебічного дослідження підходів до вирішення проблем села. З початку 2000-х років сформувався основний напрям боротьби з відставанням аграрної сфери та акцентом на її ключові ланки – сільське господарство (в основному – виробництво продовольства) і селянство (в основному – підвищення доходів селян). Однак повністю вирішити цю проблему не вдалось. Знадобилося уточнити мету та засіб її досягнення.

Тому ХІХ з'їзд КПК, що відбувся у жовтні 2017 р., висунув нову аграрну стратегію – стратегію підйому села, забезпечення пріоритетного розвитку сільського господарства. В ній є два аспекти розвитку села. Перший аспект нової стратегії являє собою комплекс напрямків основних системних і структурних реформ на селі (в стадії експериментів або реалізації), включаючи проблему продовольчої безпеки країни, що лежать в основі аграрної політики, підтверджених ХІХ з'їздом КПК.

Другий аспект – це ряд інноваційних системних установок, які в теоретичному, інституціональному і правовому відношеннях покликані забезпечити необхідні умови для реалізації стратегії підйому села, аграрної політики та реформ села в нових умовах.

Обидві структурні компоненти, взаємно поєднуючись, дають нові концепції та підходи до вирішення проблеми модернізації села. Його основні інноваційні положення були зведені до наступних положень:

1. Здійснювати пріоритетний розвиток сільського господарства, села.
2. Проводити п'ять напрямків модернізації сільського господарства, села – «відродження виробництва», «впорядкованість екології», «цивілізованість місцевих звичаїв», «ефективність управління» і «заможність життя».
3. Створювати здоровий системний механізм і провадити політику інтеграційного розвитку міста і села.
4. Форсувати модернізацію сільського господарства, села.
5. Встановити термін в 30 років для продовження сімейного підряду після завершення його другого терміну дії (2028 р.).
6. Здійснювати органічну єдність у розвитку господарств дрібних селянських дворів і сучасного сільського господарства.
7. Оздоровити систему управління села, пов'язуючи самоврядування, управління на основі закону і моралі.
8. Виховати загін трудівників аграрного фронту, які розуміють сільське господарство, люблячих село, люблячих селян [9].

Це – нове положення села в системі відносин «місто - село», яке може забезпечити їй друге життя шляхом тісної ув'язки урбанізації з модернізацією. Зараз виникла унікальна ситуація, в якій село, його ресурси – просторово-територіальні, природні, людські, виробничі, економічні, екологічні, рекреаційні та інші – виявилися відразу затребуваними.

Другий шанс села – це його відродження через сільську урбанізацію, через забезпечення несільськогосподарської зайнятості, яку буде ділити з селом сучасне місто, однак для цього потрібні величезні кошти та сильна підтримка держави.

Саме посилення позицій села буде всебічно сприяти і підвищенню рівня продовольчої безпеки країни.

## Література

1. Побоченко Л. М., Циганков Е. В. Перспективи вирішення проблеми голоду та недоїдання у світі. Україна і світ: перспективи та стратегії розвитку: ефект. зб. наук. пр. 2015. № 1. С. 162–175
2. Седікова І. О., Савенко І. І. Орієнтири економічного розвитку Одеської області в умовах забезпечення продовольчої безпеки // Продовольча безпека як пріоритет агропромислової політики України : колективна монографія / І. І. Савенко, І. О. Седікова, О. Д. Бренер, Є. М. Коренман, В. К. Новічков та інш.; за заг. ред. І. І. Савенка, І. О. Седікової. – Харків : ОВ «Пром-Арт», 2019. 264 с.
3. Офіційний сайт Організації з питань продовольства і сільського господарства ООН (ФАО). URL: <http://www.fao.org/home/ru>.
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrseeds.org.ua>.
5. Несененко П. П., Гуй Х. Досвід Китайської Народної Республіки у застосуванні інструментів публічної влади в аграрній сфері // Розбудова публічного управління та адміністрування: вимоги часу: колективна монографія / ред. кол.: І. І. Савенко, О. В. Ніколюк, Н. М. Корсікова. Одеська національна академія харчових технологій. – Одеса: Друк Південь, Сімекс-прінт, 2021. С. 71-100.
6. Кіктенко В. О. 40 років Політики реформ і відкритості Китаю / В. О. Кіктенко, А. З. Гончарук, Є. В. Гобова // Вісник Національної академії наук України. 2019. № 4. С. 68-82.
7. Ван Инин. Сельское хозяйство КНР: состояние и современные проблемы развития / Ван Инин, В. А. Логинова. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sworld.com.ua/simpoz4/156.pdf>.
8. Ондасынова А. И. Китайский опыт экономических реформ в аграрном секторе / А. И. Ондасынова, А. Т. Джееналиева // КазЭУ Хабаршысы / Вестник КазЭУ. 2011. № 4(82). С. 136-140.
9. Полный текст доклада Си Цзиньпина XIX съезду КПК. URL: <http://china/caixin.com/2017-10-8/101158185.html/source EntityId=101158466>

## ДО ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ КОНФЛІКТОЛОГІЇ ЯК САМОСТІЙНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Пурцхванідзе О.В., к.філос.н., доцент  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Людське суспільство на будь-якому його рівні характеризується наявністю конфліктів, або конфліктних ситуацій. Незаперечність цього факту було усвідомлено ще античними мислителями, які в своїх роздумах хоча і не аналізували конфлікти як такі, проте фіксували їх, і вбачали в останніх умову,

або джерело існування і розвитку суспільства. Середньовічна думка, затверджуючи новий світогляд подвоїла світ, виокремивши справжній і несправжній світи, подвоїла людську природу, дихотомія якої полягала в наявності безсмертної душі і гріховного тіла і тим самим створила теоретико-методологічні засади для більш глибокого пошуку відповідей на питання щодо природи конфліктів, як внутрішньо- особистісних, так і міжособистісних. Мислителі Нового часу розвивали думку щодо впливу конфліктів на розвиток суспільства.

Проте саме у ХХ столітті спостерігається потужний розвиток теорії конфлікту, виникає конфліктологія, яка претендує на статус самостійної науки. На наш погляд проблема статусу конфліктології як самостійної науки, на сьогодні, є відкритою і заслуговує окремого розгляду і аналізу. Однак, безперечним є те, що конфліктологія виникає як міждисциплінарне явище, що є результатом усвідомлення пов'язаних з нею проблем на протязі становлення і розвитку наукової думки, і також є відповіддю на процеси, що відбувалися і відбуваються в сучасному суспільстві.

Щодо ХХ століття, коли вперше з'являються праці присвячені проблемі конфлікту, то ці часи були часами двох світових війн, криз і соціальних потрясінь. І саме в другій половині століття американський дослідник Л. Козер публікує працю «Функції соціальних конфліктів» [1] і тим самим стає засновником так званої теорії позитивно- функціонального конфлікту. Власне дехто з дослідників вважає саме цю працю початком конфліктології як самостійної дисципліни.

Виникнення конфліктології супроводжувалось і формуванням кола проблем самого знання про конфлікт. А саме, як розцінювати конфлікти будь-якого типу і в будь-якій соціальній системі. До сьогодні не вирішено питання щодо функцій конфлікту. Так Т. Парсонс, Е. Дюркгейм, Е. Мейо вважали, що конфлікт постає в суспільстві явищем подібним до хвороби, він є формою хвороби соціального організму. Він носить деструктивний, дисфункціональний характер. Тому конфліктів слід уникати, прагнути до істинної природи суспільного буття – до гармонії і рівноваги, прагнути до співпраці, яка і є запорукою соціального здоров'я, існування суспільства без конфліктів.

Інший підхід щодо функцій конфлікту формується, як зазначалось, Л. Козером, Р. Дарендорфом, К. Боулдінгом, які повертаються до конфліктної моделі суспільства. Слід нагадати, що методологію такого підходу до конфлікту було розроблено в працях К. Маркса і Г.Зіммеля. Відомо, що теорія класової боротьби, як необхідної умови розвитку суспільства і побудови «світлого майбутнього», передбачає наявність конфліктів та їх вирішення в ім'я людства. В свою чергу Г. Зіммель наголошував на конфліктній природі

суспільства і вважав, що саме вирішення конфліктів є умовою його єдності, навіть якщо одну із сторін конфлікту буде знищено.

На нашу думку і К. Маркс і Г. Зіммель послуговувались ідеями Г.Гегеля, який став засновником теорії діалектики і в якості джерела будь-якого розвитку вбачав протиріччя, що має певні етапи свого розгортання. А саме: єдність (тотожність), відмінність, конфлікт. Тобто будь-яка система може розвиватися тільки за умов безперечного існування протиріччя, конфліктів. Через зняття яких і відбувається розвиток. У К. Маркса ця ідея набула гостроти, підґрунтям чого стала створена ним матеріалістична діалектика згідно із якою все, що існує вартує загибелі. А відбувається цей процес саме через протиріччя, які властиві всім речам, через механізм змін, який реалізуються через якісно-кількісні зміни і через заперечення.

Отже повернення до конфліктної моделі суспільства супроводжувалось дослідженнями, які доводили неминучість конфліктів, їх необхідність у суспільстві, оскільки вони виконують і позитивні функції. І з огляду на це дослідники спрямували свій інтерес у бік проблеми регулювання конфліктів, можливості їх використання на користь суспільству і соціальним системам, в яких спостерігається наявність конфліктних ситуацій, або конфліктів. Таким чином конфлікт починають досліджувати як протиріччя, яке відіграє позитивно-функціональну роль у суспільстві. Так Р. Дарендорф вважає марними намагання уникати конфліктів, оскільки суспільство, то завжди є примус одних членів іншими. Єдине, що ми можемо зробити – управляти конфліктом, тобто впливати на його перебіг, що в свою чергу може стати умовою революційних і еволюційних змін суспільства, всіх його систем.

Таким чином, домінуючим підходом щодо конфлікту як явища сьогодні став саме підхід за яким конфлікт не слід вважати виключно негативною річчю. Він є невід'ємним елементом соціального буття, його слід вивчати, і навіть більше, ним можна управляти, він має позитивні функції.

Як зазначалося конфліктологія являє собою міждисциплінарне знання. Але її зв'язок із психологією не можна недооцінити. Оскільки саме підхід до конфлікту як до психологічного явища надає нам більш повну і ємку оптику проблеми. Проте, щодо психології конфлікту, то і тут серед дослідників відсутня єдність.

Як відомо ще на початку ХХ століття, коли психологія набула статусу самостійної науки, її представник З.Фройд створив теорію, яка надала можливість розглядати конфлікти як результат боротьби внутрішніх структур психіки людини. Оскільки ці структури, взаємовиключають одна одну, внутрішнє життя індивіда – то є постійна боротьба. Тобто людина формується як особистість в стані постійного конфлікту внутрішніх структур психіки. Несвідоме живе за принципом задоволення, а свідоме – за принципом реальності. Тому наше внутрішнє психічне життя перетворюється на постійну

боротьбу нашого «Я» і «Воно», свідомого і несвідомого. Конфлікт полягає в тому, що свідоме «Я» намагається зробити наше «Воно» керованим, цивілізованим і витісненим. Однак, це є неможливим виходячи із самої природи «Воно». Проте вирішувати конфлікт необхідно, тому що в іншому випадку виникає загроза руйнування особистості. Отже внутрішній конфлікт перетворюється на конфлікт: «людина – суспільство».

Попри песимізм психоаналітичного підходу до конфлікту Е.Еріксон вбачає у внутрішньо-психологічному конфлікті умову подальшого зростання і розвитку особистості. «Кожна особистісна та соціальна криза є своєрідним викликом, що приводить індивіда до особистісного росту та подолання життєвих перешкод» [2, 154], - наголошував Е.Еріксон.

Певний внесок в осмисленні проблем психології конфлікту належить М.Дойчу та М.Шерифу, які створили концепції «кооперації-конкуренції», і «закону соціальних стосунків».

Велике значення в розвитку конфліктології належить і теорії менеджменту. Сучасні теорії управління виходять з того, що управлінські конфлікти як правило призводять до позитивних результатів і навіть є бажаними в будь-якій організації, оскільки зумовлюють більш ефективну діяльність учасників конфлікту і самої організації. Конфлікти або конфліктні ситуації надають нову інформацію, щодо ситуації в організації, дають можливість отримання знання про інші погляди, думки, цілі і потреби.

Отже становлення конфліктології як самостійної дисципліни є закономірним процесом усвідомлення сутності людських стосунків і суспільного буття. Попри різні підходи до сутності конфлікту розуміння цього процесу надає можливість не просто усвідомлювати чим є конфліктна ситуація і конфлікт як такі, а стає умовою для пошуку шляхів вирішення конфліктів в управлінській діяльності.

Конфлікт, яким управляють і скеровують, з негативного явища перетворюється на потужний фактор розвитку будь-якої соціальної системи, людини і її стосунків.

### Література

1. Козер Л. Функции социального конфликта / Л. Козер. М., 2000. 205 с.
2. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / Э.Эриксон. М., 1996. 365 с.

# ПІДВИЩЕННЯ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ ВИНА НАСЕЛЕННЯМ УКРАЇНИ ЯК ОДНА ІЗ СТРАТЕГІЧНИХ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ

Агєєва І.М., к.е.н., доцент  
Русецька А.О., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Актуальністю теми дослідження є проблема низької культури споживання вина населенням України. Адже в усьому світі вино популяризують як продукт здорового життя. Деякі країни навіть вважають невід'ємним елементом денного раціону споживання. Тим самим, підвищуючи культуру споживання вина, що сприяє розвитку не лише виноробної галузі, але й економіки держави в цілому. Приведемо порівняльну таблицю, яка покаже, на скільки споживання вина впливає на розвиток галузі.

Порівняльна таблиця споживання та виготовлення вина в країнах, табл.1[1].

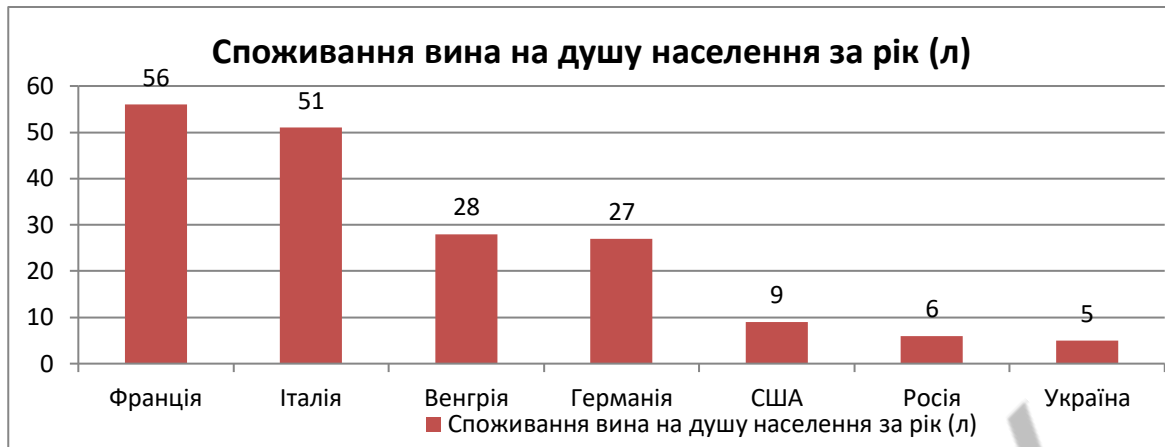
**Таблиця 1–Споживання та виготовлення вина в світі**

Місце	Споживання вина, країна	Виготовлення вина, країна
1	Італія	США
2	Франція	Франція
3	Іспанія	Німеччина
4	США	Італія
5	Аргентина	Китай

Як бачимо, Франція – країна, яка займає однакове місце за споживанням та виготовленням вина. Це доводить думку про те, що країна яка споживає вино власного виробництва, сприяє розвитку виноробної галузі. Адже Франція одна з виноробних країн, яка славиться своїми винами в усьому світі.

Виноробна галузь України має всі можливості та ресурси аби стати провідною галуззю країни. На даний час держава втратила велику частину виноградників, але завдяки сприятливим кліматичним умовам, врожай винограду не постраждав. Але виникла інша проблема, яка пов'язана з культурою споживання вина.

Сьогодні рівень споживання вина в Україні становить близько 3,5–5 л сухого вина на людину замість потрібних щонайменше 15–20 л на рік; для прикладу, рівень споживання вина у провідних європейських країнах — до 40–50 л на людину [2]. Точні дані представлені на рис.1.



**Рис. 1. - Споживання вина на душу населення в різних країнах світу**

Попри те, що українці порівняно з іншими країнами споживають набагато менше вина, вони споживають біля 60% імпортного вина, що призводить вітчизняних виробників зневірюватися і здавати позиції при такій значній конкуренції на внутрішньому ринку.

Для збільшення вживання вина населенням України необхідно кожному виноробному підприємству, крафтовим виноробам та просто домашнім господарствам заохочувати до споживання вина найближче оточення.

Зупинимо свою увагу на великомасштабних підприємствах, адже їм найважче вдається завоювати довіру до себе та свого продукту.

Щоб підвищити в Україні культуру споживання вина, українським виноробним підприємствам необхідно зруйнувати недовіру населення до власного вина. Тому рекомендується застосувати маркетингову стратегію, адже саме завдяки її інструментам можна дійти до ефективного результату.

Маркетингова стратегія – ефективною стратегією, яка тісно пов'язана з інноваційною та виробничою стратегіями.

В межах цих трьох стратегій запропоновані наступні заходи:

- активна участь в благодійних та інших винних фестивалях – це допоможе споживачу ближче познайомитися як з самою компанією та її продуктом;
- постійне впровадження нових продуктів або зміна етикеток, удосконалення вже існуючого продукту – споживач буде в постійному очікуванні, буде пильно слідкувати, адже головне зацікавити споживача і постійно тримати його в цьому відчутті;
- вдосконалення технологій виробництва вина, створення нових смаків за допомогою купажування, забезпечення органічності та природності продукту.

Запропоновані вище заходи дозволять отримати певні результати, а саме:

- підвищити інтерес та довіру до вітчизняного вина;

- примножити кількість споживачів вина, тим самим підвищити культуру споживання;
- залучити нових споживачів;
- створити власний бренд вина;
- отримати визнання серед своїх конкурентів, тощо

В наш час маркетинг, комунікації та соціальні мережі є найсильнішими інструментами, які можуть впливати на людину, варто їх використовувати, особливо для того аби виноробна галузь якнайшвидше розвивалась разом з державою.

Отже, для підвищення культури споживання вина в Україні, потрібне подальше впровадження стратегічного управління в діяльність підприємств галузі зі створенням стратегічних наборів, орієнтованих на посилення позиції маркетингової стратегії, яка допоможе виноробним підприємствам знайти свій вектор розвитку.

### **Література**

1. Журнал.Barout-Logo.Скільки вина виготовили у світі за минулий рік [Веб-сайт]. Київ, 2021. URL: <https://barout.media/news/wine-global-production-usa-italy-germany>(дата звернення: 04.10.2021).

2. Собіслав О. Виноградарство та виноробство сьогодні. Вектор руху та розвитку галузі // Сингента. Україна, 2019. URL: <https://www.syngenta.ua/news/novini-kompaniyi/vinogradarstvo-ta-vinorobstvo-sogodni-vektor-ruhu-ta-rozvitku-galuzi> (дата звернення: 04.10.2021).

3. Бойко В.О., Аверчева Н.О., Бойко Л.О. Виноградорсько-виноробна галузь України – перспективний напрям агробізнесу. Економіка АПК. 2019. №3. С. 61 — 70.

## **ЗМЕНШЕННЯ ВТРАТ ЖИТТЯ ЧЕРЕЗ МІНІМІЗАЦІЮ ДІСТАРНИХ ФАКТОРІВ РИЗИКУ: СПІЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ**

**Рингач Н.О., д. н. держ.упр., гол. наук.співробітник  
Інституту демографії та соціальних  
досліджень ім. М. В. Птухи НАНУ, Київ, Україна**

**Вступ.** Чинник харчування є необхідним та надзвичайно важливим для розвитку і життєдіяльності людини від народження до старості. Лише незначна частина українців харчується виключно продуктами власного виробництва, склад звичайного раціону абсолютної більшості певним чином формує пропозиція харчової промисловості. Особливо це стосується мешканців великих міст, де «продуктовий кошик» родини наповнюється, як правило у найближчому супермаркеті, та містить продукцію різних

підприємств. Якість та кількість харчових продуктів неминуче впливає на стан здоров'я людей, визначаючи (разом з іншими детермінантами здоров'я) тривалість та якість життя.

Проголошені Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ) дев'ять добровільних глобальних цілей з неінфекційними захворюваннями (НІЗ) для досягнення до 2025 р. включають зменшення на 25% передчасної смертності від НІЗ[1]. Для цього необхідно мінімізувати низку факторів ризику, прямо і опосередковано пов'язаних зі споживанням харчових продуктів (низький рівень у раціоні фруктів і овочів; шкідливе вживання алкоголю; недостатня фізична активність; надмірне вживання солі; надмірна вага, ожиріння; підвищений рівень глюкози і холестерину в крові; підвищений тиск крові). Має місце тісний взаємозв'язок між факторами ризику: наприклад, надмірна вага через надмірну калорійність їжі та звичку до підсолоджених напоїв обмежує мобільність, що призводить до вимушено малорухомого способу життя, і ще більше сприяє ожирінню та підвищує ризик розвитку діабету тощо.

Оновлений перелік факторів ризику на сайті IHME (Institute for Health Metrics and Evaluation), крім звичного низького рівня споживання овочів та фруктів, високого вмісту тваринних жирів, технологічно оброблених м'ясних продуктів, підсолоджених напоїв, та високого рівня солі, містить і надмірне споживання червоного м'яса, трансжирів, брак молока, волокон, горіхів, поліненасичених жирних кислот, насіння, морепродуктів тощо, субоптимальний вміст кальцію[2].

Окрім НІЗ, фактор харчування грає певну роль і у ймовірності загинути внаслідок вживання небезпечної їжі та розвитку захворювань, викликаних інфекційними агентами, що зумовлює постійне удосконалення належного контролю продукції від виробника до споживача. Сумарно всі діетарні ризики, за оцінкою IHME, зумовили у 2019 р. рівень смертності, що становив 102,7 на 100 тис. нас., та показник втрат років здорового життя (year of healthy life lost due to disability, YLDs) – 262,6 на 100 тис. нас., у глобальному масштабі. Також дослідження **Global Burden of Disease Study 2019** показало, що за 2010 – 2019 рр. у світі найбільше збільшення ризику було зумовлено тісно пов'язаними з харчуванням високим вмістом цукру крові та високим індексом маси тіла[3].

Ці фактори є такими, що можна модифікувати. Скоординована активність всіх секторів суспільства та власне населення, насамперед тих, хто виробляє і тих, хто споживає продукти харчування, впливає на результативність заходів з мінімізації ризиків для життя і здоров'я, які, в свою чергу, мають ґрунтуватися на оцінці реальних та потенційних втрат, детермінованих цими ризиками. Зазвичай оцінка втрат базується на аналізі втрат реальних (смерті, втрата днів працездатності, витрати на лікування

тощо). Нами здійснено оцінювання втрат потенційного життя, тобто років, недожитих через настання передчасної смерті від окремих причин. Сьогодні в Україні понад половина населення – це міські мешканці, з яких, в свою чергу, значна частина проживає у метрополісах (Дніпрі, Києві, Львові, Одесі та Харкові).

**Матеріали і методи:** На основі офіційної статистичної звітності щодо смертності в Україні за підсумками 2019 року за допомогою методу потенціальної демографії розраховано загальну кількість потенційно втрачених через передчасну смертність (до досягнення 65 років) років життя та обчислено стандартизовані за європейським стандартом показники для п'яти метрополісів – Дніпра, Києва, Львова, Одеси та Харкова.

**Результати.** Раціон харчування міських мешканців, особливо у великих містах, більшою мірою формується за рахунок продуктів харчування, переважно промислового походження, ніж у селі чи маленькому містечку. Тому дія нераціонального харчування є більш потужною, і внесок дієтарних факторів у передчасну смертність від основних причин у них є вищим (хоча і відмінним у різних містах, що залежить від регіональних особливостей, в тому числі культурних, та різниться для основних причин смерті).

Зокрема, у середньому внесок хвороб органів травлення становив близько 9% показника втрачених років потенційного життя (ВРПЖ) від всіх причин. Величина його частки виявилась найменшою у Одесі (7,2%) та найвагомішою у Львові (майже 15%). Можна стверджувати, що частина передчасних смертей мешканців цих міст від інших причин (серцево-судинних, новоутворень), а отже і втрат років потенційного життя, певною мірою детермінована нераціональним харчуванням. Показник ВРПЖ внаслідок хвороб системи кровообігу, на розвиток яких нездорове харчування має значний вплив, був найвищим у Харкові та Дніпрі, а від всіх новоутворень – у Одесі та Києві (табл. 1). За оцінкою ІНМЕ, в Україні, наприклад, половина смертей від ішемічної хвороби серця є пов'язаною з дієтарними ризиками, і 29% смертей від раку товстої та прямої кишки.

**Таблиця 1. – Показники ВРПЖ внаслідок передчасної смертності від основних причин у метрополісах України, стандартизований показник, людино-роки на 100 тис. нас., 2019 р.**

Причина смерті	Дніпро	Київ	Львів	Одеса	Харків	Середнє для п'яти міст
Всі причини	6449,2	6013,7	5255,2	6958,3	6208,3	6176,9
Деякі інфекційні та паразитарні хвороби	666,9	356,0	342,0	887,6	205,0	491,5

Новоутворення	857,5	880,3	704,9	894,7	869,6	841,4
Хвороби системи кровообігу	1724,4	1909,1	1178,0	1791,3	1729,3	1666,4
Хвороби органів травлення	619,9	531,8	787,0	503,4	553,7	553,7

*Джерело: розрахунки фахівців ІДСД імені М.В. Птухи за даними Державної служби статистики України*

Сьогодні саме міста, особливо метрополіси, є рушійною силою економіки та центрами інновацій. Тому саме на рівні великих міст відкриваються значні можливості для забезпечення більш здорового і безпечного харчування його мешканців безпосередньо, і для всього населення – опосередковано (через споживання виробленої в цих містах продукції). Ціль 11 Порядку денного у сфері Сталого розвитку має назву «Сталий розвиток міст та громад»[4]. Основними положеннями, що забезпечують досягнення завдань за цією ціллю, є:

- зведення разом всіх питань, що стосуються забезпечення справедливості щодо здоров'я;
- участь громадськості;
- розширення прав і можливостей громадян, в т. ч. за допомогою обміну інформацією;
- державно-приватні партнерства;
- міжсекторальна взаємодія;
- справедливість як основна цінність [5].

Всі ці положення окреслюють напрями ті механізми спільної активності влади, представників агропромислової області, інституцій громадянського суспільства та пересічних громадян для забезпечення «харчової бази», необхідної для здорового, активного та тривалого життя громадян.

**Висновки.**

Вплив на зміни у раціоні харчування та харчовій поведінці людини істотно зменшує ризик виникнення серцево-судинних, онкологічних і інших захворювань (цукрового діабету, ожиріння), а також хвороб опорно-рухової системи та травм, і відповідно, зменшує ризик настання передчасної смерті.

В Україні необхідне усвідомлення нерозривних взаємозв'язків між власне здоров'ям, економічною ефективністю, соціальною стабільністю і соціальною інтеграцією, здоровим довкіллям, а також належним управлінням з організацією міжсекторальної взаємодії.

Співпраця охорони громадського здоров'я з харчовою галуззю країни має відбиватися за таким напрямом як політика просування здорових

продуктів з мінімально можливими технологічною обробкою та штучними добавками, з обмеження насичених жирів, солі та цукру і практичної ліквідації транс-жирів у продукції.

### Література

1. Global Action Plan for the Prevention and Control of Noncommunicable Diseases 2013–2020. – Geneva: World Health Organization. – 103 p.
2. The Institute for Health Metrics and Evaluation <https://vizhub.healthdata.org/gbd-compare/> accessed 02 09 2021
3. GBD 2019 Risk Factors Collaborators. Global burden of 87 risk factors in 204 countries and territories, 1990–2019: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2019. *The Lancet*. 17 October 2020. doi:10.1016/S0140-6736(20)30752-2.
4. Sustainable Development Goals Ukraine 2020. Monitoring Report. Kyiv: SDGs State Statistics Service of Ukraine (SSSU), UNICEF in Ukraine, UN RCO. 92 p.
5. Global report on urban health: equitable healthier cities for sustainable development. WHO, World Health Organization & UN-Habitat. 2016. – 239 p.

## ГЕЙМІФІКАЦІЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Дьяченко Ю.В., к.е.н., доцент

Полоус Д.Т., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Сьогодні у всьому світі широко використовується такий інструмент як гейміфікація. Це викликано, в першу чергу, світовими тенденціями діджиталізації процесів. Гейміфікація (або ігрофікація, від англ. gamification, геймізація) – це використання підходів, характерних для ігор в неігрових процесах з метою залучення працівників чи споживачів до використання продуктів та послуг, підвищення їх включеності у вирішення прикладних завдань, що стоять перед сучасною бізнес-організацією [1].

Основними характеристиками гейміфікації можна назвати динаміку (сценарій вимагає реакції користувача у реальному часі), механіку (використання елементів сценарію, які характерні для ігрового процесу), естетику, емоційність, соціальну взаємодію з іншими користувачами [2].

Менеджмент вдається до гейміфікації як способу розвинути та систематизувати мотиваційну політику компанії. Насирова В.С. виділяє наступні завдання, які допомагає вирішити гейміфікація всередині організації:

- 1) підвищити загальний рівень продуктивності праці;

- 2) виявити лідерів у тій чи іншій області;
- 3) визначити вектор розвитку кожного конкретного співробітника і команди в цілому та стимулювати їх розвиватися в єдиному напрямку;
- 4) забезпечити всіх співробітників оперативним зворотним зв'язком за результатами діяльності;
- 5) підвищити видимість результатів роботи кожного співробітника;
- 6) поліпшити якість комунікацій в команді;
- 7) знизити кількість конфліктів;
- 8) об'єднати співробітників спільною ідеєю, залучити до командної роботи;
- 9) прищепити співробітникам цінності компанії, сформувані розуміння HR-бренду на рівні вже працюючих співробітників [3].

Слід зазначити, що гейміфікація в готельному бізнесі у внутрішньому середовищі може використовуватися також з метою набору, відбору та адаптації персоналу. Оскільки дана сфера діяльності передбачає певну сезонність, то це призводить до труднощів з пошуком кваліфікованого персоналу. В свою чергу, велике емоційне навантаження призводить до великої плинності кадрів. Використання чат-ботів для відбору та підбору персоналу скоротять час та кошти на проведення первинних інтерв'ю, оскільки кандидат отримає більш повну інформацію про компанію та отримає змогу надіслати докладну анкету, що значно пришвидшить прийняття рішення hr-менеджером стосовно нього. ТНК Marriott International Inc. вже використовує готель-гру, аналог Farmville чи The Sims для адаптації в готельній індустрії та корпоративній культурі [5].

Гейміфікація в маркетингу готелю дає змогу вирішити такі завдання: залучення користувачів, утримання уваги споживачів, монетизація відвідування. Елементи гри вже впроваджуються в роботу готелів та ресторанів для ефективних продажів послуг та збільшення кількості споживачів. Адаптація цих закладів до використання ігрових технологій, застосування систем лояльності, накопичення балів, якими вимірюються досягнення користувачів у процесі гри, винагороди за виконані завдання або досягнення певного статусу (рівня, кількості балів) є економічно вигідною для підприємства. Реальні переваги (безкоштовний сніданок/обід/вечеря, додаткова страва, збільшення чисельності гостей, зменшення суми чеку тощо) є ефективними поряд із віртуальними. Реальні винагороди зближують користувача із реальним закладом, дозволяють йому оцінити всі переваги та в результаті перетворюють його із віртуального в реального лояльного споживача послуг [6].

Для залучення нових клієнтів доречно буде використовувати ігрові елементи на сайтах та у мобільних додатках, коли гість бажає забронювати готель: наприклад 3D-модель номеру, будівлі готелю чи інтерактивна схема

проїзду до готелю, з зображенням на мапі також розважальних закладів та визначних місць.

Для утримання існуючих клієнтів доцільно впроваджувати ігрові елементи у програми лояльності та при отриманні зворотного зв'язку. Цікавою ідеєю є впровадження корпоративного персонажу та створення навколо нього певної легенди. Це дозволить зміцнити емоційний зв'язок з клієнтом, що значно підвищить лояльність до готелю. Так, HotelPrinzLuitpold-Bad (Німеччина) застосував ігрові елементи, щоб залучити своїх гостей до благодійності. Апелюючи до історичних зв'язків готелю як резиденції лицарів і королів, готель пропонує гостям отримати своєрідну «нагороду за відданість». Після 21 ночівлі клієнти готелю отримують лист, в якому їх запрошують стати королем – зробити благодійну пожертву. Сертифікат передається до готелю. Загалом, більше чверті гостей взяли участь і збрали кілька тисяч євро [7].

Отже, гейміфікація – це сучасний інструмент, який може застосовуватися зокрема і в готельній сфері, як для залучення та утримання гостей, так і для поліпшення політики управління персоналом та організаційного розвитку. Ми вважаємо, що застосування ігрових елементів у сфері гостинності може стати однією з головних подій найближчих років. Світові столиці: такі як Лондон, Берлін, Барселона, Стокгольм, вже активно застосовують гейміфікацію та доповнену реальність для побудови інтерактивного досвіду туристів. Проте в Україні через високу вартість інноваційних розробок та відсутність адаптації підприємства до інновацій даний інструмент використовується не дуже активно.

### Література

1. К. Вербах, Д. Хантер. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса. М.2015, 224 с.
2. Гейміфікація – один з трендів сучасної освіти. [Електронний ресурс] URL:<https://www.slideshare.net/samoyira/ss-53922372>
3. Насирова С. В. Гейміфікація як ефективний інструмент мотивації персоналу сучасної організації. Науковий огляд. 2019, вип. 56(3), С. 1-12.
4. Widawska-Stanis A. Gamification as a new trend in marketing // Маркетингі менеджмент і інновацій. 2014, № 4, Р. 57-64.
5. Середа Г.В. Гейміфікація в менеджменті персоналу: зарубіжний та український досвід. Економіка і організація управління. 2017, №4, С. 216-223.
6. Туник О. М. Гейміфікація як маркетинговий тренд туристичних подорожей. Збірник матеріалів ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Ефективність підприємницької діяльності: маркетинговий аспект». Київ. КНЛУ, 2017, С. 60–63.

7. Gamification in Tourism. Best Practice.[Електроннийресурс] URL: <https://thinkdigital.travel/wp-content/uploads/2014/05/Gamification-inTourism-Best-Practice.pdf>

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДИСТРИБУЦІЙНОЇ КОМПАНІЇ**

**Дьяченко Ю.В., к.е.н, доцент**

**Агеєва І.М., к.е.н., доцент**

**Коренман Є.М., старший викладач**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Сучасні тенденції розвитку ринку продовольчих товарів характеризуються високим ступенем конкуренції, залежністю від впливу природних та екологічних факторів, потребою в спеціальних умовах зберігання продукції – все це вказує на те, що умовою ефективності діяльності виробників та продавців продуктів харчування є впровадження інноваційних підходів та удосконалення логістичної діяльності. Для того щоб забезпечити сталий розвиток та збереження своїх позицій на ринку, підприємства повинні мобільно реагувати на всі зміни зовнішнього середовища. У зв'язку з цим, підприємствам треба шукати та впроваджувати новітні методи управління - до таких належить логістична концепція управління підприємством.

Під логістичною концепцією мається на увазі парадигма (керівна ідея), як платформа підтримки бізнесу і інструментарій оптимізації ресурсів підприємства при управлінні основними і супутніми потоками. Фундаментальними концепціями в логістиці є: - інформаційна; - маркетингова; - інтегральна.

Інформаційна концепція логістики полягає в тому, щоб сформулювати загальну проблему управління матеріальним потоком бізнес-об'єкта (підприємства в цілому або окремої функціональної області: постачання, виробництва, продажу) і одночасно синтезувати інформаційно комп'ютерне забезпечення вирішення проблеми. Основні стратегічні рішення полягають у тому, щоб автоматизувати тривіальні завдання і використовувати інформаційно-комп'ютерну підтримку для вирішення складніших оптимізаційних логістичних завдань. Практичними прикладами використання інформаційної концепції логістики є широко поширені системи / підсистеми та інформаційно-програмні модулі: MRPI, MRPII, DRP, OPT, QR, CR. У цих модулях вирішуються і конкретні задачі оптимізації, наприклад визначення оптимальної партії поставки (замовлення) або рівнів запасів продукції, оптимізації виробничих потужностей і роботи підйомно-транспортного обладнання та ін [1].

У той же час логістичні системи, спочатку побудовані виключно на принципах інформаційно-технологічної концепції, не мали необхідної гнучкості та інтегрованості, які потрібні на сучасному етапі розвитку ринкової економіки, тому набула розвитку маркетингова концепція логістики. Вона акцентує увагу менеджменту компанії на організації логістичного процесу в області розподілу (дистрибуції) для посилення позицій фірми в конкурентній боротьбі. Така логістична система повинна підтримувати стратегію конкуренції фірми на ринку за рахунок прийняття оптимальних рішень в розподілі, прогнозуванні попиту на продукцію, інтеграції логістичних операцій і функцій фізичного розподілу, певної перебудови управління логістикою в компанії.

В останні роки активно поширюється нова логістична концепція, яку більшість дослідників називають інтегральною або концепцією інтегрованої логістики. Ця концепція по суті розвиває маркетингову, враховуючи нові умови бізнесу на сучасному етапі, а саме: - нове розуміння механізмів ринку і логістики як стратегічного елемента в конкурентних можливостях фірми; - перспективи інтеграції між логістичними партнерами, нові організаційні (структурні) відносини; - нові технологічні можливості, зокрема, в області гнучких виробництв та інформаційно-комп'ютерних технологій, контролю та управління у всіх сферах виробництва і розподілу продукції. Концепція інтегрованої логістики полягає в розгляді логістики в якості синтетичного інструменту менеджменту інтегрованого матеріального потоку для досягнення цілей бізнесу. Дана концепція відображає нове розуміння бізнесу, де окремі підприємства, організації, системи розглядаються як центри логістичної активності, прямо або побічно пов'язані в єдиний інтегральний процес управління основними і супутніми потоками для найбільш повного і якісного задоволення попиту відповідно до їх специфічними потребами і цілями бізнесу [1].

В результаті еволюції логістики сьогодні використовуються такі логістичні концепції/технології, як:

- RP Requirements / resource planning (планування потреб / ресурсів);
- JIT Just-in-time (точновстрок);
- LP Lean Production («бережливе» виробництво).

Серед інших логістичних концепцій, більшість яких з'явилося в останні десять років, можна вказати наступні:

- Supply chain management SCM – «Управління ланцюгом поставок»;
- Time-based logistics – «Логістика в реальному масштабі часу»;
- Value added logistics – «Логістика доданої вартості»;
- E-logistics – «Електронна логістика»;
- Virtual logistics – «Віртуальна логістика» [2].

Процес оцінки ефективності логістичної діяльності підприємства повинен бути спрямований на вирішення основних завдань: 1) моніторинг логістичних операцій; 2) контроль над процесом виконання транспортно-логістичного обслуговування; 3) оперативне управління на основі виявлених тенденцій; 4) розробка подальших тактичних і стратегічних дій для вдосконалення логістичного процесу на підприємстві.

Логістична діяльність дистрибуційної компанії полягає у постачанні товарів від виробника до кінцевого споживача. Вона передбачає ефективну організацію логістики, управління ланцюгами поставок, фізичну доставку товару в точки продажу, мерчандайзинг тощо. Всі описані вище процеси, що налагоджені належним чином, сприятимуть мінімізації витрат, які пов'язані з постачанням продукту потенційним споживачам, а також передбачають грамотне позиціонування товару на полицях магазинів. Даний термін можна розглядати як поєднання процесу налагодження всього процесу продажів і географічного поширення продукту на ринках збуту. Загалом мета дистрибуції – надати споживачам можливість придбати необхідний продукт в потрібний час, будь-якому місці, за доступною ціною, в найбільш зручній формі та вигідними умовами [1].

Дистрибуція товарів, які мають нетривалий термін зберігання або складнощі при транспортуванні на далекі відстані має свої особливості. Наприклад, на ринку виробників молока і молокопродуктів простежується проблема із нестачею сировини та обмежені можливості сільськогосподарських підприємств забезпечити відповідну технологію виробництва молока вимогам чинних нормативно-правових стандартів якості, що призводять до зниження якості молока (зменшення гатунковості) і негативно впливає на закупівельні ціни та, відповідно, на показники ефективності діяльності виробників і переробників. Тому створення стабільних каналів реалізації є вкрай важливим аспектом діяльності таких підприємств і гарантією ритмічного надходження молока на молокопереробні підприємства, що забезпечить населення продукцією [3].

### **Література:**

1. Моделі і методи логістичного управління суб'єктами господарювання й економікою регіону: монографія Р. Р. Ларіна, О. Г. Череп, І. Ю. Грішин, А. О. Ілаєва. Сімферополь: ВД «АРІАЛ», 2011. 234 с.

2. Фактори, що формують сучасний транспортно-логістичний сектор. Як практично використовувати діджиталізацію. URL: <https://www.trans.eu/ua/blog/tff/factory-scho-formujut-tls/>

3. Карпенко В. Оцінка забезпечення функціонування молокопереробних підприємств України. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в

## УПРАВЛІННЯ МОНЕТИЗАЦІЄЮ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Асауленко Н. В., аспірант, старший викладач  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Особливістю ресторанів як закладів громадського харчування є наявність асиметрії між структурою їх послуги та структурою плати за неї. Вони надають клієнтам комплексну послугу, що складається з декількох окремих елементів (продаж приготовленої під замовлення їжі, надання місця для споживання їжі та обслуговування клієнта) [1,2]. Вартість всіх послуг, що надаються рестораном, традиційно включається в ціну їжі. Таку модель монетизації комплексної послуги ресторану ми будемо називати традиційною парадигмою монетизації. Її також можна описати як непрямую модель монетизації. Наслідком цієї асиметрії є те, що створюється простір для взаємного невдоволення клієнтів та ресторану один одним: для клієнта вартість їжі в ресторані виглядає завищеною, оскільки вона набагато перевершує вартість тих продуктів, з яких її приготували. У цій ситуації менеджменту ресторану необхідно, з одного боку, домогтися того, щоб клієнти оплачували повну вартість комплексної послуги, що надається рестораном, а з іншого щоб вартість харчування в ресторані була для клієнтів прийнятною. Іншими словами, необхідно монетизувати всі елементи комплексної послуги, а не тільки пропоновану їжу, як при традиційному підході. Перше завдання полягає в недопущенні безкоштовного використання клієнтами ресторану як місця проведення часу, а також у стимулюванні оплати клієнтами послуг офіціантів. В даний час, коли сектор громадського харчування зіткнувся зі значними труднощами, розробка інструментів для вирішення цих двох завдань має велике значення [3]. Вирішити ці проблеми ресторан може за допомогою управління політикою монетизації шляхом усунення асиметрії між структурою своєї комплексної послуги та структурою виручки. В даний час в сфері громадського харчування накопичено чималий практичний досвід в цій області. Однак він поки не отримав віддзеркалення в науково-практичній літературі. Вітчизняні та зарубіжні дослідники зосереджуються на проблемах формування цін на їжу, способах максимального врахування в цих цінах повних витрат закладу.

Під монетизацією ми розуміємо формування зв'язку між цінністю, пропонованої закладом, платою, яка стягується з клієнтів. Визначення каналу, за допомогою якого цінність для клієнта буде перетворюватися в виручку для підприємства [3]. При виборі монетизації підприємство вирішує, за що і з кого

воно буде стягувати плату. Управління доходами є вибір інструментів, які будуть використовуватися для максимізації сукупної виручки [4]. Ціноутворення можна визначити як вибір конкретної методики розрахунку кількісного значення плати за послугу ресторану. У сукупності вибір моделей монетизації, управління доходами і ціноутворення формує систему монетизації.

Для вирішення описаних вище завдань ресторан може використовувати неекономічні та економічні інструменти, спрямовані на монетизацію комплексної послуги ресторану. Під неекономічними заходами розуміються різноманітні способи забороняючого або переконливого впливу на клієнтів, покликані спонукати їх оплачувати непродуктовий елемент послуги ресторану (або здійснювати платіж за комплексну послугу ресторану в обсязі, достатньому для оплати не тільки продовольчого, але і непродуктового компонента). При неекономічних заходах зберігається модель ціноутворення, заснована на тарифікації тільки продовольчого компонента послуги, економічні заходи являють собою сукупність інструментів для стягнення обов'язкової плати з клієнтів на непродуктовий компонент послуги. Як економічні, так і неекономічні заходи можуть бути явними та неявними. В разі явних заходів певні елементи комплексної послуги ресторану виділяються в якості самостійних, про що повідомляється клієнту. При неявних заходах таке виділення відсутнє. Економічні заходи передбачають окрему тарифікацію непродуктового компонента. Ці види заходів не обов'язково протиставляються один одному та можуть використовуватися спільно.

### Література

1. Варипаєв О. М. Особливості послуг громадського харчування на сучасному етапі розвитку галузі. Вісник КНТЕУ. 2017. Т. 18, № 1. С. 10–16.
2. Крапива Т. В. Особливості формування ціни на продукцію підприємств громадського харчування в умовах регіону. Техніка і технологія харчових виробництв. 2016. Т. 40, № 1. С. 157–164.
3. Camilleri, M. A. Pricing and revenue management. Travel marketing, tourism economics and the airline product. Cham: Springer, 2018. P. 155–163.
4. Täuscher, K. Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces. European Management Journal. 2018. Vol. 36. № 3. P. 319–329.

# ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ АГРОПРОМИСЛОВОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

Мануїлова К.В., д.н. з держ. упр., доцент  
Полянській А.О., магістрант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

**Вступ.** Логістика в агропромисловому комплексі (далі - АПК) має певні особливості, які обумовлені не лише специфікою аграрного виробництва, а й діями ринкового механізму галузі.

**Матеріали і методи.** Виконання даного наукового дослідження проводилось на основі аналізу наукової літератури та статистичних даних.

**Результати.** Передусім, з'ясуємо сутність поняття «логістика». Зазвичай під поняттям логістика розуміють таку сферу діяльності, об'єктом якої є організація та регулювання процесів надходження продукції, що виготовляється, від виробника до споживача. Тобто це управління матеріальними ресурсами під час їх закупівлі або виробництва, перевезення, зберігання.

У науковому середовищі не існує єдиної думки щодо визначення поняття «логістика». Автори ряду публікацій розглядають її передусім як науку, що дає змогу оптимізувати кооперативні зв'язки. Інші вважають основним середовищем застосування логістики внутрішньовиробничі процеси з обов'язковим включенням у логістику питань планування завантаження обладнання, визначення розмірів партій запуску деталей.

На думку західних спеціалістів, логістика – це інтеграція процесу перевезень з виробничою сферою що включає вантажно-розвантажувальні операції, зберігання і транспортування товарів, а також необхідні інформаційні процеси [1, с. 47].

Сьогодні здійснюються спроби подальшого розширення сфери застосування логістики шляхом виділення нових об'єктів її дослідження енергетичних, трудових та інших потоків, які присутні в економічних системах [8, с. 20].

Розглянувши логістику в різних сферах діяльності, за участі яких підприємство може подолати наслідки фінансово-економічної кризи, можна констатувати, що логістика може зайняти визначне місце в розвитку підприємства. Логістика є не лише наукою, а й галуззю діяльності підприємства, яка охоплює майже всі види його діяльності.

Логістику використовують у різних сферах виробництва, розподілу та обміну продукції. Впровадження логістики у сферах інновацій та інвестицій, які є показниками економічної активності діяльності підприємства, дозволить більш раціонально використовувати ресурси, що значно впливають на кінцевий результат, а це завдання ставить перед собою будь-яке підприємство.

Ефективність функціонування діяльності підприємств передусім від розвитку логістичної інфраструктури. Як стверджують професійні логісти, щоб заробляти більше, необхідно мати добре оснащення, а щоб придбати його – необхідно більше заробляти [4, с. 62].

Новий підхід до логістики на основі всього підприємства полягає в тому, що логістичні системи мають створюватися та керуватися з максимальною ефективністю діяльності, адже основний принцип і метод логістики полягає в пошуку раціональних (оптимальних), тобто не тільки припустимих, а й найкращих у певному розумінні керівних впливів на економічні об'єкти при заданих умовах їх функціонування. Тому велику увагу почали приділяти між функціональним компромісам.

Отже, можна констатувати, що логістика залежно від її сучасного рівня розвитку є комплексним (системним) методом розробки стратегій і механізму оптимізації господарчих зв'язків на основі між фірмових чи між функціональних економічних компромісів.

Застосування логістики підвищить ефективності проведення зовнішньоекономічних операцій і допоможе у вирішенні таких питань, як: орієнтація з асортиментом продукції на відповідні ринки, нарощування обсягів доходів на ринках, підвищення конкурентоспроможності, нарощування темпів зростання продуктивності праці працівників, зменшення собівартості продукції та її збут, ефективне використання фінансових ресурсів, одержання оптимального ефекту від використання прибутку від господарської діяльності, укладання ефективних договорів, врахування своєчасної практики ціноутворення [2, с. 86].

Розвиток логістики стимулює необхідність швидкого реагування виробників на кон'юнктуру ринку, породжує прагнення за короткий термін адаптуватися в нових умовах. У результаті створюється логістика підприємства.

Втім, основні цілі логістики коригуються у зв'язку з розвитком інтеграційних процесів у світовому економічному просторі. Створюється простір для впровадження міжнародних логістичних систем, характерною ознакою яких є рух товарів через державні кордони. За доцільне слід вважати застосування логістики і в аграрному секторі економіки України.

Україна – держава з потенційно експорто спроможним сільським господарством. Продовольча небезпека та дефіцит можуть бути подолані завдяки наявності в Україні сприятливих природно-кліматичних умов, зокрема запасів родючих чорноземів та можливості виробництва екологічно чистої продукції. Тому успішне вирішення завдань ефективного розвитку аграрного сектору економіки України, зростання його конкурентоспроможності набуває особливого значення в умовах кризи.

Майже 80 % території України займають сільськогосподарські угіддя. Це набагато більше, ніж у державах Європи. Тому проблеми сільського господарства в нашій країні є дуже важливими, особливо на сучасному етапі розвитку країни.

Громадськості постійно нав'язується думка, що ефективним є тільки велико-товарне виробництво, забезпечити яке може лише великий бізнес на великих площах. Від самого початку фермерські та особисті селянські господарства до нього не належали, і ставку на їхній розвиток ніхто не робив. Велико-товарне виробництво має риси інноваційного спрямування, а саме: високий рівень концентрації, впровадження інвестиційно-інноваційних технологій на виробництві товарної продукції [6, с. 92].

Для подолання зазначених проблем доцільно застосовувати логістику. Застосування логістичного підходу в агропромисловому комплексі дозволить вирішити безліч питань, зокрема доцільно виділити логістичні системи на макрорівні: виробники продукції, складське господарство, переробні підприємства та споживачі об'єднуються в єдину систему, обсяги витрат підприємства [4, с. 65]. Це дозволить отримати позитивні результати для кожного з її елементів:

- виготовляти продукцію, орієнтовану на ринок;
- зменшити втрати в зв'язку з несвоєчасним збором та недотриманням умов зберігання врожаю;
- реалізовувати продукцію по ринкових цінах;
- забезпечити певну стабільність запасів продовольства;
- виробникам отримувати вищі доходи за рахунок зниження витрат, розширення діяльності та ринкових змін;
- споживачам – купувати якісну продукцію від вітчизняного виробника протягом значно довшого періоду.

Підкреслимо, що для ефективності сільського господарства потрібно не лише забезпечити виробництво продукції, а й попідкуватися про мережі її збуту. Необхідно акцентувати увагу на розвитку логістики у сфері агропромислового комплексу. Саме ефективне управління матеріальними потоками слід вважати головною умовою розвитку сільського господарства як однієї з основних бюджетоутворюючих галузей економіки України.

**Висновки.** У сучасних умовах розвитку економіки виникає потреба досягнення підприємством стабільності на ринку та закріплення його позицій серед конкурентів. Вирішення цієї проблеми пов'язане із формуванням власної ринкової стратегії, проведенням постійних маркетингових досліджень, моніторингу мікро і макросередовища фірми та виробленням певної моделі поведінки, що дасть змогу розвиватися та освоювати нові ринкові сегменти. Для підприємства дуже важливим є раціональне підприємництво, що означає вдало організовану в часі і просторі комерційну діяльність, яка забезпечується

відповідним механізмом та технологією його розвитку. Саме підприємство можна розглядати як логістичну систему, оскільки в широкому розумінні логістика охоплює всі процеси, забезпечуючи планування, регулювання, управління та контроль.

### **Література**

1. Богач А. Принципи та напрямки аналізу витрат на функціонування логістичних систем // Логістичні системи. 2006. №2. С. 46-51.
2. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства. ЦУЛ, 2002. 106 с.
3. Івженко А.С. Проблеми сучасної логістики та шляхи їх вирішення // АПЕ, 2008. 26 с.
4. Кобзева К.В. Теоретичне обґрунтування становлення логістики як науки // Економіка, Менеджмент, Підприємництво. Збірник наукових праць // Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2007. №18. С. 61-66.
5. Ларіна Р.Р. Логістика: Навчальний посібник // Д.: ВІК, 2005. 335 с.
6. Мойса М.Я. Організаційно-економічні чинники підвищення ефективності аграрних підприємств // Економіка АПК №1. 2010. С. 86-93.
7. Москвітін Т.Д. Торговельна логістика: Навч. посіб // К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. 161 с.
8. Судакова О. Логістизація як засіб забезпечення економічної безпеки підприємства // Схід. 2008. №3 (87). С. 19-24.
9. Чернописька Н.В. Методичні підходи оцінювання логістичної діяльності підприємства / Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008. № 608. С. 265-271.

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ФІРМ НА РИНКАХ УКРАЇНИ**

**Чабаров В.О. к.т.н., доцент**

**Євтушок О.В., к.е.н., старший викладач**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

В сучасних умовах проблема дослідження міжнародної комунікаційної політики фірм є дуже актуальною, адже масштаби діяльності компаній стають все більш глобальними, міжнародний ринок з кожним роком розширюється, насичується новими товарами та послугами, разом з чим підвищуються вимоги до них. За умов постійного посилення світової конкурентної боротьби зростає роль підтримуючих заходів для реалізації продукції та розвитку інформаційних технологій. Тому надзвичайно великого значення набувають

маркетингові комунікації як впливовий засіб витримати конкуренцію і збільшити обсяг продажів компанії.

При аналізі застосування комунікаційної політики в міжнародних корпораціях виникає ряд проблем, які потребують детального вивчення, враховуючи все більш динамічний розвиток міжнародних економічних відносин. Суттєвим питанням при цьому виявляється для міжнародного маркетингу співвідношення глобального і локального підходів у діяльності фірми, а отже, правильного формування та розвитку відносин фірми з країною перебування в цілому та її окремими цільовими аудиторіями.

Відсутність завжди дієвих стратегій, єдиного алгоритму дій та сильна залежність від обставин є незаперечним свідченням складності самого процесу. Тому розробка та реалізація ефективної міжнародної комунікаційної політики є дуже важливим напрямом діяльності компанії. Таким чином, актуальність вивчення теоретичних і практичних аспектів застосування маркетингових комунікацій зумовлена гостротою цієї проблеми зокрема в Україні.

На сьогоднішній день в силу політичних, соціальних та багатьох інших факторів темпи розвитку ринкових відносин в Україні поки що залишаються невеликими. Однією з причин ситуації, що склалася, є недостатньо ефективне використання маркетингового механізму взагалі і безсистемне використання маркетингових комунікацій у підприємницькій діяльності вітчизняних підприємств зокрема. [2, с. 32]

Всеукраїнська рекламна коаліція разом з профільними індустріальними асоціаціями і найбільшими гравцями рекламно-комунікаційного ринку завершила дослідження об'ємів ринку поточного року.

Як правило, українськими компаніями маркетингові комунікації сприймаються як діяльність, яка має суто функціональний характер, що стає потім причиною управлінських конфліктів і ускладнює інтеграцію комунікацій в систему управління підприємством. Недооцінка важливості маркетингових комунікацій та відсутність методологічного апарату їхньої реалізації призводить до нераціонального використання ресурсів, які витрачаються на комунікації із зовнішнім середовищем і, як наслідок, до неефективного менеджменту. [1, с. 125-130]

Крім того, були зроблені перші прогнози щодо розвитку ринку в наступному році.

**Таблиця 1 - Зведена таблиця обсягів рекламно-комунікаційного ринку України 2019 і прогноз на 2020 роки**

Digital реклама (за класифікацією IAB):	Підсумки 2019 р., млн грн	Частка мобайла (трафік)	Підсумки 2020р., млн грн	Відсоток зміни 2020 до 2019	Прогноз 2021, млн грн	Відсоток зміни 2021 до 2020
Банерна реклама, оголошення в соціальних мережах, rich media	3 240		3 180	— 2%	3 657	15%
Спонсорство	200		<i>спонсорство враховано в банерній</i>			
Цифрове відео, вкл. Youtube	2 939	70%	3 800	29%	5 320	40%
<b>Всього інтернет медіа</b>	<b>6 379</b>		<b>6 980</b>	<b>9%</b>	<b>8 977</b>	<b>29%</b>
Пошук (платна видача в пошукових системах), включаючи частину GDN	9,000	70%	12 300	37%	17 835	45%
Інший діджитал	676		630	-7%		
<b>ВСЬОГО інтернет ринок</b>	<b>16 055</b>		<b>19 910</b>	<b>24%</b>	<b>27 505</b>	<b>38%</b>

*Джерело: побудовано авторами*

Таким чином, загальна зведена картина медіа рекламного ринку України 2020 року виглядає, як наведено в таблиці 2.

Як бачимо, нехай і нерівномірно по рекламним медіа каналах, але в цілому рекламний медіа ринок України за підсумками 2020-го пандемічного року «залишився при своїх». Не кожному рекламному ринку в інших країнах так «пощастило». 2020 рік ознаменувався великою рецесією у глобальному масштабі, що безумовно відобразилося і на галузі маркетингових сервісів. Карантинні умови найбільше вплинули на event marketing, можна обговорювати розвиток віртуальних і гібридних заходів, але цей тип проектів не компенсував падіння всієї категорії, як наслідок спостерігаємо спад на 55%. Організувати trade та consumer програми було більше можливостей, тому за оцінкою експертів маємо зниження об'ємів на 15% та 20%. Найбільш стабільна ситуація в Loyalty marketing, зменшення на 5%. Загальний спад об'ємів ринку маркетингових сервісів у 2020 році на рівні -25%.

**Таблиця 2 - Підсумки аналізу маркетингових сервісів та їх питома вага за 2019-2020 роки**

	Підсумки 2019р., млн грн	Підсумки 2020р., млн грн	Відсоток зміни 2020 до 2019	Прогноз на 2021р., млн грн	Відсоток зміни 2021 до 2020
ТБ-реклама,	11 527	12 175	5.6%	13 392	10%
Пряма реклама	10 089	10 593	5%	11 652	10%
Спонсорство	1 438	1 582	10%	1 740	10%
Реклама в пресі, всього	1 850	1 466	— 20.8%	1 541	5.2%
Національна преса	1 106	866	— 21.7%	947	9.4%
в т.ч. Спонсорство	284	215	-24.4%	238	10.5%
Регіональна преса	320	243	-23.9%	262	7.5%
Спеціалізована преса	425	357	-16%	333	-6.7%
Радіо реклама, всього	717	717	0%	825	15%
Національне	518	512	-1%	595	16%
Регіональне	65	65	0%	75	15%
Спонсорство	134	140	4%	155	11%
ООН Media, всього	4 240	3 159	-25%	3 695	17%
Зовнішня реклама	3 283	2 433	-26%	2 799	15%
Транспортна реклама	600	351	-42%	402	15%
DOOH	205	291	42%	402	38%
Indoor реклама	152	85	-44%	92	8%
Реклама в кінотеатрах	58	20	-65%	26	30%
Digital (Internet) Media реклама	6 379	6 980	9%	8 977	29%
Всього рекламний медіа ринок	24 771	24 517	— 1%	28 456	16

*Джерело: побудовано авторами*

Цей рік став неабияким викликом та сформував нові тренди та механізми, які зберігатимуться і в 2021 році. Навіть за теперішніх обставин, потрібно тримати або нарощувати частку ринку, запускати нові продукти, підтримувати продажі, досягати поставлених цілей. Для більшості вказаних задач потрібно реалізовувати маркетингові програми. Тому експерти МАМІ прогнозують у 2021 році збільшення об'ємів по категоріям, а в цілому зростання ринку маркетингових сервісів на 8%.

Як відзначають в асоціації UAPR, вперше за багато років було складно зібрати прогноз обсягу ринку PR у бізнес секторі. Є щасливці, що очікують зріст бюджетів на PR на 25%, але є і ті, що говорять про ті ж самі 25% падіння. Але в цілому, все ж більшість сходиться на тому, що 2019=2020=2021, а різкі сплески та падіння свідчать, швидше, про певний перерозподіл сил на ринку. Тобто, галузь повернулася до цифр 2019 року та планує залишатись на тому ж рівні і у 2021 році

**Таблиця 3– Прогнози експертів МАМІ щодо зростання ринку маркетингових сервісів на 2021 рік**

Маркетингові сервіси	Підсумки 2019р, млн.грн..	Підсумки 2020р	Відсоток зміни 2020 до	Прогноз на 2021р.,	Відсоток зміни 2021 до
Обсяг ринку МС, ВСЬОГО	7 034	5 299	-25%	5 707	8%
У тому числі:					
Trademarketing (Мерчандайзинг, Tradepromo, Loyalty marketing )	2 542	2 161	-15%	2 269	5%
Consumer marketing	1 587	1 270	-20%	1 396	10%
Event Marketing and Sponsorship	1 783	802	-55%	923	15%

*Джерело: побудовано авторами*

У 2020 відбувся перерозподіл фінансування з акцентом на підтримку сфери охорони здоров'я. У 2021 закінчуються декілька великих донорських програм, присвячених темі децентралізації, але є очікування суттєвого росту грантів Українського культурного фонду, які частково зможуть компенсувати цей фактор плюс, знову ж таки, підтримка сфери охорони здоров'я через пандемію.

**Висновки.** Користуючись теоретичним і практичним досвідом, відзначимо, що для подальшого розвитку глобальних маркетингових комунікацій в Україні підприємствам треба використовувати послуги маркетингових агентств, які працюють на національному ринку. Це дасть змогу організувати комунікаційну політику компаній та побудувати стратегію їхньої майбутньої поведінки. Для великих компаній вигідно звертатися до крупних міжнародних маркетингових агентств, а для малого та середнього бізнесу – до локальних маркетингових агенцій для допомоги в комунікаціях. При цьому також уряду треба підтримувати європейський вектор руху

України, що відкриє для неї новий ринок для товарообміну та нових споживачів. Сучасне функціонування підприємств торгівлі вимагає від підприємств креативної поведінки для того, щоб бути у сфері уваги їх клієнтів. Ефективно налаштоване постачання інформації про українські компанії на європейський ринок збільшить обізнаність громадян тих країн та додасть їм простір для вибору.

### **Література**

1. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг в діяльності українських підприємств. Київ: Знання-прес, 2007. 446 с.

2. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління ринковою діяльністю підприємства. Київ: Київський національний економічний ун-т, 2004. 41с.

## **НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ ПРОАКТИВНИХ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

**Дурбалова Н. І., аспірантка**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

У зв'язку із постійно наростаючою конкуренцією на внутрішньому ринку та інтеграцією хлібопекарських підприємств у світове господарство, в практиці управління зростає необхідність вирішення стратегічних завдань. Це спонукає дослідження методичних підходів до процесу формування проактивної стратегії розвитку підприємств хлібопекарської галузі. Незважаючи на всі відмінності, усі концепції об'єднує одна спільна мета – підвищення ефективності підприємства у порівнянні із іншими підприємствами галузі, які разом формують єдине конкурентне середовище. Зростає також усвідомлення того, що у високо динамічних конкурентних середовищах традиційний підхід до розробки стратегії часто не дає бажаних результатів, і промислові підприємства повинні орієнтуватись на більш динамічні концепції, так як основні умови змінюються раніше, ніж сформульовані стратегії досягають цілковитого втілення. Але залишається незрозумілим, як досягти проактивного підходу до розробки стратегії [1].

Для забезпечення проактивного підходу до формулювання і впровадження стратегії, підприємство повинно створити таке внутрішнє середовище, яке поєднувало б у собі високу ступінь стабільності, а з іншого боку – було достатньо гнучким для успішного використання наявних можливостей. Для швидкого впровадження проактивної стратегії, стратегічний процес повинен містити необхідну комбінацію процесів

вертикальної, горизонтальної та перехресної перевірки, щоб забезпечувати правильність загальних дій та стратегій [2].

Алгоритм стратегічного процесу, який на нашу думку дозволить підприємствам хлібопекарської галузі запровадити проактивні стратегії та своєчасно використовувати усі наявні можливості на ринку повинен складатись з наступних етапів:

1. На етапі стратегічної оцінки, підприємству потрібно вирішити питання «Де ми знаходимось і чого бажаємо досягти?». Метою першого кроку є отримання високого рівня огляду поточного стану, виявлення критичних проблем та потенційних причин. [3].

2. Розробка стратегічного бачення включає розробку цілі, визначення основних цінностей та принципів, встановлення конкретної місії та стратегічних цілей, що мають бути досягнуті протягом двох-трьох років.

3. Етап вироблення стратегічної сегментації містить зовнішній процес, який визначає сегменти ринку, які повинні управлятися підприємством по-різному. Метою цього кроку у процесі є розділення майбутнього середовища на окремі сегменти.

4. Для того щоб обрати конкурентну позицію, хлібопекарське підприємство повинно визначитись із конкурентною стратегією, яку воно буде використовувати для створення стратегічного прориву. Головним завданням цього кроку є досягнення чіткого розуміння майбутньої привабливості стратегічних сегментів підприємства, що були визначені на етапі стратегічної сегментації.

5. Визначення бізнес-моделі є комплексним процесом, який вимагає від підприємства розуміння того, яка бізнес-модель є найкращою для конкретного стратегічного бізнес-сегмента [4].

6. Розробка стратегічного портфелю дозволяє вирішити питання якнайкращого використання наявних стратегічних бізнес-сегментів для досягнення стратегічного прориву.

7. Для подолання потенційних розбіжностей, які можуть негативно вплинути на розробку проактивної конкурентної стратегії та досягнення стратегічного прориву, хлібопекарське підприємство повинно розробити стратегічні ініціативи після виникнення кожної розбіжності [5].

8. Для того, щоб підготувати хлібопекарське підприємство для ефективного впровадження проактивної конкурентної стратегії, його управлінській команді потрібно розробити фінансові та бюджетні плани, які забезпечать наявність усіх необхідних ресурсів.

9. Впровадження стратегічних ініціатив дозволяє управлінській команді підприємства зрозуміти які кроки ще потрібно зробити для вдалого структурування реалізації та виконання стратегічних ініціатив.

10. Останній етап дозволяє підприємству зрозуміти яким чином воно буде очікувати на майбутні розбіжності, які могли б загрожувати впровадженню проактивної конкурентної стратегії [6].

Таким чином, впровадження проактивної конкурентної стратегії хлібопекарським підприємством можливе за умови дотримання послідовності кроків: від стратегічної оцінки до реалізації системи стратегічного менеджменту. Стратегічне планування як формалізований процес постановки стратегічних цілей і розробки багатоваріантного стратегічного плану їх досягнення, має вирішальну роль у подальшому успіху підприємств хлібопекарської галузі.

### **Література**

1. Завертаний Д. В. Особливості механізму управління динамічними конкурентними стратегіями хлібопекарських підприємств. Матеріали 73-ї наукової конференції професорсько-викладацького складу економіко-правового факультету ОНУ імені І. І. Мечникова. Одеса : Фенікс, 2018. С. 187 – 190.
2. La Piana David. Play to win : The nonprofit guide to competitive strategy. John Wiley & Sons, 2005. 213 p.
3. Klaus North, Gregorio Varvakis, Competitive Strategies for Small and Medium Enterprises. Springer, 2016. 281 p.
4. Kim Warren, Competitive Strategy Dynamics. John Wiley & Sons, 2002. 330 p.
5. Jain S. C. Marketing planning & strategy (4th ed.). Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co, 1993. 920 p.
6. David F. R. Strategic management (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1997. 659 p.

## **МЕТОДОЛОГІЯ РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

**Седіков Д. В., викладач**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Концепція ризик-орієнтованого підходу широко застосовується в Україні та світі при здійсненні державного нагляду та контролю за діяльністю небезпечних об'єктів управління та бізнесом [1]. Однак даний підхід використовується лише в частині можливостей його реалізації, а саме як функція контролю за об'єктом. На сьогодні методологія ризик-орієнтованого підходу знаходиться в стадії становлення та потребує подальшого

теоретичного розвитку в частині управління економічною безпекою підприємств [2].

Прийняття рішень завжди супроводжується невизначеністю внутрішньої і зовнішнього середовища. Під невизначеністю середовища можна розуміти неповноту та неточність інформації щодо умов господарської діяльності, витратах та отриманих фінансових результатах. Пов'язано це з відсутністю цілісної теорії управління ризиком, неоднозначністю використання різних методів оцінки ризику при побудові системи ризик-менеджменту.

Управління ризиком – це невід'ємна частина загального управління будь-якою організацією, яка прагне вижити і виконати свою місію. Ризик-менеджмент за економічним змістом являє собою систему управління ризиком та фінансовими відносинами, що виникають в процесі цього управління [3].

Організація ризик-менеджменту являє собою систему заходів, спрямованих на раціональне поєднання всіх його елементів в єдиній технологічній процесі управління ризиком. Огляд наукової літератури дозволив автору сформулювати найбільш загальний, на наш погляд, підхід до поняття «ризик-менеджмент». У загальному вигляді ризик-менеджмент можна визначити як багатоступінчастий процес впливу на ризики, притаманні діяльності підприємства, спрямований на мінімізацію спектра впливу випадкових подій, здатних привести до фінансових втрат [4].

В даний час склалися дві концепції ризик-менеджменту: традиційна і сучасна. Традиційна концепція передбачає фрагментарний характер управління ризиками. Сучасна концепція передбачає інтегрований підхід до управління і безперервний ризик-менеджмент.

У теорії і практиці менеджменту виділяють наступні основні підходи до управління: ситуаційний, процесний, комплексний (інтегрований, системний). Ситуаційний підхід – це спосіб мислення про організаційні проблеми та шляхи їх вирішення. Ситуаційний підхід узгоджує конкретні методи, концепції з певними конкретними ситуаціями, задля ефективного досягнення цілей організації [5]. Процесний підхід розглядає ризик-менеджмент як безперервну серію взаємозалежних управлінських функцій. Однак даний підхід, незважаючи на свою формалізацію, не вирішує питання комплексного проектування системи ризик-менеджменту. Комплексний ризик-менеджмент – це об'єднання всіх організаційних, матеріальних, інтелектуальних, людських та інших ресурсів підприємства задля виявлення та оцінки невизначеностей та управління динамічно змінюваною сукупністю ризиків процесу створення цінностей підприємства [5, 6].

Використання інструментарію ризик-менеджменту при оцінюванні факторів ризику для безпечних умов діяльності дозволяє поглибити мету управління економічною безпекою, яка трактується як формування умов безпечної діяльності, на основі розробки механізмів блокування поширення та

трансформації ризиків діяльності підприємства [7]. Базовими науковими підходами до дослідження економічної безпеки підприємства є ресурсно-функціональний та програмно-цільовий підходи. В контексті ризик-орієнтованого підходу до управління економічною безпекою, структуру економічної безпеки доцільно представити у вигляді трирівневої ієрархії: економічної безпеки ресурсів, функцій, підприємства. Така структура дозволяє виявити джерела виникнення ризиків за рівнями структури (ресурси, функції, підприємство) та компонентами кожного ієрархічного рівня (на рівні ресурсів: ризики персоналу, засобів праці, предметів праці, інформації, грошових коштів; на рівні функцій – ризики процесів постачання, управління, виробництва, збуту, фінансування тощо; на рівні середовища – зовнішні та внутрішні ризики; на рівні структури – ризики загального управління, ризики функціонального управління підприємством).

Показником оцінювання стійкості є індекс економічної безпеки, який не завжди коректно відображає умови захищеності діяльності підприємства. Результатом управління економічною безпекою на основі ризик-орієнтованого підходу є забезпечення стійкості підприємства на основі прогнозування та зниження ймовірності втрати стійкості вхідних ресурсів та функцій, що реалізуються на основі їх використання. Практичною реалізацією системи управління економічною безпекою на основі ризик-орієнтованого підходу є концепція. Основною метою концепції управління економічною безпекою є формування системи: моніторингу загроз, небезпек та ризиків і оцінювання їх впливу на стійкість ресурсів, функцій та підприємства в цілому; ідентифікації нинішніх загроз, небезпек та ризиків та оцінювання їх впливу на стійкість ресурсів, функцій та підприємства в цілому; прогнозування майбутніх загроз, небезпек та ризиків та оцінювання їх впливу на стійкість ресурсів, функцій та підприємства в цілому; розробка комплексу управлінських рішень економічного, організаційного, мотиваційного характеру щодо забезпечення економічної безпеки діяльності в зонах підвищеного ризику.

### Література

1. Положення «Про порядок організації та проведення перевірок з питань запобігання та протидії легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення. Постанова Правління Національного банку України № 66 від 24.07.2017 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Кочін І. В. Ризик-орієнтований підхід – основа організації безпеки складних технічних систем, контроль за їх діяльністю та запобігання виникнення техногенних надзвичайних ситуацій. URL: <https://zounb.zp.ua/node/1247>.

3. Stachowiak Z. Teoria i praktyka mechanizmu bezpieczeństwa ekonomicznego znegoraństwa: podręcznik is zkolne. Warszawa, 2012. 220 p.

4. Череп А. В. Управління ризиками промислових підприємств на антикризових засадах : монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет. 2017. 200 с.

5. Меліхова Т. О. Економічна безпека підприємства: формування, контроль, ефективність : монографія. Херсон : Гельветика, 2018. – 632 с.

6. Прус Н. В. Теоретичні аспекти забезпечення економічної безпеки підприємства. Вісник Східноукраїнського національного університету імені В. Даля. 2019. № 3 (157). С. 183-193.

7. Ляшенко О. М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства : монографія. К. : НІСД, 2015. 348 с. 9.

## **СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ПОРТОВИХ ЕЛЕВАТОРІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ**

**Відоменко І.О., к.е.н., доцент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

**Вступ.** Збільшення попиту на перевалку зернових та олійних культур на експорт робить привабливим інвестиційним об'єктом портові елеватори України. З кожним роком їх кількість збільшується, що приводить до посилення конкурентної боротьби в цій ніші. Для ведення активної конкурентної боротьби портовим елеваторам доцільно здійснювати управління змінами в організації, застосовуючи стратегічний інструментарій, а саме – ефективну стратегію просування своїх послуг. Актуальність цього питання обумовила й мету даної роботи - розглянути процес формування стратегії просування на портових елеваторах.

**Матеріали і методи.** Дослідженню проблем «управління змінами» в управлінських процесах організації приділяється значна увага науковців, про що свідчать роботи зарубіжних і вітчизняних дослідників, таких як: Е.Камерон, М.Грин, Л.Грейнер, Д.Коттер, К. Фрайлінгер, О.Є. Кузьмін, В.В. Яцура, І.І. Грибик, І.Б.Шевченкота ін. [1-3] В цих роботах розглянуті основні теоретичні аспекти «управління змінами», а саме сутність змін в організації, сучасні концепції, методи змін, тощо. Однак недостатньо розглянуто практичні аспекти застосування стратегічного інструментарію для формування змін в основних бізнес-процесах підприємств.

Широке коло питань, пов'язаних з розробкою та реалізацією стратегій, знайшло своє відображення у працях відомих вітчизняних і закордонних економістів: І.Ансоффа, А.М.Богатирьова, М.В.Бянкіна, Ф.Котлера, Д.В.Кревенса, І.О.Кузнєцової, Стрікленда А. Дж., Томпсона А.А., Ульяновскої

А. та ін. [4-8]. Незважаючи на велику кількість робіт із зазначеної проблематики, залишаються ще недостатньо опрацьованими питання, що стосуються процесу формування стратегії просування послуг.

**Результати дослідження.** Перш, ніж перейти до питань формування стратегії просування, розглянемо сутність терміну просування.

Під просуванням традиційно розуміють елемент маркетингової структури, який забезпечує зв'язок ключових маркетингових послань з цільовими аудиторіями [8, с.318]. Ще одне визначення дефініції «просування» – будь-яка форма повідомлень, використовувана підприємством для інформації, переконання і нагадування про свої товари і послуги [6, с.12]. Таким чином, стратегія просування повинна передбачати з'єднання в єдине ціле різних заходів і видів діяльності, що забезпечують донесення підприємством інформації про свої товари та послуги до споживача.

Існує велика різноманітність стратегій просування. Вибір конкретних методів визначається переважно цілями самої стратегії просування і аналізом ринкової ситуації, оцінкою внутрішніх і зовнішніх факторів, що визначають шанси на успіх тієї чи іншої стратегії. Однак для просування продукту або послуг використовують, зазвичай, лише дві основні стратегії: стратегію проштовхування і стратегію витягування [8, с.137].

Стратегія проштовхування – стратегія, при якій діяльність з просування спрямована на ланки збутового ланцюга. Тобто виробник спрямовує політику просування на оптових торговців, оптовики на роздрібних, а останні доводять товар до споживачів [8, с.137].

При використанні стратегії витягування виробник спрямовує комунікаційний потік прямо на споживачів, які, у випадку успішності просування, починають вимагати продукт у роздрібних продавців, а ті, в свою чергу, у оптових [8, с.138].

Розглянутий зміст дефініції «стратегія просування» дозволяє перейти безпосередньо до процесу її розробки. Слід відзначити, що в наукових джерелах автори наводять різний склад процесу розробки стратегії просування. Оскільки серед науковців немає єдної думки щодо етапів розробки стратегії просування, їх змісту та кількості, то враховуючи, що стратегія просування продукції підприємства - це інструмент стратегічного планування, за основу була взята схема процесу стратегічного планування, надана в роботі [4, с.32].

Розглянемо більш детально логічну схему процесу формування стратегії просування для портових елеваторів. Перший етап – «Визначення цілей просування». Цілі просування, як відомо, бувають трьох типів: інформативні, переконуючі та нагадуючі. Слід відзначити, що для портових елеваторів цілі просування, як і для будь-якого іншого підприємства, можуть змінюватися в залежності від особливостей зовнішнього та внутрішнього середовищ, від

стадії життєвого циклу підприємства. Крім того, одночасно на підприємстві цих цілей може бути декілька (окрема - для кожної стратегічної зони господарювання).

Другий етап та третій етапи - дослідження факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, визначення цільової аудиторії та вибір стратегії просування. Одним з важливих етапів аналізу зовнішнього середовища – аналізу ринку – є ринкова сегментація. Ринкова сегментація є, з одного боку, методом для знаходження частин ринку і визначення об'єктів, на які направлена маркетингова діяльність підприємства, тобто виявлення цільової аудиторії. З другого боку, - це основа для вибору правильного поєднання елементів маркетингу.

Під цільовою аудиторією розуміється сукупність споживачів, що приймають купівельні рішення, а також сили, що роблять на них вплив (суспільна думка, торгові посередники, інш.) [5]. Від правильної сегментації ринку і правильного визначення цільової аудиторії залежить як стратегія, так і ефективність просування.

Здійснюючи сегментацію ринку хлібоприймальних підприємств (в т.ч. й портових елеваторів), слід визначити спочатку, що є об'єктом купівлі-продажу на такому ринку. Дуже часто здійснюючи аналіз ринку для таких підприємств, дослідники акцентують увагу на самому ринку зерна, на обсягах його вирощування, забуваючи, що хлібоприймальні підприємства не здійснюють класичний процес виробництва, а зерно є лише об'єктом надання послуги, або ж об'єктом зберігання, об'єктом сушіння, тощо. При цьому підприємство не здійснює його закупівлі: права власності на зерно в період зберігання на ХПП залишаються за власником зерна. У зв'язку з цим, здійснюючи аналіз зовнішнього середовища, доцільно більше уваги приділяти аналізу обсягів експорту зерна за зернотрейдерами та аналізу конкурентів на ринку послуг портових елеваторів. Таким чином, ми маємо справу з класичним видом послуг, а споживачем цих послуг є: безпосередньо виробник зерна або зернотрейдер. В обох випадках рішення про закупівлю послуг приймають професіонали, тобто портові елеватори працюють, у відповідності з класифікацією Ф. Котлера [5, с. 220], на ринку підприємств.

Наведемо три основні варіанти сегментації і визначення цільової аудиторії [6, с. 133]. Варіант 1. Цільова аудиторія - всі потенційні споживачі. Тоді доцільно застосувати єдиний комплекс просування. Варіант 2. Сегментація ринку за певною ознакою або за ознаками. Всіх потенційних споживачів розіб'ємо на декілька цільових аудиторій і для кожної цільової аудиторії пропонуватиметься свій комплекс просування. Варіант 3. Після сегментації споживачів по варіанту 2 в цільову аудиторію можна включити тільки один сегмент з розрахунком; що споживачі інших сегментів одержать інформацію або будуть переконані купити наш товар споживачами цільового сегменту.

Наприклад комплекс просування орієнтований на лідерів думок (кампанія "з вуст у вуста").

Враховуючи, що досить часто співвласниками портових елеваторів є зернотрейдери (виключення складають портові елеватори державної власності), тому перший та третій варіанти сегментації працювати в даному випадку не будуть: перший варіант не спрацює тому, що буде необхідність прирівнювати співвласника елеватора зі звичайним споживачем, а зернотрейдер стає його співвласником, щоб отримати певну перевагу перед своїм конкурентом (у тарифах на послуги або у першочерговості своїх вантажів, тощо), третій варіант не спрацює через те, що споживачі послуг портових елеваторів є конкурентами між собою, а професіоналізм спеціалістів зернотрейдінгових компаній не дозволить їм розголошувати комерційну інформацію щодо закупівлі послуг з перевалювання зерна. Тому необхідно сегментувати ринок послуг портових елеваторів за другим варіантом. В якості ознак для сегментації доцільно обирати наступні: потенційний обсяг надання послуг, власників, історію співпраці, тощо.

Після вибору цільової аудиторії, необхідно визначитися з можливою стратегією просування. Як ми зазначали вище, рішення про купівлю послуг буде приймати професіонал, тому для такого споживача доцільно використовувати стратегію проштовхування, тобто виробник спрямовує політику просування на виробника зерна або на зернотрейдера.

Четвертий етап розробки стратегії просування «Вибір каналу розподілу» формування стратегії просування для портових елеваторів є недоцільним, оскільки надання послуг може здійснюватися лише на території підприємства, а залучати посередника для просування власних послуг, елеватору немає сенсу, тому можна сказати, що для реалізації їх послуг доцільно використовувати канал нульового рівня, у відповідності з класифікацією каналів розподілу, наведених у [4, с. 112].

Враховуючи все це, усі нецінові методи просування відходять на другий план. Конкурентна боротьба ведеться на основі цінової конкуренції, тому п'ятий етап формування стратегії просування «Встановлення планової ціни» є дуже важливим для портових елеваторів і від його результатів буде залежати ефективність всієї сформованої стратегії просування послуг портових елеваторів.

**Висновки.** Таким чином, ми розглянули основні, найбільш вагомі для портових елеваторів етапи формування стратегії просування. Наступні етапи формування стратегії просування послуг портового елеватора не нестимуть особливої специфіки цих підприємств і здійснюватимуться таким же чином, як і на будь-якому іншому підприємстві. У відповідності з цілями реклами формується комплекс рекламних заходів. Слід відзначити, що цей етап формування стратегії просування є менш важливим, ніж попередній етап

«Встановлення планової ціни». Крім того, враховуючи, що цільова аудиторія – професіонали, найменш ефективними будуть заходи з реклами. Навіть при формуванні план-графіку реалізації заходів з просування, сезонність не матиме впливу, оскільки портові елеватори відвантажують зерно на протязі року.

### Література

1. Камерон Э., Грин М. Управление изменениями: Модели, инструменты и технологии организационных изменений [Текст]: пер. с англ. – М.: Добрая книга – 2006. - 360 стр.
2. Управління змінами [Текст]: навч. посіб. / О.Є.Кузьмін, В.В.Яцура, І.І.Грибик, А.М.Грищук, Н.В.Смолінська; Нац. ун-т «Львів. політехніка». — Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2014.— 355 с.
3. Шевченко, І. Б. Управління змінами [Електронний ресурс] : навчальний посібник / І. Б. Шевченко – Київ : НТУУ «КПІ», 2015. – 231 с. – Режим доступу: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/12734>.
4. Богатирьов А.М., Бутенко А.І, Кузнєцова І.О. Планування діяльності підприємств харчової промисловості в умовах ринку [Текст]: Монографія. – Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України. Одеська нац. Академія харчових технологій, 2003.- 274 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст]: Пер. С англ. / Общ. Ред. И вступ. Ст. Е.М. Пеньковой. - М.: Прогресс, 1990. - 736 с.
6. Кревенс Д. В. Стратегический маркетинг [Текст] г ИД «Вильямс», — 2008 Номер издания: 6 с.: 512
7. Стратегическое планирование развития строительной организации /А. Н. Асаул, И. Е. Морозов, Н. И. Пасяда, В. И. Фролов ;[Текст]: под ред. Засл.строителя РФ, д-ра экон. Наук, проф. А. Н. Асаула. – спб. :спбгасу., 2009. –163 с.
8. Ульяновский А. Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума [Текст] Эксмо; Москва; 2008, 356 с.

## АНАЛІЗ МАКРОСЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Ринкова А.А., аспірант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Інтерес до розвитку органічного сільського господарства (ОСГ) помітно зростає на міжнародній арені, що дає поштовх і можливості Україні створити високомаржинальне аграрне виробництво та підвищити якості економічного

зростання в АПК. Крім того, розвиток ОСГ дозволяє розширити експорт продукції, створити умови для формування диверсифікованих і стійких сільськогосподарських систем.

На сьогодні, вітчизняне споживання органічної продукції поки що відіграє другорядну роль в розвитку цього сектору, адже концентрація споживачів такої продукції зосереджена у великих містах та попри збільшення попиту, все ж таки експорт відіграє велику роль. Світовий органічний ринок розвивається високими і стрімкими темпами, а попит перевищує пропозицію. При цьому затребуваними є ті товарні групи, які можуть запропонувати виробники України. Така ситуація відкриває широкі можливості перед нами.

Попри всі перспективи, все ж таки Україна знаходиться на ранніх стадіях розвитку ОСГ, тому актуальним є аналіз зовнішнього середовища функціонування підприємств з виробництва органічної плодоовочевої продукції та виявлення головних проблем і можливостей її розвитку (табл. 1).

**Таблиця 1. - PEST - аналіз середовища функціонування підприємств з виробництва органічної продукції в Україні**

Фактори макросередовища	Оцінка впливу	Фактори макросередовища	Оцінка впливу
Політичний (P)		Економічний (E)	
Політична нестабільність	3	Концепція «Зелена економіка»	4
Державний вплив у галузі	3	Державна підтримка	5
Трудове право	2	Рівень інфляції	3
Курс на приєднання до ЄС	5	Доходи споживачів	5
Національна система сертифікації	5	Конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринку	5
Земельні реформи	5	Рівень інфляції	3
Податковий кодекс	4	Інвестиційне середовище	4
Соціальний (S)		Технологічний (T)	
Демографічний стан	3	НДДКР	4
Актуальність галузі (зміна споживчих переваг)	4	Вплив digital-технологій	5
Низький рівень обізнаності	4	Оснащення	5
Урбанізація	4	Патенти, інновації	4

Фактори макросередовища	Оцінка впливу	Фактори макросередовища	Оцінка впливу
Здоровий спосіб життя	5		
Попит на органічну продукцію	5		

Зовнішнє середовище визначається ступенем впливу на галузь того чи іншого фактору, який безпосередньо чи опосередковано впливає на нього. В макросередовищі основними факторами впливу виступають: політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори. В таблиці 1 зображені головні фактори та оцінка їх впливу на діяльність підприємств з виробництва органічної плодоовочевої продукції в Україні. Проте, окрім загальноприйнятих, потрібно ще виділити такий фактор макровпливу, як екологічний, який безпосередньо впливає на органічний сектор економіки країни (табл. 2).

**Таблиця 2. - Екологічний фактор впливу на розвиток органічного сектору економіки в Україні**

Фактори макросередовища	Оцінка впливу
Екологічний	
Екологізація процесів в виробництві	4
Забруднення природних вод	5
Антропогенний та техногенний вплив	3
Природня ресурсність	5
Абіотичні фактори	5

Аналізуючи фактори макросередовища можна сказати, що головним поштовхом до еволюції сектору органіки в Україні виступає актуальність екологізації, технологічний прогрес, конкурентоспроможність на міжнародних ринках та соціальна готовність до змін. Стримуючими факторами розвитку є система сертифікації, яка знаходиться в зародковому стані, низький рівень державної підтримки, фінансова неспроможність споживачів та їх низька обізнаність, неготовність до переходу на digital-технології, зношене оснащення, погіршення стану українських земель та природних вод.

Отже, формування правильного макросередовища з боку держави та готовність до змін з боку підприємців - є основою стрімкого розвитку такої актуальної в наш час галузі, як органіка. Розглянувши можливості та загрози

визначених факторів, можна сказати, що органічна продукція повинна стати фундаментом до обраного курсу в концепції «зеленої економіки», адже її розвиток приведе до зменшення міграції на селі та збільшення робочих місць, оздоровлення нації, екологізації країни, збільшення доходу від продажу продукції в межах СОТ.

### **Література**

1. CAP 2014–2020: Organic farming and the prospects for stimulating public goods. URL:<http://www.ifoameu.org>

2. Артиш В. І. Управлінські аспекти розвитку виробництва екологічно чистої продукції в сільському господарстві України. Науковий вісник Національного аграрного університету. 2006. No 102.

3. Вдовиченко А.В. Перспективні напрями державної підтримки органічного сільського господарства в Україні. Агросвіт. 2016.

## **ПЕРСИСТЕНТНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

**Купріна Н.М., .е.н., доцент, декан факультету економіки, бізнесу і контролю  
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Процес глобалізації та інтеграції, як показало наше дослідження, призводить до швидких змін в економіці країни: лібералізації торгівлі, відкритості її внутрішнього ринку та загострення конкуренції на ньому, що вимагає державної підтримки стратегічних галузей, їх реструктуризації та трансформації, з метою посилення позицій на національному ринку, а також просування та закріплення на світових ринках. Глобалізаційні процеси, що впливають на розвиток економіки країн, вимагають у даний час пошуку саме методів захисту вітчизняних товаровиробників, які сприяють збереженню конкурентоспроможності та ефективності діяльності суб'єктів національної економіки, забезпечення ефективності їх функціонування та розвитку. В умовах зміни зовнішнього і внутрішнього середовища належну конкурентоспроможність набуває країна, що має ефективно функціонуючі і конкурентоспроможні суб'єкти підприємницької діяльності, які стабільно розвиваються в мінливому зовнішньому середовищі і формують діяльність відповідно до стратегії власного розвитку. Особливо важливо це для харчової промисловості, яка має забезпечувати продовольчу безпеку нашої країни, тому пріоритетною проблемою в сучасних умовах розвитку української національної економіки є забезпечення конкурентоспроможності харчової промисловості та ефективне управління нею [1].

Для вирішення цієї важливої науково-прикладної проблеми, ми висунули гіпотезу про необхідність персистентної трансформації харчової промисловості в системі національної економіки для забезпечення її конкурентоспроможності та ефективності функціонування через механізм застосування стратегічної реструктуризації на підставі дії принципу імпаритету. Вимоги до цієї гіпотези потребують урахування [1]:

- особливостей впливу глобалізаційних процесів на національну економіку та її суб'єкти;

- правову та економічну незахищеність національного товаровиробника в Україні за рахунок значної відкритості ринку;

- особливостей функціонування суб'єктів харчової промисловості – законодавчих та нормативних обмежень в організації бізнесу, виробництві і збуті харчової продукції, ресурсного, технологічного, географічного та транспортного розміщення, організаційно-правових форм, ділового партнерства тощо.

Проведене нами дослідження [2] дозволило вперше обґрунтувати методологічний підхід до формування концепції забезпечення конкурентоспроможності харчової промисловості України, заснований на врахуванні різних форм впливу глобалізаційних процесів та гіпотезі про необхідність персистентної трансформації харчової промисловості в системі національної економіки для забезпечення її конкурентоспроможності та ефективності функціонування через механізм застосування стратегічної реструктуризації на підставі дії принципу імпаритету.

Як показало наше дослідження, принцип «імпаритету» (нерівності), як прояви принципу обережності, розглядається в публікаціях зарубіжних вчених і практиків в економічній науці та практичній діяльності суб'єктів галузі, а саме в управлінському та фінансовому обліку, фінансовому аналізі, банківській справі та праві, економіці та управлінні ними, але недостатньо досліджений вітчизняними вченими [2, с. 179-182, 188]. Так, досить широке поширення даний принцип отримав у економічно розвинених країнах Європи (у Великій Британії, Німеччині, Франції), де законодавчо забезпечено збереження діяльності економічного суб'єкта і його капіталу. Вперше сутність поняття «імпаритет», як нерівність або протилежність відображення прибутку і збитку від реалізації у звітності було розглянуто Йоргом Бетге [3]. Як показало дослідження робіт зарубіжних вчених, прояви принципу імпаритету в різних областях економічної науки досить різноманітні. На думку інших вчених [4], реальна вартість суб'єкта галузі визначається як сума всього майна, яке оцінюється за залишковою вартістю, за вирахуванням заборгованості. Однак у якості реальної вартості часто розглядаються і балансовий курс акцій, балансова вартість або вартість, відображена у фінансовому звіті підприємства. Дані показники не враховують приховані

резерви, отже, не завжди точно відображають реальну вартість майна, але саме балансова вартість являє собою відношення власного капіталу до кількості акцій і найбільш часто використовується в аналізі акцій, що пов'язане з простотою її розрахунку.

В Україні дія принципу імпаритету в даному аспекті використовується в практичній діяльності, наприклад, при створенні резерву сумнівних боргів для визначення дебіторської заборгованості, виконання процедур уцінки запасів і основних засобів, однак використання його швидше інтуїтивне, не підкріплене методологічною та нормативною базою, без чіткого визначення та обґрунтування його використання. Таким чином, принцип «імпаритету» (нерівності), який виокремлено нами вперше для проведення процесу стратегічної реструктуризації, як прояв обережності об'єкту дослідження конкурентоспроможності від негативного та агресивного впливу факторів зовнішнього середовища [2, с. 179-182, 188].

Таким чином, проведені дослідження довели необхідність виділення нового виду реструктуризації харчової промисловості та її суб'єктів в сучасних умовах та розробки методології її обґрунтування та методики проведення. Даний вид реструктуризації харчової промисловості являє собою трансформацію суб'єктів харчової промисловості (на мезо-, мікро-, міні- та нанорівнях дослідження) на основі застосування системи механізмів (економічних та організаційних), що дозволяють забезпечувати і підвищувати ефективність діяльності і конкурентоспроможність суб'єктів національної економіки, відповідно до змін зовнішнього середовища і виробленої стратегії їх розвитку. Так, імпаритетна реструктуризація харчової промисловості, на нашу думку, у сформованих умовах господарювання її суб'єктів, як суб'єктів підприємницької діяльності України, спрямована на жорстку, помірну та м'яку їх трансформацію: формування інтегрованих формувань вертикального типу, які в сучасних умовах мають більш високу стійкість до «виживання» на внутрішньому ринку і забезпечення конкурентоспроможності, а також і можливості ефективності їх діяльності і подальшого розвитку, перспективи виходу і здатності до активної конкуренції на міжнародних ринках (холдинги – жорстка трансформація діяльності, кластерні формування та асоціації – помірна трансформація діяльності, здійснення діяльності підприємств на основі інших підходів та видів аутсорсингу – м'яка трансформація діяльності). Жорстка трансформація суб'єктів харчової промисловості сприяє формуванню в країні власних українських транснаціональних структур, розробка стратегії створення яких може базуватися на використанні зарубіжного досвіду розвитку та формування транснаціональних структур Китаю, Російської Федерації, Індії, Індонезії, Мексики, Венесуели та інших країн. Цей досвід доводить, що національний капітал може чинити опір ТНК і гідно конкурувати тільки у разі його реструктуризації в сильні промислові, фінансово-

промислові та інші утворення, що підтвердили наші попередні дослідженням [2, с. 183-184].

Наше дослідження підтвердило [1, с. 20], що всю сукупність об'єктів імпаритетної реструктуризації можна об'єднати в такі групи: харчова промисловість, суб'єкти харчової промисловості: підприємства, їх об'єднання та формування, діяльність суб'єктів харчової промисловості та її види, процеси, структурні підрозділи, технології; персонал, продукція (роботи, послуги) тощо. Таким чином, проведене дослідження дозволило обґрунтувати об'єктивну необхідність проведення реструктуризації харчової промисловості і виділити такий актуальний її вид як імпаритетну, що дозволяє обґрунтувати методику її проведення, яка складається з оцінки персистентності діяльності та оцінки ступеня трансформації суб'єктів харчової промисловості. Тому об'єктивним є виділення нових категорій: «персистентність діяльності суб'єктів харчової промисловості», яка відображає ступінь економічної стійкості харчової промисловості та її суб'єктів як об'єкта дослідження до впливу факторів зовнішнього середовища та достатній рівень ефективності його функціонування і конкурентоспроможності; «персистентна трансформація суб'єктів харчової промисловості», яка розуміється як м'яка, помірною або жорстка трансформація власної діяльності суб'єктів харчової промисловості, проведена на основі аналізу персистентності їх діяльності та критеріальної оцінки і спрямована на формування інтегрованих формувань та об'єднань суб'єктів, які в сучасних умовах мають більш високу стійкість до «виживання» на внутрішньому ринку і можливість забезпечення конкурентоспроможності та підвищення ефективності власної діяльності і подальшого розвитку, а, отже, здатності до активної конкуренції на міжнародних ринках.

Такий підхід до оцінки суб'єктів галузі, як показало наше дослідження [2, с. 193], вибір саме категорії «персистентність діяльності» та відмова від поняття «стійкість», «стабільність» багато в чому пов'язаний із широким застосуванням даних термінів у різних сферах економічної науки на рівні дослідження функціонування підприємства: фінансова стійкість, стратегічна стійкість, технологічна стійкість, стабільність діяльності, стабільність розвитку тощо. Даний підхід дозволяє виділити взаємозв'язок категорій «ефективність діяльності» суб'єкта національної економіки, наприклад, харчової промисловості, та його «конкурентоспроможність», що розглядається при проведенні оцінки конкурентоспроможності об'єкту дослідження з використанням методів, що базуються на теорії ефективної конкуренції. Тому, нами обґрунтовано [1, с. 20-22], що для аналізу персистентності діяльності необхідно застосувати методи, що дозволять оцінити ефективність функціонування та конкурентоспроможність харчової промисловості та її

суб'єктів за окремими рівнями дослідження на підставі застосування інструментів аналізу:

- метод стратегічного аналізу McKinsey на макро- та мезорівнях дослідження для харчової промисловості в цілому на регіональному та національному рівнях дослідження;

- на мезо-, мікро-, мінірівнях дослідження суб'єктів харчової промисловості (великий та середній бізнес) – КЕФ-аналіз, який потребує вдосконалення та включення до системи аналізу ефективності функціонування запропонованого методичного підходу до оцінки результативності їх діяльності за фінансовою складовою, а не тільки фінансових результатів за абсолютними показниками за видами діяльності;

- на нанорівні дослідження суб'єктів харчової промисловості (малий бізнес) – ЕФК-аналіз, які удосконалено нами включенням в систему аналізу ефективності функціонування запропонований методичний підхід до оцінки результативності їх операційної діяльності за фінансовою складовою.

Ще одним важливим аспектом нашого дослідження [2, с. 201-209], є оцінювання ефективності функціонування та конкурентоспроможності, як власної діяльності харчової промисловості та її суб'єктів, її персистентної трансформації для забезпечення конкурентоспроможності, так і результативності вже проведеної м'якої, помірної або жорсткої персистентної трансформації діяльності таких суб'єктів національної економіки, яка вже стала не власною, а інтегрованою або об'єднаною діяльністю. Визначення доходів майбутніх періодів в результаті об'єднання декількох суб'єктів є складним процесом, особливо, в умовах зміни зовнішнього середовища їх функціонування, та має базуватися на методах, які використовують для оцінки інвестиційних проектів, але й оцінювання ефективності власної діяльності суб'єкту після об'єднання в агропромислове формування та ефективність самого об'єднання є дуже важливим. Тому проведений моніторинг діяльності харчової промисловості та її суб'єктів та аналіз праць вчених дозволив нам сформулювати систему показників для такого оцінювання власної та об'єднаної діяльності даних суб'єктів, що базується на принципі транспарентності та враховує ефективність та доцільність проведеної персистентної трансформації.

Таким чином, результатом нашого проведеного дослідження стало теоретичне узагальнення і нове вирішення науково-прикладної проблеми, яка полягає у формуванні теоретико-методологічних основ, методичних положень та практичних рекомендацій щодо забезпечення конкурентоспроможності харчової промисловості України на засадах її персистентної трансформації.

## Література

1. Купріна Н.М. Теоретико-методологічні основи забезпечення конкурентоспроможності харчової промисловості України на засадах її персистентної трансформації: дис. докт.... екон. наук: 08.00.03: захист 14.05.2021 / наук. консульт. Б.В. Буркинський. Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН, 2021. 39 с.
2. Купріна Н.М. Забезпечення конкурентоспроможності харчової промисловості України: теорія і практика: монографія. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», Одеса. 2019. 304 с.
3. Бетге Йорг. Балансоведение / пер. с нем.; научный редактор В.Д. Новодворский, вступление А.С. Бакаева, прим. В.А. Верхова. Москва: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2000. 454 с.
4. Имущество компании в качестве определителя курса акций // Финансы-Менеджмент-Маркетинг-Рынок Ценных Бумаг [Электронный ресурс]. 2009. URL: <http://www.finance-economy.ru/2009/12> (дата звернення: 06.08.2019).

## РИЗИКИ ХЛІБОПЕКАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Басюркіна Н. Й., д.е.н., професор  
Ласкаєв О. М., аспірант

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Підприємництво у хлібопекарському бізнесі у всьому світі характеризується високим ступенем ризикованості, а в Україні ситуація ускладнюється загальною нестабільністю економіки. Тому керівники українських хлібопекарських підприємств мають постійно моніторити економічні трансформації, враховувати швидкозмінні вимоги ринку, вчасно виявляти і вдало запобігати різноманітним ризикам для недопущення перетворення їх у проблеми та незворотній стан підприємницьких структур. Для забезпечення інноваційного розвитку хлібопекарського бізнесу необхідно вчасно визначати ризики.

На основі проведених досліджень виробників хлібу і хлібобулочної продукції виявлено основні ризики, які гальмують інноваційний розвиток хлібопекарського бізнесу в Україні, а саме:

– щорічне скорочення споживання хліба в Україні, через зменшення кількості населення, що призводить до падіння обсягів його виробництва. За період з 2000 до 2021 р. спостерігалось зменшення виробництва хліба в Україні майже на 300 %;

– щорічне зниження частки зерна з високими хлібопекарськими властивостями і значне збільшення домішок, що впливає на якість борошна та

його хлібопекарські властивості;

- моральне та фізичне застарівання хлібопекарського обладнання вітчизняних хлібо заводів внаслідок занепаду національного хлібопекарського машинобудівництва;

- майже відсутність якісних і недорогих інгредієнтів для виготовлення хлібопродукції;

- високі ціни на хліб та хлібобулочні вироби внаслідок вищезначених чинників, перманентного подорожчення енергоносіїв та інфляційних процесів;

- слабка фінансово-економічна підтримка хлібопечення державними органами;

- відсутність спеціалізованого науково-дослідного інституту, що стримує можливість розробки галузевих норм, здатних упорядкувати стандарти хлібопечення;

- відсутність ефективного інвестора, здатного активізувати інноваційну діяльність підприємницьких структур, зайнятих виробництвом хліба і хлібобулочної продукції.

Хліб є соціальним продуктом, тому ризик зростання цін на нього є визначальним чинником, який стримує інноваційний розвиток.

Якщо вартість пшениці не так сильно відбивається на споживчій ціні хліба (витрати дорівнюють лише 15 % від загальної вартості), то ціна борошна значно позначиться на ціні хлібобулочних виробів (40 % собівартості хліба припадає саме на борошно).

У 2020 р. майже на 30 % подорожчали інші інгредієнти хлібу – цукор та соняшникова олія, що збільшило виробничі витрати і, відповідно, ціну хліба. У 2021 р. ця тенденція продовжується.

На ціну хліба впливає, звісно, коронавірус. Через епідеміологічну ситуацію виробники змушені витратити більше коштів на пакування продукції, санітарні заходи та доставку хлібобулочних виробів, що призводить до його здорожчання.

Через подорожчання комунальних платежів і підвищення мінімальної зарплати вартість хліба зросла в межах 5 %.

Але, зважаючи на соціальну спрямованість хлібопечення, виробники намагатимуться стримувати зростання цін.

Під впливом цих ризиків, та спроб їх усунення або зменшення їх впливу, нами визначено такі тенденції ринку хлібу і хлібобулочної продукції, в Україні:

- скорочення великого і зростання виробництва хліба в роздрібних мережах;

- збільшення асортименту хлібобулочної продукції, зменшення розмірів і ціни на неї;

- посилення впливу на ринок нерівних умов оподаткування учасників

ринку, нечесної конкуренції. Спрощена система оподаткування, лібералізація держконтролю спотворили конкуренцію на хлібному ринку. Наростання кількості дрібних виробників та їх агресивна стратегія в регіонах є проблемою для бізнесу, який працює «по-білому», сплачує ПДВ і т.п. Дрібні виробники в основному працюють на спрощеній формі оподаткування або за комбінованою моделлю, приховуючи частину обороту. В результаті для цієї категорії виробників є велика преференція в ціноутворенні. До того ж їх ніхто не моніторить і не контролює, таким чином вони мають можливість маніпулювати рецептурами, декларувати один склад продукту, а по суті йому не відповідати і т.п.;

– мода на здорове харчування та зміна сприйняття хліба, ставлення до хліба, як до «недружнього» продукту. Великі виробники мають можливість проводити роботу з молоддю, науковими і навчальними закладами і пояснювати, що хліб є унікальним джерелом мікроелементів і мінералів, які не можна замінити жодним іншим продуктом. Неупакований хліб не завжди є свіжим, а в епоху пандемії коронавірусу взагалі краще купувати упаковні хліб і хлібобулочні вироби;

– зміна формату співпраці з торговельними мережами і поступове повернення до початкової бізнес-спеціалізації. Більшість торговельних мереж скорочують площі, які вони спочатку відводили під створення пекарень. Після буму власних пекарень, торговельні мережі починають оптимізувати цехи і мінімізують участь безпосередньо у виробництві хліба. Мережі залишають собі найлегшу частину виробничого процесу – доведення до готовності. Але замість тесту, оброблення, приготування заготовки – з усім цим вони зв'язуватися не хочуть, це не їх бізнес. Крім того, цільнозернову продукцію, заварні, житні сорти супермаркети просто фізично не в змозі зробити з низки технологічних обмежень. З іншого боку – зростає попит на заморожену, пребейк-продукцію, яка розігрівається на місці. Навіть більше, мережі поступово відмовляються від пекарів, тому що вони прагнуть отримувати фактично готовий хліб і фахівців, які доведуть його до готовності, після чого залишиться тільки покласти продукт на полицю. Згодні з думкою, що майбутнє за великими виробниками хлібу;

– попит на високомаржинальні, крафтові види хлібу і хлібобулочних виробів. В Україні, всупереч усім кризовим явищам в економіці, сформувався ємний ринок дорогих хлібів, основні вимоги до яких – якість, свіжість і незвичайна рецептура. Для великих міст – обласних центрів, мільйонників – вартість хліба давно перестала бути основним фактором;

– поява на ринку транснаціональних компаній. Розвиток технологій зробив можливим використання заготовок, імпорт яких збільшується. Аналогічного продукту за якістю або кількістю торгівлі мережі не можуть знайти в Україні, тому виникає можливість: по-перше, нарощування

виробництва такої номенклатури; по-друге, експорту хліба, перш за все замороженого. Україна в змозі бути глобальним гравцем на європейському хлібному ринку. В Україні навряд чи зникне індустріальне велике виробництво – це культура пострадянських країн, і вона дуже сильна. Вважаємо, відбудеться перерозподіл на ринку і консолідація;

– розвиток «хлібного» стрітфуда. Загальносвітовою тенденцією є різке зростання обсягів споживання їжі «на ходу». З підвищенням значущості та цінності часу як непоповнюваного ресурсу, зростає популярність сегменту ready meals to go. Зокрема, це формує попит на дрібноштучну хлібну продукцію широкого асортименту. Один з проявів цього тренда нині – зростання виробництва тостового хліба, який є основою для сендвічів. Протиставити цьому прискоренню можна нові сорти хліба – спеціалізовані, в тому числі дієтичні, лікувально-профілактичні, безглютенові, фітнес, поштучні, розвиток франшиз тощо.

Загальносвітовий чинник – глобальне потепління призводить до подорожчання хлібопродукції, тому що безпосередньо впливає на терміни її зберігання та вимоги до упаковки.

Для виживання на ринку виробники хліба вимушені намагатися утримати свої ринкові частки, розвивати нові продукти і створювати нові споживчі властивості в умовах швидкозмінної кон'юнктури, для чого потрібні інвестиції.

Активізація інвестиційних процесів і раціональне використання ресурсів є визначальним чинником інноваційного розвитку хлібопекарського бізнесу України в умовах ризиків трансформаційного періоду.

## **СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ТА СЕРЕДНІМ БІЗНЕСОМ В УКРАЇНІ**

**Константинова Т.В., к.е.н., старший викладач**

**Шалений В.А., к.е.н., доцент**

**Бровкіна Ю.О., к.е.н., доцент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Розглядаючи економічну сутність малого бізнесу зазначимо, що малий бізнес являє собою одну із форм організації життя суспільства в умовах ринкової економіки.

Характерною особливістю управління підприємствами малого бізнесу є те, що засновник безпосередньо займається питаннями керівництва, а отже на етапі організації бізнесу стикається з такими проблемами:

- вивчення стану ринку;
- формування виробничої бази та підбір персоналу

- залучення фінансових ресурсів.

Останнє значною мірою стримує малий бізнес, оскільки жорстка фінансова політика країни не дозволяє таким підприємствам у достатній мірі забезпечити себе оборотними коштами та розширювати власне виробництво.

Розглядаючи особливості управління малим підприємством неможливо оминати роль держави у його регулюванні.

Формування правової бази малого і середнього бізнесу включає в себе гарантування державою права приватної власності, регламентацію організаційно-правових форм суб'єктів малого та середнього бізнесу, регулювання договірних відносин між суб'єктами ринку, виконання державою ролі арбітра при вирішенні господарських спорів.

Держава регулює монополістичну діяльність за допомогою регулювання цін, тарифів, та інших заходів. Які спрямовані на обмеження конкуренції.

Захист прав споживачів з боку держави здійснюється через систему нормативно-правових актів, що визначають порядок захисту прав споживачів, відповідальність підприємців, систему державного і суспільного захисту споживачів.

Регламентування трудових відносин і підтримання соціального партнерства включає в себе формування трудового законодавства, системи соціального партнерства представників працівників і роботодавців, охорону праці та систему заходів по вирішенню трудових спорів.

Формування податкової системи і перерозподіл доходів здійснюється за допомогою бюджетного планування, прийняття ставок прибуткового податку, податку на прибуток та інших податкових вилучень, а також встановлення системи соціального забезпечення.

Перерозподіл ресурсів реалізується в цілях фінансування природоохоронних заходів, утримання органів державного управління, забезпечення внутрішньої і зовнішньої безпеки країни. На сьогодні в Україні налічується 250 тисяч підприємств малого бізнесу, кадровий резерв яких налічує майже два мільйони осіб. На 10 тисяч жителів припадає 55 маленьких підприємств. Що не відповідає потребам економіки України. Доходи малого бізнесу приносять до українського бюджету лише 9 % до ВВП.

Для того, щоб малий бізнес міг розвиватися, приватному підприємцю або фермеру необхідно зрозуміти: перше — чіткі і зрозумілі правила гри; друге — він повинен мати можливість нормально, під патронажем уряду і за допомогою консалтингових структур будь-яку свою ідею довести до реалізації. Управління малим підприємством у таких умовах потребує від керівника наступного:

- сформувати чітку модель управління
- швидко реагувати на зовнішнє середовище
- мати компетентність у своїй сфері діяльності

Формування бізнесу з нуля дуже складний процес, за даними проекту Unlimit Ukraine індекс малого бізнесу склав 2,7 із 5 можливих, через високе податкове навантаження.

Аналізуючи наведені дані зазначимо, що малий бізнес в Україні на даному етапі переживає проблемний стан, але й не позбавлений позитивних якостей. Вирішення проблеми перш за все підприємцю потрібно починати перш за все з реформування системи управління організацією. Варто зазначити, що, по-перше, побудова системи управління персоналом в організаціях малого бізнесу, має свої закономірності та проблеми, багато в чому відмінні від систем управління персоналом великих організацій. По-друге, кадровий менеджмент малих організацій має спрямовуватися, насамперед, на забезпечення ефективності діяльності персоналу, а також інструменти її підтримки з урахуванням обмежень малого бізнесу.

## **ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В КРИЗОВИХ УМОВАХ**

**Колесник В.І., к.е.н., доцент**

**Немченко Г.В., доктор філософії (PhD), асистент**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Як відомо, тривала світова пандемія Covid-19, що викликала світову економічну кризу, не оминула економіку України, в значній мірі ускладнила діяльність багатьох українських підприємств, змусила їх пристосовуватися до сьогоднішніх реалій. Однією зі сфер, де ці негативні реалії вельми відчутні, є система стимулювання праці персоналу промислових підприємств. Робота в умовах карантинних обмежень часто змушує роботодавців застосовувати такі заходи як: робота віддалена та вдома багатьох своїх співробітників, надання позачергових відпусток без збереження заробітної плати за заявою працівників; введення роботи змінами, оплачуваних частково простоїв.

У цих кризових умовах на кожному підприємстві дуже важливо не тільки не знизити ефективність діючої системи стимулювання праці працівників, але, по можливості, підвищити її, використовуючи передовий вітчизняний і зарубіжний досвід.

Якщо розглянути найбільш поширені світові системи стимулювання та мотивації праці персоналу, то їх умовно можливо поділити на дві великі групи: системи, де переважає індивідуальне стимулювання високих результатів праці (американська та частково деякі азевропейські моделі мотивації) та системи, де переважають колективне стимулювання та національні традиції (японська, китайська). Крім того більшість систем стимулювання засновані на

порівняно високих соціальних стандартах, які використовують різноманітні форми грошового та нематеріального стимулювання ефективної праці як з боку роботодавців так і з боку держави. На жаль, при існуючому становищі української економіки ні держава, ні більшість підприємств підтримувати вищезгадані стандарти зараз не спроможні і це безумовно треба враховувати при пошуку шляхів вдосконалення вітчизняних систем стимулювання праці персоналу.

На наш погляд, реформуючи ці системи, треба звернути увагу на наступні заходи вдосконалення перш за все систем індивідуального стимулювання праці персоналу:

- вимагати від кожного співробітника виконання роботи із визначенням чіткого кінцевого результату - це повинно бути основним фактором впливу на розмір оплати праці;

- частіше використовувати гнучкий графік роботи персоналу, різні види віддаленої та надомної роботи;

- значно збільшити рівень доплат та премій за особисті досягнення у роботі, ефективне підвищення кваліфікації, освоєння суміжних професій, результативні винахідницькі та раціоналізаторські пропозиції;

Вищезазначені заходи треба доповнювати заходами по реформуванню систем колективного та індивідуального стимулювання праці персоналу:

- поширити практику застосування безтарифних систем оплати праці на базі використання коефіцієнтів трудової участі (КТУ) при розподіл і колективного заробітку первісних трудових колективів (бригад);

- втілення форм оплати праці, пов'язаних з участю персоналу, у першу чергу управлінського та інженерного у прибутках підприємства (продаж робітникам акцій, підприємства виплата премій по результатам його роботи);

- при наявності фінансової можливості використовувати нестандартні системи матеріального та нематеріального стимулювання, які покращують умови праці персоналу та створюють достатньо сильну мотивацію тривалої та ефективної роботи на даному підприємстві: навчання та підвищення кваліфікації співробітника за рахунок підприємства, надання безоплатних або за зниженими розцінками послуг харчування, транспортування (наприклад, безкоштовна доставка на роботу і з роботи, безкоштовні перельоти для співробітника і його сім'ї до місця відпочинку один раз на рік), медичного та санаторно-курортного обслуговування, корпоративний доступ до Інтернету з дому та ін..

## Література

1 Мотивация персонала: основные виды и методы. Система мотивации персонала. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://blog.iteam.ru/>

2. Оплата труда во время карантина [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://artius.uasha.ru/novosti/oplata-truda-vo-vremya-karantina.html>

3. Ильченко С.В. Исследование зарубежного опыта мотивации трудовой деятельности персонала // Бизнес и дизайн ревю. 2021. № 1 (21). С. 4.

4. Зарубежный опыт мотивации персонала. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/zarubezhnyj-opyt-motivatsii-personala/>

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ**

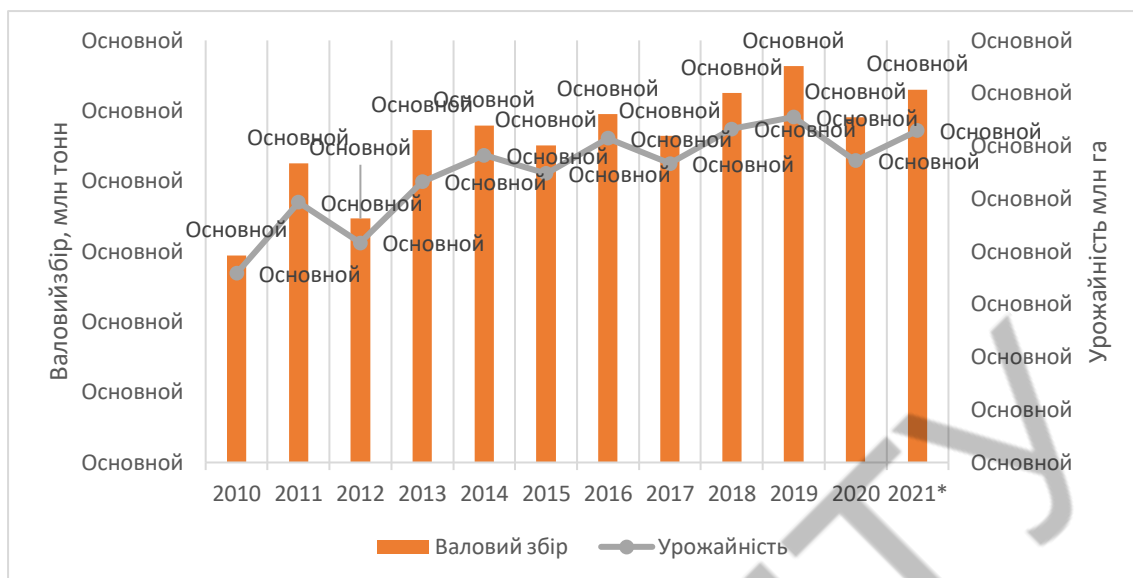
**Басюркіна Н.Й., д.е.н., професор  
Пакуленко О.В., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Головною базою харчування населення світу є зерно, а саме продукти його переробки. Тому зерно залишається важливим продуктом експорту, формує значну частину надходжень в державний бюджет країн. Зернове господарство України є стратегічною галуззю агропромислового комплексу. Сприятливий клімат та родючість ґрунтів України дозволяють розвивати виробництво майже всіх зернових культур, отримати зерно високої якості, що є основою національної безпеки у продовольчій сфері та закріпленні наших позицій на міжнародному ринку зерна.

Під час кризових явищ сільське господарство залишилося єдиною незмінною галуззю української економіки, яка продовжує забезпечувати надходження грошового потоку, переважно від експортних операцій. Причинами цього є щорічне зростання обсягів збирання сільськогосподарських культур. Більшу частину посівних площ займають зернові культури, – 65 % від загальної площі. Основними зерновими культурами є пшениця, ячмінь та кукурудза. Попит на зернові культури притаманний внутрішньому і зовнішньому ринку. Експорт дорівнює майже 47 % від загального виробництва [1].

Основними чинниками, від яких залежить розвиток зернової сфери, є обсяги виробництва та продажу зернових культур. В досліджуваному періоду обсяги виробництва змінилися відповідно розміру посівних площ та урожайності зерна. Динаміку змін наведено на рисунку 1.



\* - за прогнозом Інституту аграрної економіки УААН

**Рис. 1 – Динаміка валового збору та урожайності в Україні [2]**

Аналіз динаміки обсягів виробництва в Україні показав, що стан валового збору зерна є нестабільним, наслідком чого є невідповідність між попитом та пропозицією на внутрішньому ринку. Валові збори зернових культур у період з 2010 по 2020 роки коливались від 39,27 до 75,14 млн тонн, і в середньому дорівнювали 60,25 млн тонн на рік.

Важливим чинником, який впливає на розмір валового доходу та прибутковості сільського господарства, є динаміка цін на зерно (табл. 1).

**Таблиця 1 – Динаміка середніх цін від реалізації зернових культур в Україні, за період 2010-2021 рр. [2]**

Рік	Реалізовано		Середні ціни від реалізації	
	тис. тонн	% до попереднього періоду	грн за тону	% до попереднього періоду
2010	23661,7	-	1120,9	-
2011	28609	120,9	1374,2	122,6
2012	33668,8	117,7	1547,1	112,6
2013	38344,6	113,9	1299,8	84
2014	40220,5	106	1801,4	138,9
2015	45830,2	113,9	2912,1	161,7
2016	36655,9	82,1	3414,0	117,2
2017	38174,6	104,1	3771,6	110,5
2018	42454,7	111,2	4315,0	114,4

2019	49019,1	115,5	3867,5	89,6
2020	42246,5	86,2	4794,1	124,0
2021*	16191,6	82,6	6383,8	147,3

\* – обсяги та середні ціни на зернові культури, реалізованої підприємствами у січні-липні 2021 року

Аналіз рівня цін демонструє привабливість вирощування зернових культур, отже їх вартість зростає з кожним роком. Підприємства самостійно встановлюють ціни, спираючись на попит та пропозицію на ринку, якість продукції. Фірма отримує прибуток від реалізації продукції за рахунок самостійно встановлених цін.

Свідомством ефективності діяльності є показники рентабельності, які визначають як співвідношення обсягів прибутку і витрат на виробництво зерна. Тому важливим є кількісне дослідження впливу чинників на прибутковість, пошук резервів рентабельності при обмежених ресурсах, що наведено на рис. 2.

Аналіз рівня рентабельності демонструє нестабільну ситуацію, зокрема стрімке зменшення показників рентабельності за періоди 2011-2013 і 2015-2019 рр., але швидке зростання у 2013-2015 і більш повільне – у 2020-2021 рр.



\* - за прогнозом Інституту аграрної економіки УААН

**Рис. 2 – Динаміка рентабельності зернових культур в Україні, за період 2010-2021 рр. [2]**

В цілому рентабельність виробництва зернових культур у 2021 році формується під впливом економічних та виробничих чинників, погодних умов

та клімату. Уникнути потенційні ризики можливо при застосуванні розумної спеціалізації та розширенні видів економічної діяльності завдяки впровадженню ефективної стратегії розвитку зернового господарства.

Таким чином, зернове господарство України в умовах трансформаційної економіки характеризується виробництвом зернової продукції в достатній кількості для забезпечення продовольчої безпеки країни та розвитку експортного потенціалу.

На основі проведеного аналізу вирощування зернових культур в Україні, доведено прямо пропорційну залежність зміни обсягів виробництва зернових культур від рівня урожайності та посівних площ. Основним чинником зростання валового збору зерна є підвищення урожайності. Для отримання очікуваних високих результатів потрібно залучити невикористані ресурси, зокрема, впровадження у виробництво здобутків науково-технічного прогресу, сучасних технологій в аграрній сфері з внесенням мінеральних добрив у доцільній кількості та із застосуванням якісного насінневого фонду.

### **Література**

1. Продовольчі системи [Електронний ресурс] // *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Режим доступу до ресурсу: <http://www.fao.org/food-systems/en/>.

2. Статистичний збірник «Сільське господарство». Київ: Державний комітет статистики України, 2020. 392 с.

## **НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

**Гріщенко А.В., аспірант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Харчування є важливим чинником, який визначає здоров'я, працездатність і активне довголіття людини. Правильне харчування сприяє профілактиці захворювань, подовженню життя людей та підвищенню їх працездатності. Тому основним завданням харчової промисловості, є розроблення та впровадження нових харчових продуктів, що дозволить покращити існуючі раціони за рахунок збалансованого хімічного складу. Хлібобулочні вироби користуються стабільним попитом і регулярно споживаються українцями, що робить їх перспективним об'єктом для впровадження інновацій, а саме – збагачення функціональними інгредієнтами. Однак на хлібопекарних підприємствах майже відсутні наукові дослідження, розробки та впровадження нових видів продукції, що, на жаль, робить такі підприємства неконкурентоспроможними.

Нині для того, щоб залишитися на ринку, підприємствам необхідно мати стратегію розвитку, яка базується на використанні інноваційних технологій. Тому стратегічними напрямками інноваційного розвитку хлібопекарних підприємств є такі:

- покращення рецептурного складу існуючого продукту;
- розробка нових технологій виробництва;
- використання нетрадиційних видів сировини для виготовлення виробів функціонального та профілактичного призначення без цукру та глютену.

З урахуванням тенденції здорового харчування на ринку хліба і хлібопродуктів, пріоритетним напрямом інноваційного розвитку хлібопекарних підприємств України є розробка продуктів, які мають низьку жирність, збагачені вітамінами, білками та мінеральними речовинами [1; 2].

Дедалі більше зростає попит на заморожені продукти, що у свою чергу, призводить до зростання попиту на заморожені хлібобулочні вироби. Зростання тенденції перекусів між стравами є ключовим чинником, який стимулює попит на заморожені хлібобулочні вироби, адже це дає змогу торгівельним організаціям, закладам освіти, бізнес-центрам і т.д. завжди мати в своєму асортименті свіжу випічку, що приваблює відвідувачів. Перевага даної продукції також полягає у відсутності нереалізованих залишків, тому що напівфабрикати використовуються по мірі продажів, а це відповідно призводить до значної економії на сировині. До того ж підготовка заморожених напівфабрикатів до випікання є короткочасною завдяки тому, що ця продукція не вимагає вистоювання [3].

Хлібопекарним підприємствам доцільно проводити модернізацію діючого та розробку нового обладнання, зокрема потоково-механізованих ліній. Адже від технологічного оснащення та автоматизації виробництва залежить якість готової продукції. Отже, необхідно своєчасно поновлювати старе та зношене обладнання, а також систематично покращувати технологічне оснащення виробництва.

Стратегія розвитку хлібопекарних підприємств має охопити напрями і обґрунтувати заходи вирішення всіх вказаних вище проблем. Необхідно зазначити, що хлібопекарна промисловість України має необхідний виробничий та економічний потенціал для виробництва хлібних виробів у потрібній кількості та асортименті з метою забезпечення населення якісними недорогими продуктами харчування. Однак, у першу чергу необхідно вирішити питання стосовно:

- нормативної документації на хлібопекарську сировину;
- удосконалення статистичного обліку виробництва хліба та хлібопродуктів;
- захисту споживачів від неякісної хлібної продукції тощо.

## Література

1. Федулова І.В. Інноваційний розвиток підприємств хлібопекарної промисловості в сучасних умовах. Національний університет харчових технологій, м. Київ 2010. 12 ст. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/10749/1/Innovative>.
2. Скопенко Н.С. Інноваційний розвиток хлібопекарської галузі України. Основні напрями, проблеми, ризики. Національний університет харчових технологій, м. Київ 2010. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18779/1/15-66-71.pdf>.
3. Pro-Consulting. Аналітика ринків. Фінансовий консалтинг. 2004. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/contacts>.

## СТАТИСТИЧНО-АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СТАНУ РИНКУ ПРАЦІ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Коробкіна О.В.,**

**викладач-методист ВСП «Одеський технічний фаховий коледж  
Одеської національної академії харчових технологій»**

**Патлаченко Л.А.,**

**начальник управління збирання даних вибіркового обстеження населення  
Головного управління статистики в Одеській області**

**Копайгородська Т.Г.,**

**викладач-методист ВСП «Одеський технічний фаховий коледж  
Одеської національної академії харчових технологій»**

**Вступ.** Українські вчені останні роки підкреслюють процеси заглиблення соціальної кризи та неефективного використання робочої сили, зростання міграції та відсутності концепції подолання відтоку людських ресурсів за кордон. Потому аналіз стану ринку праці в Україні є актуальним та нагальним.

**Матеріали і методи.** У роботі задіяні матеріали українських вчених В. І. Кифяка та Н.В. Лесько щодо основної проблеми ринку праці - безробіття, яке має системний характер та комплексність наслідків якого потребують формування механізмів постійного моніторингу та коригування ситуації на ринку праці.[1] Результати статистичного обстеження робочої сили населення у віці 15 років і старше за 2019 та 2020 роки в Одеській області та статистичні дані офіційного вебсайту Державної служби статистики України покладені в основу аналітичного дослідження.

Основні визначення та поняття щодо статусу участі населення в складі робочої сили, розроблені на основі оновлених стандартів МОП, передбачених Резолюцією щодо статистики трудової діяльності, зайнятості та

недовикористання робочої сили, прийнятої на 19-й Міжнародній конференції статистиків праці (МКСП) у жовтні 2013 року. [2]

За результатами обстеження робочої сили все населення у віці 15 років і старше за статусом участі в складі робочої сили розподіляється на такі категорії:

- 1) зайняті;
- 2) безробітні;
- 3) особи, які не входять до складу робочої сили (включаючи тих, які відносяться до потенційної робочої сили). [3]

Зайняті та безробітні в сумі складають робочу силу. Усі три вищезазначені категорії є взаємовиключними та вичерпними. При опитуванні населення під час ОРС пріоритет надається категорії "зайняті" по відношенню до двох наступних категорій, а категорії "безробітні" – до осіб, які не входять до складу робочої сили. Тобто, спочатку визначається зайняте населення, потім – безробітне населення і на останньому етапі – особи, які не входять до складу робочої сили.

**Результати.** Аналіз динаміки рівня безробіття в Україні з 2000 по 2021 рр. вказує на тенденцію зниження на 2.5% (з 12.4 % у 2020 році до 9.9% у 2021 р). За період з 2005 по 2013 роки спостерігається відносна стабільність середнього показника безробіття на рівні 7.2%. І вже з 2014 року по 2020 рік середній рівень безробіття зріс та склав 9.5 %.[4].

За даними обстеження робочої сили Одеської області, кількість робочої сили віком 15 років і старше у 2020р. становила 1070,5 тис. осіб, з них у віці 15–70 років – 1067,1 тис. осіб, що на 1,6% більше, ніж у 2019р. [5]

У складі робочої сили, серед осіб віком 15 років і старше 92,9% належали до зайнятих осіб, а решта 7,1%, відповідно до методології Міжнародної організації праці, класифікувалися як безробітні. Варто зазначити, що більше половини робочої сили складали чоловіки та понад третину молодь у віці 15–34 роки. [5]

Щодо Одеської області, то рівень безробіття населення віком 15–70 років нижчий, ніж у цілому по Україні у 2020р (9,6%). Рівень безробіття населення (за методологією МОП) у віці 15 років і старше, як і серед осіб віком 15–70 років становив 7,1% робочої сили відповідного віку. [5] Слід зауважити, що рівень безробіття населення віком 15–70 років відрізняється у мешканців сільської та у міської місцевості (7,9% проти 6,8%).

Особливістю ринку праці Одеської області є затребуваність на ринку працівників з віковими перевагами 30-34 роки та віком 60-70 років. (Найвищий рівень безробіття населення (за методологією МОП) спостерігався серед осіб віком 15–24 років (17,4%), а найнижчий – у осіб віком 30–34 років (2,8%) та осіб віком 60–70 років (0,3%).[5])

За статистичними даними Головного управління статистики в Одеській області можна встановити, що молодь швидше знаходить роботу на протязі до 1 місяця, а період пошуку роботи від 9 до 12 місяців, навпаки, навпаки зменшився (на 2.4 в.п.) та є найбільш не сприятливий при пошуку роботи. Враховуючи останні події (санепідеміологічна ситуація, карантин, локдаун), є вірогідність переходу деяких категорій в роботу онлайн та спостерігається тенденція зменшення терміну пошуку роботи, особливо для молодих вікових категорій.

Середня тривалість безробіття в Одеській області (за методологією МОП) у порівнянні з 2019р. зросла на 3 місяці та становила 7 місяців.

Кількість осіб, які не входять до складу робочої сили, віком 15 років і старше у 2020р. становила 893,6 тис. осіб, з них у віці 15–70 років – 677,5 тис. осіб, що становить понад третину населення відповідного віку. Серед осіб віком 15–70 років кожен другий був пенсіонером, кожен четвертий – виконував домашні (сімейні) обов'язки, кожен п'ятий – учнем або студентом. [5]

До вищезазначеної категорії також належать особи, які шукають роботу, але не готові приступити до неї, а також ті, що не шукають роботу, але готові приступити до неї. Такі громадяни за умови сприятливої кон'юнктури могли б запропонувати свою робочу силу на ринку праці та відносяться до потенційної робочої сили. Так, у 2020р. кількість потенційної робочої сили серед осіб, які не входять до складу робочої сили віком 15–70 років, становила 0,7%. [5]

**Висновки.** Безробіття потребує аналізу стану та причин, пошуку важелів його регулювання на науковій основі та із застосуванням дієвого закордонного досвіду. Створення в Україні ринку праці, на якому б здійснювалося ефективне працевлаштування наявної робочої сили, дало б змогу вивести економіку нашої країни на новий рівень. Формування основних напрямів по подолання безробіття в Україні є першочерговим завданням для виходу з соціально економічної кризи. [1].

### Література

1. В. І. Кифяк, Н. В. Лесько. Соціально-економічний аналіз безробіття в Україні. Економічна наука //Економіка та держава № 1/2019, С.100 - URL:[www.economy.in](http://www.economy.in).

2. Методологічні положення щодо класифікації та аналізу робочої сили й окремих форм трудової діяльності – URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/metod\\_polog/metod\\_doc/2018/292/mp\\_rs\\_new.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2018/292/mp_rs_new.pdf)

3.Офіційний вебсайт Головного управління статистики в Одеській області <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>

4.Рівень безробіття в Україні. Мінфін. - URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/>

5. Статистичний збірник "Робоча сила Одеської області у 2020 році".  
Офіційний вебсайт Державної служби статистики України. - URL:  
<http://www.ukrstat.gov.ua/>

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ**

**Ніколюк О.В., д.е.н., професор  
Левчук Ю.С., старший викладач  
Кирилова В.П., магістрант**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

На вершині піраміди цінностей України стоїть людина, її права і свободи. Взаємодія держави та громадян окреслена послугами, у яких громадянин виступає споживачем. Під цим кутом площиною для розвитку виступає якість надаваних послуг, їх корисність та швидкість отримання.

З метою отримання громадянином без ускладнень, швидко і в рамках одного візиту, адміністративної послуги розроблено модель єдиного офісу для громадян, так званого «one-stop-shop». Основною перевагою подібної форми взаємодії громадян з органами публічної влади є виключення потреби персонального звернення до великої кількості адміністративних органів. Центри з надання адміністративних послуг беруть на себе всі функції узгодження документів з іншими органами влади.

Рівність у можливостях отриманні послуг досягається територіальною доступністю, широкою географією та постійним розвитком даної сфери. Провідним напрямком діяльності Департаменту є активізація роботи у сфері надання електронних послуг. Дані заходи дозволять процесу надання адмінпослуг зайняти високий рівень ефективності та якості. Держслужбовці завдяки процесу цифровізації матимуть більше часу у розпорядженні для здійснення інших обов'язків, зокрема, вирішення складних, нестандартних або суперечливих питань. Водночас, буде досягнуто зменшення фінансових витрат на використання паперових ресурсів.

Технології швидко змінюються, навколо нас – ера споживача, все більш важливим стає питання раціонального використання активів, ефективного застосування нових ІКТ. Однак звичні методи підвищення продуктивності - раціоналізація і автоматизація процесів – не завжди можуть привести до серйозних поліпшень, які потрібні. Зокрема, серйозні інвестиції в інформаційні технології можуть принести результати, що розчаровують, багато в чому через те, що організації використовують технологію тільки для того, щоб механізувати старі робочі процеси. Вони залишають недоторканими наявні процедури і використовують комп'ютери з метою

примітивного їх прискорення. Однак пришвидшення процесів не може виправити фундаментальний недолік продуктивності.

Робочі потоки, механізми управління і організаційні структури більшості адміністративних послуг були розроблені в епоху, коли не існувало сьгоднішніх комп'ютерів та технологій. Вони створені в розрахунку на ефективність і контроль, коли основною концепцією сьгодення є інновація і швидкість, обслуговування та якість.

Підвищення ефективності роботи Департаменту вимагає не обрамляти існуючі процеси за допомогою кремнію і програмного забезпечення. Лише повноцінне їхнє знищення і розбудова даних процедур заново дозволить вийти на новий рівень ефективності. Необхідно піддати існуючі застарілі процедури надання адмінпослуг "реінжинірингу": радикальній перебудові існуючих процесів за допомогою сучасних ІКТ. Метою реінжинірингу виступає розірвання старих правил організації та надання адмінпослуг ДНАП. Реінжиніринг включає в себе виявлення застарілих процедур і відмову від деяких з них на користь нових способів виконання роботи. У розроблених нових процедурах виникнуть і нові правила, що відповідають духу часу. Тільки так можна досягти значного підвищення продуктивності.

Реінжиніринг характеризується як явище під назвою "все або нічого" та не містить у собі визначеного результату, детального плану й обережних кроків. Для великої кількості адміністративних послуг реінжиніринг виступає єдиним шляхом закінчити застарілий процес, який тягне на дно. Можливості сьгоднішніх інформаційних технологій дуже великі і швидко розвиваються [1]. Процес реінжинірингу має певні ознаки, які змістовно його характеризують, які зазначені нижче на рис. 1.



**Рис. 1 – Ознаки реінжинірингу**

Побудовано на основі: [2]

Реінжиніринг базується на концепції стрибкоподібності, яку ще можна назвати концепція переривчастого мислення - виявленні застарілих процедур і фундаментальних припущень, на яких засновується робота, і рішучий розрив з ними. Проста автоматизація наявного процесу надання адміністративних послуг так і залишить для громадян його незрозумілим, складним та важко реалізованим [1].

Процес реінжинірингу передбачає наступні етапи:

- аналіз поточного бізнес-процесу;
- розробка реінжиніринг бізнес-процесу у вигляді блок-схеми;
- визначення інформаційного обміну з державними реєстрами за необхідності (в межах блок-схеми);
- висування оновленої форми заяви (перелік кроків та полів).

Загалом мету реінжинірингу становить значне поліпшення ефективності надання державних послуг, які повинні стати вільними від тривіальності і кордонів між підрозділами, бути широкими і крос-функціональними. Даний процес повинен використовувати інформаційну технологію не для автоматизації чинного процесу, але для створення нового на його місці [1].

Сьогодні одним із пріоритетних напрямків діяльності органів влади у рамках розвитку інформаційного суспільства є клієнтоорієнтованість і доступність, у фізичному та електронному виглядах. Запровадження прозорої системи державних послуг створює середовище для розбудови спільноти соціально активних громадян, що досягається, зокрема, шляхом використання цифрових технологій.

Як і більшість організацій у своїй діяльності Департамент надання адміністративних послуг спіткає певні цілі та завдання, які повинні досягатися законними шляхами та бути чітко прописаними, усвідомлюваними кожним працівником, оскільки кожен службовець, кожний відділ уособлюють маленькі деталі, що змушують рухатись величезний механізм.

### Література

1. Hammer M. Reengineering Work: Don't Automate, Obliterate. – Harvard Business Review, July-August, 1990. [Електронний ресурс] – URL: <http://www.management.com.ua/bpr/bpr024.html>

2. Реінжиніринг бізнес-процесів в системі менеджменту туристичних підприємств / Дрокіна Н. // Slideshare: [Веб-сайт]. 2015. URL: <https://www.slideshare.net/NinaDrokina/5-54961995>

3. Ніколюк О.В. Напрями удосконалення процесів надання адміністративних послуг в умовах децентралізації влади в Одеській області. // Розбудова публічного управління та адміністрування: вимоги часу: колективна монографія / ред. кол.: І.І. Савенко, О.В. Ніколюк, Н.М. Корсікова.

## **СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ ІНКЛЮЗИВНОЇ РЕКОНСТРУКЦІЇ В АГРОПРОДОВОЛЬЧІЙ СФЕРІ**

Дідух С.М., д.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна

Добробут країни у значній мірі обумовлений здатністю до створення та впровадження в ній ефективної системи розвитку на основі рівного та справедливого доступу до ресурсів. Формування на рівні країни та, зокрема, в агропродовольчій сфері інклюзії суспільного добробуту передбачає спільні дії всіх суб'єктів економіки та використання системного підходу. Саме тому для створення системи інклюзивного розвитку необхідно використовувати широкий інструментарій спільного впровадження інклюзивних підходів за провідної ролі агропродовольчих компаній.

Метою даної роботи є визначення та характеристика векторів інклюзивної реконструкції в агропродовольчій сфері, яку ми розуміємо як еволюційну зміну парадигми розвитку на макро-, мезо- та мікрорівнях агропродовольчої сфери із метою забезпечення рівного доступу до ресурсів усіх її суб'єктів та формування інклюзивного середовища на основі принципів суспільного блага.

Відповідно нами запропоновано 15 векторів інклюзивної реконструкції, повноцінне впровадження яких дозволить створити інклюзію суспільного добробуту в агропродовольчій сфері.

У макроконтурі системи інклюзивного розвитку агропродовольчої сфери передбачається формування засад та економічних передумов впровадження суспільної інклюзії на рівні країни завдяки реалізації п'яти векторів інклюзивної реконструкції:

1.1. Світоглядна перебудова – впровадження світоглядного нарративу інклюзивного розвитку на всіх рівнях.

1.2. Реконструкція інституційного середовища – удосконалення інституційних механізмів діяльності суб'єктів агропродовольчого комплексу, а саме: детінізація, впровадження інклюзивного ринку землі, обмеження монокультурності.

1.3. Реіндустріалізація – створення виробничих потужностей з більш глибокої переробки сировини та переходу до виробництва й експорту продукції з більшою доданою вартістю.

1.4. Агропродовольча інфраструктура інклюзивного розвитку – розбудова інфраструктури агропродовольчої сфери на засадах інклюзивності.

1.5. Інклюзивний ринок праці – формування ефективних інституціональних механізмів підвищення загального рівня зайнятості та зменшення безробіття.

У мезоконтурі запропонованої системи інклюзивного розвитку передбачено шість векторів інклюзивної реконструкції, спільною рисою яких є необхідність ефективної взаємодії на регіональному рівні місцевих громад, ОТГ та агропродовольчих корпорацій, які здійснюють економічну діяльність на цих територіях:

2.1. Інклюзивний розвиток сільських територій – формування суспільної інклюзії на рівні кожного населеного пункту та об'єднаної територіальної громади шляхом реалізації проектів спільного фінансування ОТГ та агрокомпаній.

2.2. Розвиток локальних (крафтових) агропродовольчих бізнесів – створення ефективних локальних переробних підприємств на засадах інклюзивності у випуску конкурентоспроможної екологічної продукції для задоволення потреб внутрішнього та зовнішнього ринку.

2.3. Розвиток кооперації в агропродовольчій сфері – залучення більшої кількості населення до підприємницької діяльності, а також підвищення стійкості дрібних агропродовольчих підприємств завдяки розвитку кооперації в агропродовольчій сфері.

2.4. Впровадження механізмів технологічної та ресурсної інклюзії в АПК – забезпечення вільного перетоку технологічних рішень без порушення законодавства, справедливий доступ до інноваційних рішень та формування комунікативного середовища в аграрній сфері для взаємовигідного трансферу технологій та ресурсів.

2.5. Впровадження механізмів фінансової інклюзії в АПК – забезпечення вчасного та повноцінного доступу до широкого спектру фінансових продуктів і послуг, поширення їхнього використання серед суб'єктів агропродовольчої сфери з метою просування суспільної інклюзії.

2.6. Впровадження інклюзивних бізнес-моделей в АПК – впровадження в соціально-економічну практику таких бізнес-моделей, як соціальне підприємництво, франшиза, аутсорсинг, краудфандинг, імпакт-інвестиції з метою посилення соціальної функції агропродовольчих компаній.

У мікроконтурі системи інклюзивного розвитку життєво важливим є формування інклюзивного середовища в межах агрохолдингів для повноцінного розвитку людського потенціалу співробітників компаній і забезпечення їм належного рівня життя та участі у розподілі результатів діяльності компанії за такими векторами, які не потребують додаткових тлумачень:

3.1. Прогресивні форми мотивації та оплати праці.

3.2. Соціальний та медичний захист працівників.

3.3. Система постійного навчання та самовдосконалення персоналу.

3.4. Забезпечення комфортних умов праці, гендерної, расової рівності.

Таким чином, поетапна та цілеспрямована інклюзивна реконструкція в агропродовольчій сфері можлива на основі узгоджених дій суб'єктів агропродовольчої галузі за запропонованими п'ятнадцятьма векторами, що дозволить сформуванню суспільної інклюзії, підвищить рівень добробуту населення та сформує базис для подальшого розвитку всієї агропродовольчої сфери та України в цілому.

### **Література**

1. Дідух С.М. Інклюзивний розвиток агропродовольчих вертикально-інтегрованих компаній України : монографія. Одеса : Астропринт, 2020. 332 с.

## **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО САМОВРЯДУВАННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

**Ніколюк О.В., д.е.н., професор**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

В Україні процес децентралізації розпочато 2014 року з прийняттям Концепції реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні (01.04.2014), законів України «Про співробітництво територіальних громад» (17.06.2014), «Про добровільне об'єднання територіальних громад» (05.02.2015) та змін до Бюджетного і Податкового кодексів – щодо фінансової децентралізації. Цей процес дозволив формувати відповідно до положень Європейської хартії місцевого самоврядування значний дієвий і спроможний інститут місцевого самоврядування на базовому рівні – об'єднані територіальні громади (ОТГ) [1].

За 7 років в Україні частково втілений у життя законодавчий базис децентралізації, та цього замало для досягнення кінцевої мети реформи — формування ефективного місцевого самоврядування та територіальної організації влади для створення й підтримки повноцінного життєвого середовища, надання високоякісних і доступних публічних послуг, становлення інститутів прямого народовладдя, узгодження інтересів держави та територіальних громад [2].

Доволі хорошу динаміку показав процес формування ОТГ в Одеському регіоні. Проте, існує і кілька невирішених проблем, оперативного та стратегічного характеру, які будуть перепонами при подальшій реалізації реформи децентралізації та Стратегії розвитку Одеського регіону. Зокрема, серед таких проблемних питань, можна відзначити:

1) Не ефективне використання фінансових засобів територіальної громади на її розвиток. Досить часто в установах місцевого самоврядування сільських ОТГ не здатні розробити високоякісні інвестиційні проекти з метою отримання державних та міжнародних коштів, не в стані планувати та програмувати розвиток громадян. Продовження введення політики децентралізації управління має відіграти значну роль в процесі нормалізації соціально-економічної ситуації в країні, подолати контрверсії між різними рівнями влади, слугувати допоміжним засобом для збільшення ефективності використання бюджетних коштів незалежно від рівня управління.

2) Проблеми фінансування й залучення інвестицій. Серед них: 1. Відсутність комплексної державної програми стимулювання інвестиційної діяльності в Україні та Одеського регіону зокрема, яка повинна поєднувати державні, регіональні, територіальні, галузеві, бізнесові інтереси, що є ефективним носієм розвитку економіки в цілому. 2. Не врегульовані законодавством України відповідні можливості у межах компетенції органів місцевого самоврядування стосовно пільг іноземним інвесторам. 3. Низький кредитний рейтинг країни, військові дії на сході держави, слабкі позиції стосовно легкості та ефективності ведення бізнесу не сприяють активності залучення іноземних інвестицій. 4. Інвестиційний клімат регіонів та територій місцевого самоврядування переважно зумовлюється кредитним рейтингом держави, загальними макроекономічними показниками росту економіки, політичною стабільністю в державі, тому перелічені аспекти можуть мати проблемний вплив на інвестиційні процес у територіальних громадах.

3) Наявність фінансових ресурсів у бюджетах ОТГ не завжди свідчить про їх реальну автономію (фінансову, податкову). Адже отримання надходжень від податків та платежів не завжди супроводжується їх самостійністю щодо введення податку, визначення ставки та бази податку. Сучасна ситуація засвідчує, що більшість податків та платежів регулюються центральними органами влади. Так серед усіх податків та платежів, що надходять до ОТГ, лише за податком на майно та єдиним податком можливо визначати їх ставку, при цьому центральним органом встановлені межі цієї ставки.

4) Нерівномірний розподіл інфраструктурної субвенції з огляду на кількість створених ОТГ

5) Відсутність кадрового забезпечення апарату місцевого самоврядування ОТГ, не достатньо кваліфіковані службовці. Неспроможність освоїти державні кошти, неефективне використання ресурсів та фінансів, результат роботи не достатньо кваліфікованого кадрового забезпечення. Органи самоврядування в ОТГ досить часто не в змозі підготувати якісні інвестиційні проекти, якими б можна залучити кошти держави чи кошти міжнародної допомоги, не готові для запровадження плану стратегічного

планування розвитку громад. Вирішенням цієї проблеми є введення дієвих програм професіоналізації органів місцевого самоврядування, впровадження проектів для підвищення кваліфікації службовців та надання необхідної методичної допомоги та консультацій з боку виконавчої влади [3].

б) Якість надання соціальних та адміністративних послуг, а також питання контролю за законністю рішень потребує детального опрацювання. Актуальним є питання контролю за законністю рішень, адже є дуже високі корупційні ризики щодо використання та витрат державних коштів, тому впровадження таких механізмів було б дуже хорошим рішенням, і якість надання соціальних та адміністративних послуг зростає у разі. Об'єднання сільських, селищних, міських територіальних громад відповідно до перспективного плану (а у разі його відсутності — відповідно до Методики) дає можливість громаді отримати новий правовий статус територіальної громади з повноваженням міст обласного значення та прямі міжбюджетні відносини з Державним бюджетом. Тобто для таких бюджетів передбачаються міжбюджетні трансферти з Державного бюджету та здійснюється горизонтальне вирівнювання їх податкоспроможності.

Враховуючи високі ризики корупційних дій щодо використання бюджетних коштів, актуальним є питання запровадження механізмів контролю за діяльністю органів місцевого самоврядування, як з боку державних органів, так і з боку громадськості.

В умовах бюджетної децентралізації є потреба здійснення належного контролю за роботою органів влади різних рівнів при плануванні та виконанні ними бюджетів, управлінні і використанні фінансових ресурсів.

Для розв'язання таких проблем насамперед доцільно:

- забезпечити ефективний попередній та поточний держфінконтроль за діяльністю ОТГ;
- налагодити максимально прозору діяльність місцевих органів влади та її контроль з боку громадськості;
- на законодавчому рівні визначити чіткий механізм щодо понесення відповідальності за порушення встановлених правил і норм.

## Література

1. Реформа децентралізації / <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/efektivne-vryaduvannya/reforma-decentralizaciyi>
2. Павлова О., Нагайчук Ю. Реформа децентралізації в Україні / Економічний часопис. Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, 2020. 3(23) DOI:10.29038/2411-4014-2020-03-23-31
3. Козак К.Б., Ніколюк О.В., Мироненко Б.В. Сталий розвиток об'єднаних територіальних громад: адаптивні інструменти управління

## **ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ**

**Меліх О.О., д.е.н., професор,  
Шепелева О.В., аспірантка,  
Іванченков В.С., к.е.н., доцент,  
Меліх Т.Г., к.е.н., викладач**

**Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, Україна**

Відомо, що для Одеської області одним із найбільш перспективних напрямків є розвиток туристичної галузі. Це зумовлено наявністю високого рекреаційного природно-ресурсного потенціалу її території, зокрема теплого клімату, морських пляжів, лікувальних грязей, акваторії та узбережжя лиманів і озер, мисливських і рибальських угідь. Проте туристичний регіон має свої проблеми сталого розвитку.

Сьогодні основними вимогами до туристичної дестинації є, з одного боку, наявність об'єктів туристського інтересу – пам'яток історії та культури, музеїв, природних атракцій, а з іншого – наявність можливості надання необхідних для задоволення потреб туристів послуг такої якості, на яку вони очікують, включаючи транспортне обслуговування, умови для проживання та організацію дозвілля. Проблема балансу першого та другого стікається із проблемою інноваційно-інвестиційного потенціалу.

Аналіз наукових праць останніх років, присвячених проблемам розвитку туристичних дестинацій, дозволяє дійти висновку, що основної уваги науковці надають питанням модернізації рекреаційно-туристичного господарства. Для вирішення завдань модернізації необхідно першочергове вирішення наступних завдань:

— виокремити регіональні туристичні дестинації, які мають потенціал сталого розвитку (наприклад, розділити Одеську область по кордонам територіальних громад);

— класифікувати туристичні дестинації за критеріями привабливості для інвесторів (наприклад, Ізмаїльський район – більш привабливий для винного туризму, Одеський район – для рибальства та ін.);

— надати опис стратегічних планів щодо сталого розвитку туризму в регіонах України;

— розрахувати показники привабливості для інвесторів туристичних дестинацій Одеської області;

— спрогнозувати економічний розвиток регіональних туристичних дестинацій.

Існує методика оцінювання рекреаційно-туристичного потенціалу, яка базується на принципах розвитку потенціалу інноваційного і інвестиційного одночасно. Найбільш ґрунтовно викладено це в працях вітчизняних науковців: М. Бойко, В. Горун, Г. Пилипенко, О. Цуркан [1, с. 5-10] та ін. Значна увага науковцями в дослідженнях територіальних умов розвитку туризму надається питанням аналізу й оцінювання рівня розвитку окремих адміністративно-територіальних одиниць і ресурсного забезпечення досліджуваних територій, зокрема у роботах Ю. Леонтєвої, І. Морозенко, О. Снегірєва [1, с. 12-14]. Питанням оцінювання соціально-економічної ефективності функціонування локальних туристичних дестинацій присвячено наукові праці А. Головчан, оцінювання сучасного стану розвитку діяльності надавачів туристичних послуг – дослідження С. Галасюк. [2-3] Розробленню стратегій розвитку туристичних зон приділено значну увагу в працях М. Борушак, О. Воробйової, Л. Кір'янової, В. Павлова, В. Семенова [4, с. 15-16] та ін. Всі ці роботи свідчать про те, що рекреаційний потенціал території ще не є запорукою успішності функціонування рекреаційної галузі, яка швидше визначається ефективністю використання свого потенціалу, активністю створення і просування туристичного продукту.

Так, для міста Одеси, яке є представником таких адміністративних одиниць зі сталим рекреаційно-туристичним розвитком і найвищим в області рекреаційно-туристичним потенціалом території, оптимальною для дальшого розвитку є інноваційна стратегія, яка передбачає захоплення нових сегментів споживачів, що в свою чергу потребує корегування фізичного втілення туристичного продукту з метою підвищення конкурентоздатності в державному масштабі.

А для інших районів Одеської області – інвестиційна стратегія. Стратегічною метою для представників цієї групи дестинацій логічним є визначення і збереження лідерських позицій в своєму виді туристичних послуг. Наприклад, в Білгород-Дністровському районі треба посилювати напрям туристичних потоків в Білгород-Дністровську фортецю, що потребує покращення інфраструктури, сервісу, додаткових інвестицій та реінвестицій. Для досягнення визначеної мети можна рекомендувати підтримувальну інвестиційну стратегію сталого розвитку, у межах якої для підвищення ефективності функціонування туристично-рекреаційного комплексу потрібним є корегування фізичного втілення туристичного продукту відповідно до потреб основних сегментів споживачів, що в свою чергу потребує формування туристичних кластерів та створення ефективної системи просування туристичного продукту.

## Література

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): Монографія. К.: Альтерпрес, 2002. 436 с.
2. Любіцева О.О. До питання термінології в туризмі // Географія та туризм. 2010. Вип.3. С.7-10.
3. Любіцева О.О., Третьяков О.В. Типізація DESTINATION. // О.О. Любіцева, О.В. Третьяков. Географія та туризм, 2012, Вип.17, с. 3-9.
4. Пазенок В.С., Федорченко В.К. Філософія туризму: Навч.посібник. К.: Кондор, 2004. 268 с.

## ОЦЕНКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

Andrei Tsimayeu<sup>1</sup>, Vasili Kulakou<sup>2</sup>  
Uniwersytet Szczeciński<sup>1</sup>, Poland  
Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach<sup>2</sup>, Poland

### Вступление

Развитие экосистем малого и среднего предпринимательства является базовым компонентом среди мероприятий по стимулированию роста странового валового внутреннего продукта и эффективным способом снижения безработицы за счет обеспечения высокого уровня самозанятости населения.

В 2019 году в Беларуси впервые был реализован совместный международный проект London Business School (Великобритания) и Babson College (США) по исследованию различных аспектов предпринимательской активности на уровне страны – Global Entrepreneurship Monitor (GEM) [1]. Полученные результаты показали, что несмотря на высокую престижность карьеры предпринимателя в Беларуси (Entrepreneurship as a Good Career Choice Rate – 70,3%) в стране наблюдается очень низкий показатель предпринимательских намерений (Entrepreneurial Intentions Rate – 6,59%), который в 3,6 раза меньше, чем Global Average.

С целью выявления причин низкого уровня предпринимательских намерений и активности нами были проведены исследования, которые дополняют отчет GEM по Беларуси и позволяют более детально изучить проблемы низкого уровня предпринимательских намерений. В основу исследований легли результаты образовательного проекта Gorki Startup Jump (GSJ) международной технической помощи для Беларуси, реализуемого при поддержке Агентства США по международному развитию (USAID) [3].

Целью проведенного нами исследования являлся анализ проблем предпринимательской активности в Беларуси, позволяющий обосновать

причины низкого уровня предпринимательских намерений в регионе по результатам двух независимых между собой исследований, проведенных в 2019 году.

В связи с тем, что согласно данным GEM наибольшее число потенциальных и ранних предпринимателей в Беларуси отмечалось в возрастных группах от 18-35 лет (56,4%) особая роль в исследованиях была отведена изучению отношения молодежи к предпринимательству и анализу намерений респондентов стать предпринимателем в будущем. В исследовании детально были изучены не только отношение и намерения молодых людей, но и действия, которые они предпринимали ранее или хотели бы предпринять в будущем, чтобы достигнуть своей цели и открыть свой бизнес.

### **Результаты**

Проведенные нами исследования на выборке 179 человек позволили выявить ряд тенденций, характеризующих предпринимательскую активность среди молодежи одного из регионов Беларуси:

94,4% – заявляют о желании попробовать себя в роли предпринимателя и при этом только 46,3% предпринимали какие-либо действия в этом направлении;

75,9% – указывают в качестве главного барьера для развития идеи и бизнеса нехватку финансовых средств и при этом только 13,4 % респондентов имеют идею или проект, которую считают эффективной и жизнеспособной;

63,6% – желают принять участие и пройти обучение по программе бизнес-образования и только 33,0 % – готовы платить за участие в таких программах;

41,6% – указывают на недостаток бесплатных консультаций практикующих бизнесменов и при этом только 15,6% намерены активно взаимодействовать с опытными экспертами и предпринимателями в рамках образовательного проекта для молодежи.

Результаты проведенного анализа показывает, что за высокими процентами лояльно настроенных к предпринимательству молодых людей стоит низкий процент намерений и действий, который можно охарактеризовать как «attitude-behavior gap».

Для понимания причин, существующего у молодежи разрыва между желанием стать предпринимателем и отсутствием с их стороны каких-либо действий, нами были изучены указанные ими барьеры и производные от них.

В результате исследований были зафиксированы противоречивые факты в ответах молодых людей. С одной стороны, 67,0% респондентов понимают необходимость наличия прибыльного бизнес-проекта для привлечения внешнего финансирования, и только 6,7% имеют такой проект. С другой стороны, барьеры, непосредственно связанные с основными разделами бизнес-проекта (анализ потребителей и оценка конкурентоспособности на рынке),

занимают последнее место в рейтинге молодежи. При этом первое место в рейтинге (75,9%) занимает барьер «нехватка финансовых ресурсов».

Это может свидетельствовать о том, что при выборе финансового барьера как основного респонденты попытались уйти от когнитивного диссонанса и подменили причину отсутствия у них качественного бизнес-проекта нехваткой финансов. Следовательно, можно предположить, что «корень» барьера, связанного с нехваткой денег, может находиться не в плоскости финансов, а в плоскости бизнес-образования, где можно получить знания по проектированию эффективных бизнес-моделей и привлечению внешних инвестиций для стартапа.

Наши результаты совпадают с результатами анализа состояния глобального молодежного предпринимательства (GEM, YBI), которые также указывают на то, что молодые предприниматели часто переоценивают нехватку финансов как ключевое препятствие и недооценивают другие факторы, такие как личные деловые навыки и обучение [3]. В то же время опыт молодых людей, реализовавших себя как предпринимателей, показывает, что они смогли начать бизнес с помощью собственных сбережений и помощи своих родственников и друзей. Внешнее финансирование имело решающее значение для них только тогда, когда речь шла о развитии и поддержании их бизнеса.

### **Выводы**

Анализ двух независимых между собой исследований (GEM, GSJ), показал, что основным барьером развития предпринимательства в Беларуси является «нехватка финансовых ресурсов». При этом в ходе дополнительных исследований было определено, что данный барьер среди молодежи тесно связан с недостатком образования и представляет собой «attitude-intention gap», являющийся частным случаем «attitude-behavior gap».

Также нами было установлено, что барьер, связанный с недостатком финансов, можно существенно снизить через передачу знаний в рамках программ бизнес-образования для молодежи и подготовку качественных бизнес-проектов для инвесторов или банков. В связи с чем, для повышения уровня предпринимательской активности в Беларуси наиболее эффективным будет являться реализация мероприятий, направленных на повсеместное создание программ предпринимательского образования на уровне среднего образования и осуществление их государственного финансирования на конкурсной основе с приглашением ведущих бизнес-школ и университетов.

Несмотря на региональный характер проведенных исследований, а также существующие ограничения их результаты могут быть использованы для продолжения аналогичных исследований во всех регионах Беларуси и за ее пределами для выявления закономерностей и тенденций предпринимательской активности во всем мире.

## Література

1. Akulava, M., Marozau, R., Abrashkevich, A., Guerrero, M. 2020. Global Entrepreneurship Monitor Report. GEM Belarus 2019/2020. <https://www.gemconsortium.org/>.
2. Bilewicz E., Tsimayeu A. 2021. Intentions and Barriers of Youth Entrepreneurship in Belarus. European Research Studies Journal, Volume XXIV, Issue 2B, 956-966.
3. Kew, J., Herrington, M., Litovsky, Y., Gale, H. 2013. Generation Entrepreneur: The State of Global Youth Entrepreneurship. <https://www.youthbusiness.org/wp-content/uploads/2013/09/GenerationEntrepreneur.pdf/>.

## СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Шмагіна В.В., к.е.н., доцент  
Масленников О. Є., бакалавр  
Гладуніна К. Ю., бакалавр

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, м. Одеса, Україна

Формування сучасної парадигми управління вимагає розробки та впровадження креативних підходів, які характеризуються синтезом властивостей та ефективністю результатів в галузі охорони здоров'я, на яку впливають ендогенні та екзогенні фактори.

Важливим сегментом механізму регулювання певної галузі є впровадження соціально-психологічних підходів до управління персоналом, які спрямовані на вирішення базових та спеціальних завдань на шляху досягнення стратегічної мети. Дослідження особливостей управління закладами охорони здоров'я підтверджує пріоритетність побудови ефективної системи людського капіталу, яка містить не тільки сучасні методи та прийоми менеджменту, але й враховує потенціальні можливості відповідних суб'єктів.

Зазначимо, що система управління персоналом спрямована на досягнення актуальних завдань базової системи управління закладами в галузі охорони здоров'я та залучена до загальних організаційних цілей, які включають, в першу чергу, підвищення якості надання медичних послуг для різних вікових груп населення. Процес управління персоналом повинен враховувати специфіку формування людських ресурсів закладів охорони здоров'я, що потребує використання соціально-психологічних підходів, які адаптуються до мінливого середовища та відповідають сучасним потребам суспільства.

Проблемам впровадження та використання соціально-психологічних підходів в системі управління персоналом присвячені роботи вітчизняних науковців, а саме: В. Борщ, Е. Кузнєцова, Ю. Сафонова, Ю. Пирогова, Т. Базарова, А. Єгоршина, Л. Балабанова, М. Виноградського та ін. Але при цьому даний напрямок залишає питання, які потребують послідовного вирішення, враховуючи глобальні проблеми в галузі охорони здоров'я не тільки в нашій країні, але й на міжнародному рівні.

Зазначимо, що оптимальне використання потенціальних ресурсів галузі охорони здоров'я значно підвищить соціальні індикатори національної економіки, функціонування та розвиток якої неможливо представити без сучасної медичної сфери, яка би вирішувала актуальні питання нації – бути здоровими.

Підкреслимо, що ключовими ресурсами закладів охорони здоров'я є саме людський капітал, який забезпечує активізацію ресурсного потенціалу, вирішує стратегічні та тактичні завдання за допомогою певного рівня професіоналізму та компетенції.

Процес управління персоналом включає елементи кадрового планування, підбору, певної адаптації, професійного розвитку, мотивації та стимулювання, а також регулярного об'єктивного аудиту та оцінки діяльності персоналу закладу охорони здоров'я для досягнення функціональних та організаційних цілей.

При цьому певні традиційні підходи до методики формування системи управління персоналом в галузі охорони здоров'я потребують впровадження синтезованих підходів, які повинні забезпечити високі результати з урахуванням функціональних та структурних трансформацій.

Треба зазначити, що застосування певних технологій управління людським капіталом в галузі охорони здоров'я, які відрізняються сучасністю та адаптивністю, повинні враховувати специфіку суб'єктів системи, а саме, особливості кожного співробітника, які характеризуються певним психологічним та фізіологічним станом з наявністю професіонального та соціального рівня.

На думку науковців, соціально-психологічні методи управління людськими ресурсами сприяють створенню відповідних позитивних відносин всередині колективу, поєднанню особистих і колективних інтересів за умови переваги інтересів держави, задоволенню соціальних і духовних потреб, підвищують діловитість, організованість, активність та ініціативу суб'єктів, формують творче ставлення до виконання службових обов'язків та забезпечують сприятливий соціально-психологічний клімат, що надає можливість значно підвищити продуктивність праці [1].

Аналіз досліджень підкреслює, що влучне застосування соціально-психологічних підходів до управління персоналом в закладах охорони

здоров'я забезпечує як досягнення стратегічних цілей, так й тактичних і поточних завдань з урахуванням персональних характеристик кожного співробітника, що уможлиблює процес застосування індивідуальних особливостей людського капіталу в сучасних умовах.

Серед основних задач управління персоналом в закладах охорони здоров'я першочерговими є розробка методів стійкого зростання ефективності та результативності праці через раціональне та оптимальне використання управлінського потенціалу та впровадження адаптивних та сучасних форм організації праці та раціонального використання наявних людських ресурсів.

Важливо зазначити, що застосування в системі управління персоналом мотиваційних методів, які відрізняються персональним підходом, є запорукою високої ефективності та результативності.

У свою чергу, мотивація представляє собою процес усвідомленого зваженого вибору людиною певної поведінки, яка визначається впливом зовнішніх стимулів та внутрішніх мотивів у сукупності. Керівники закладів охорони здоров'я, вводячи мотиваційні механізми в дію, формують стабільну мотивацію виконання трудових обов'язків, враховуючи основні потреби підлеглих, спонукають їх до відповідної діяльності, яка приводить до досягнення стратегічних та тактичних цілей [2].

Підкреслимо, що застосування індивідуальних підходів щодо будови механізму мотивації, які характеризуються певними психологічними критеріями, надає можливість персонально сформулювати алгоритм управління людським капіталом, що у свою чергу, значно підвищить результативність системи управління персоналом в цілому.

Впровадження соціально-психологічних методів до системи управління персоналом в галузі охорони здоров'я відбувається з урахуванням функціонування певних підсистем, а саме:

- прогнозування та планування кількісного та якісного складу персоналу, з урахуванням існуючого кадрового складу;
- дослідження ринку праці;
- набір та відбір персоналу;
- адаптація персоналу;
- визначення та організація робіт;
- формування політики заробітної плати та соціального пакету для співробітників;
- навчання та професійний розвиток персоналу;
- управління конфліктами;
- управління ефективною системою мотивації і стимулювання діяльності;
- планування та організація розвитку кар'єри (управління кар'єрою);
- управління продуктивністю праці;

- контроль та оцінка діяльності;
- звільнення персоналу [3].

Підкреслимо, що система управління персоналом повинна враховувати обрану закладом охорони здоров'я кадрову політику, яка відрізняється специфікою та цілеспрямованістю щодо задоволення суспільних та індивідуальних потреб, з наявними та прихованими проблемами управлінського, методологічного, організаційного та функціонального характеру.

Аналіз складного стану галузі охорони здоров'я, який пов'язаний з пандемією COVID-19, показав, що найбільшою проблемою в процесі боротьби та подолання смертельної хвороби є саме поступове знецінення медичних кадрів, відсутність шляхів заохочення персоналу та багаторічне погіршення матеріального становища та умов праці у закладах охорони здоров'я. Все говорить про необхідність негайного перегляду кадрової політики, впровадження сучасних методів управління персоналом, які будуть враховувати індивідуальні потреби матеріального, соціального, психологічного характеру.

Важливо зазначити, що ефективна кадрова політика базується на системному використанні сукупності принципів, методів та нормативів у роботі з персоналом в галузі охорони здоров'я, що відбувається при наявності ефективних прямих та зворотних взаємозв'язків між суб'єктами та об'єктами управління. Дієвість кадрової політики в закладах охорони здоров'я характеризується перманентною узгодженістю відповідних аспектів системи управління по відношенню до людського капіталу в складних трансформаційних умовах.

Таким чином, формування ефективної системи управління персоналом в закладах охорони здоров'я повинно базуватися на впровадженні сучасних підходах соціально-психологічного характеру, які перманентно враховують індивідуальні особливості людського капіталу та потреби галузі в цілому. Крім того, ключовим елементом загальної стратегії розвитку закладів охорони здоров'я є побудова ефективної кадрової політики на всіх рівнях управління, що забезпечує вирішення в країні стратегічних завдань сучасності.

### Література

1. Пирогова Ю. В. Соціально-психологічний підхід до управління людськими ресурсами в системі публічної служби України. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2019. Вип. 3(42) URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik\\_dums/2019/2019\\_03\(42\)/20.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik_dums/2019/2019_03(42)/20.pdf) (дата звернення: 09.10.2021)

2. Прокопець Л.В., Тодоріко І.М. Проблеми управління персоналом в закладах охорони здоров'я. *Демографія, економіка праці, соціальна*

*економіка і політика*. 2020. Вип. 42. URL: [http://market-infr.od.ua/journals/2020/42\\_2020\\_ukr/47.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2020/42_2020_ukr/47.pdf). (дата звернення: 11.10.2021)

3. Борщ В. І. Процеси формування та розвитку управлінського капіталу в інноваційній економіці. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти: монографія. Вип. 2 ; за ред. д.е.н., доц. Ковтуненко К. В., д.е.н., проф. Є. І. Масленнікова. Херсон : Грінь Д. С., 2017. С. 641-652.

НТБ ОНТУ

## ЗМІСТ

	КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ	
1.	Вдовіна О.О., к.н.з соц.ком., доцент, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», м. Полтава, Україна	3
	АНАЛІЗ СТАНУ ТА РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
2.	Самофатова В.А., д.е.н., професор.; Куделько С.Ю., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	5
	РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ- СТРАХУВАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	
3.	Сорохан К.А., магістрант; науковий керівник: Фасолько Т.М., к.е.н., доцент. Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, м. Хмельницький, Україна	8
	УПРАВЛІННЯ НОВОВВЕДЕННЯМИ В КАДРОВІЙ РОБОТІ	
4.	Згадова Н. С., к.е.н., доцент; Холодняк Т.К., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	11
	ЛОКАЛЬНІ І СИСТЕМНІ СУПЕРЕЧНОСТІ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
5.	Римар О.Г., к.е.н., доцентка, Нововолинський навчально-науковий інститут економіки та менеджменту ЗУНУ, м. Нововолинськ, Україна	14
	СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	
6.	Самофатова В.А., д.е.н., професор.; Буга Я.Я., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	17
	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	
7.	Згадова Н. С., к.е.н., доцент; Гончаренко С. С., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	20
	ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ З ПОЗИЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	
8.	Борисова Л.П., к.е.н., доцент, Одеський фаховий коледж економіки, права, готельно-ресторанного бізнесу, м. Одеса, Україна	23
	ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ: СТАТИСТИЧНА ОЦІНКА	
9.	Антонюк О.П., к.е.н., доцент; Ступницька Т.М., к.е.н., доцент; Баранюк Х.О., д-р філософії (PhD), ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна, Україна. Антонюк П.О., к.е.н., ст.н.с., Інститут проблем ринку та економіко- екологічних досліджень НАН України, м. Одеса, Україна	26
	RURAL DEVELOPMENT IN UKRAINE IN CONDITIONS OF DECENTRALIZATION OF POWER AND GOVERNANCE	
10.	Павлов О.І., д.е.н., професор; Павлова І.О., к.е.н., ст. викладач. ОНАХТ, м.	30

	Одеса, Україна	
	АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
11.	Купріна Н.М., д.е.н., доцент, декан ф-ту ЕБіК; Комишан О.Ю., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	33
	СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ	
12.	ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У СТУДЕНТІВ	36
	Черкаський А.В., к.і.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	РОЛЬ ІНДИВІДУАЛЬНОГО СТИЛЮ СОЦІАЛІЗАЦІЇ І ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ	
13.	В ПРОЦЕСІ ГРОМАДЯНСЬКОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	39
	Черняк Г.А., к.і.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ КОНСТРУКТ СУЧАСНИХ	
14.	ВЗАЄМОВІДНОСИН	41
	Соловей А.О., к.і.н., доцент; Ботіка Т.С., к.і.н., доцент; Мамроцька О.А., к.і.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА	
15.	АДМІНІСТРУВАННЯ	43
	Орлова В.А., к.ю.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	ТЕОРІЯ «РОЗБИТИХ ВІКОН У СВІТЛІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ	
16.	ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ	45
	Мордовець М. В., к.політ.н, доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	ФОРМУВАННЯ ЦИВІЛЬНО-ПАТРІОТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ	
17.	СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНОГО ПРОГРЕСУ	49
	Черняк Г.А., к.і.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	ДО ІСТОРІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ: МИХАЙЛО ТУГАН-	
18.	БАРАНОВСЬКИЙ	51
	Шишко О. Г., д.і.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	PROBLEMATIC ASPECTS OF THE RECEIVABLES AUDIT OF	
19.	ENTERPRISES	53
	Ступницька Т.М., к.е.н., доцент; Володіна О.П., асистент; Накорик А., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА:	
20.	ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ	56
	Купріна Н.М., д.е.н., доцент, декан ф-ту ЕБіК; Величко О.М., бакалавр. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ АУДИТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ	
21.	КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ	58
	Баранюк Х.О., д-р філософії (PhD), ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА	
22.	АДМІНІСТРУВАННЯ	62
	Момотлива С.Л., викладач вищої категорії, Одеський фаховий коледж економіки, права, готельно-ресторанного бізнесу, м. Одеса, Україна	

	АУДИТ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	
23.	Ступницька Т.М., к.е.н., доцент; Разінін Я.О., магістрант; Стерницький В.М., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	67
	ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА СПРОМОЖНІСТЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
24.	Волощук Ю.О., д.е.н., доцент; Волощук В.Р., д.е.н.; Федорук У.В., аспірант. Подільський державний аграрно-технічний університет, м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна	71
	ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	
25.	Миронюк Н.В., магістрант; Семененко І.І., магістрант. Подільський державний аграрно-технічний університет, м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна	75
	МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНО БЕЗПЕЧНОЇ АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	
26.	Савчук О.В., аспірант; Москалюк В.В., аспірант. Подільський державний аграрно-технічний університет, м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна	80
	ПОКРАЩЕННЯ АСОРИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ «ЧУМАК»	
27.	Статєва М.С., д-р філософії (PhD), ст. викладач; Лозовська Г.М., к.е.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	85
	ЗЕРНОВИЙ РИНОК: СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ	
28.	Березовська Л.В., асистент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	88
	ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ І ТЕХНОЛОГІЙ В ОЦІНОЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
29.	Шевченко О.Ю., викладач вищої категорії, Одеський фаховий коледж економіки, права, готельно-ресторанного бізнесу, м. Одеса, Україна	91
	ДИВЕРГЕНТНО-КОНВЕРГЕНТНИЙ ХРОНОТОП ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
30.	Юшин С.О., д.е.н., професор, головний науковий співробітник, ННЦ «Інститут аграрної економіки» НААНУ, м. Київ, Україна	95
	АНТИЦИКЛІЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРУ: ІННОВАЦІЇ В МЕТОДОЛОГІЇ	
31.	Кулаковська Т.А., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	100
	ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	
32.	Крупіна С.В., к.е.н., доцент; Немикіна Л.В., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	102
33.	МОДЕЛЬ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ	105

- Кушнір О.І., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса, Україна  
 АНАЛІЗ ТЕХНІЧНОГО СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ  
 ОСНОВНИХ ВИРОБНИЧИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАР-  
 34. СЬКОЇ І КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗЕЙ УКРАЇНИ 110  
 Лобоцька Л.Л., к.т.н., доцент; Галайчук К.І., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса,  
 Україна
- СИТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ  
 ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ  
 35. Фрум О.Л., к.е.н., доцент; Левченко М.С., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса, 114  
 Україна
- АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ  
 36. Мініна В.О., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса, Україна 117
- АГРОПРОМИСЛОВИЙ КОМПЛЕКС УКРАЇНИ В СИСТЕМІ СВІТОВОГО  
 37. РИНКУ 119  
 Федорова Т.С., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- ВПЛИВ АНАЛІЗУ ЛІКВІДНОСТІ І ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ НА  
 ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА  
 38. Кухарук А.А., викладач циклової комісії економічних дисциплін, 123  
 Відокремлений структурний підрозділ «Одеський технічний фаховий коледж  
 ОНАХТ», м. Одеса, Україна
- АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПОТОЧНИМИ ВИТРАТАМИ  
 39. ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ 126  
 Похольченко О.С., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- СТАН РИНКУ І ПРОБЛЕМИ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ НА  
 СУЧАСНОМУ ЕТАПІ  
 40. Лобоцька Л.Л., к.т.н., доцент; Петренко О.О., магістрант; Присяжнюк К.В., 130  
 магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- МОДЕЛЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
 ПІДПРИЄМСТВ КОНСЕРВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ  
 41. Фрум О.Л., к.е.н., доцент; Цвірінкалова В.А., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, 133  
 Україна, Україна
- ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ  
 42. ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ 137  
 Шаркова І.І., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- ОЦІНКА ЯКОСТІ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ  
 43. Хачатурян О.С., кандидат економічних наук, Відокремлений структурний 141  
 підрозділ «Одеський технічний фаховий коледж ОНАХТ», м. Одеса, Україна
- THE STATE OF DEVELOPMENT OF THE BIOECONOMY IN ROMANIA  
 44. Voicilaş D.M., Assoc.prof.dr., Senior researcher, Romanian Academy, Institute of 144  
 Agricultural Economics, Bucharest, Romania
- ОЦЕНКА РОЛИ ПРОФЕССОРОВ В РЕЙТИНГЕ ВУЗА ПРИ ВЫБОРЕ  
 45. УНИВЕРСИТЕТА ПОТРЕБИТЕЛЯМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ 148

- Ксения Тарасова, ГУО “Средняя школа № 29 г. Гомеля”, Беларусь; Walery Okulicz-Kozaryn (научный консультант), Wyższa Szkoła Biznesu – National Louis University, Poland
- ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МАРКЕТИНГУ І АУДИТУ ПЕРСОНАЛУ У КАДРОВУ СТРАТЕГІЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА 151
46. Бахчиванжи Л.А., к.е.н., доцент; Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач; Значек Р.Р., к.т.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- PR-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ПРОСУВАННЯ 154
47. Значек Р.Р., к.т.н., доцент; Бахчиванжи Л.А., к.е.н., доцент; Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА 156
48. Значек Р.Р., к.т.н., доцент; Мардар М.Р., д.т.н., професор; Лозовська Г.М., к.е.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- СЕГМЕНТУВАННЯ АУДИТОРІЇ ЗА МЕТОДИКАМИ 5W ТА КНАМАТРИХ 158
49. Голодонюк О.М., ст. викладач; Мільчева В.В., PhD, ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РИСКОВ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ 162
50. Пармакли Д.М. доктор хабилитат э. н., професор, Комратский государственный университет, Республика Молдова; Бахчиванжи Л.А., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна; Кулакова М.Ю., соискатель степени PhD, Одесский государственный аграрный университет, м. Одеса, Україна
- СОСТОЯНИЕ И ОБОСНОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА ПРОДУКЦИИ ПТИЦЕВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА 164
51. Пармакли Д.М., доктор хабилитат экономических наук, профессор; Кара А.Д., докторантка. Комратский государственный университет, Республика Молдова
- ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ У ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 167
52. Соколюк К.Ю., к.е.н., доцент; Донець Л.Я., к.т.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна. Волобуєва Т.В., к.т.н., доцент, Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна
- МОДЕЛЬ ДОСЯГНЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ПІДСИСТЕМИ ЗБУТУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ 170
53. Савченко Т.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна
- ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ СТРУКТУР: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ 172
54. Лагодієнко В. В., д.е.н., професор; Каламан О. Б., д.е.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна
55. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА: 177

	ІСТОРИЧНИХ АСПЕКТ	
	Седікова І. О., д.е.н., професор; Мандрикін Д. В., асистент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
	ДЕМОГРАФІЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ГРУЗИИ В УСЛОВИЯХ КОВИДПАНДЕМИИ	
56.	Чичинадзе Борис, д.э.н, Кутаисский Государственный Университет им. Ак. Церетели, г. Кутаиси, Грузия	183
	СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИКА ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ ЗА НЕТОВАРНІМИ ОПЕРАЦІЯМИ	
57.	Немченко В.В., д.е.н., професор; Галаган І.В., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	184
	СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ	
58.	Ощепков О.П., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	188
	ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ВИБУТТЯ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	
59.	Васьковська К.О., к.е.н., доцент; Космачевська Е.В., магістрант, Орлова А.Ю., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	191
	ОСНОВНІ ІНДИКАТОРИ ФІНАНСОВОЇ ВРАЗЛИВОСТІ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ	
60.	Тарасова О.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	194
	ЕКОЛОГІЧНІ ПРИНЦИПИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	
61.	Немченко В.В., д.е.н., професор; Єдлічка Є.А.. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	197
	СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА	
62.	Мельник Ю.М., д.е.н., професор; Сарієва Г.І, бакалавр, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	199
	ОЦІНКА СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ	
63.	Мельник Ю.М., д.е.н., професор; Щегульцова А.О, магістрант, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	202
	АКТУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
64.	Євтушевська О.О., к.е.н., доцент; Андрєєва М.В., бакалавр. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	208
	ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПРОСТОРУ	
65.	Маркова Т.Д., к.е.н., доцент; Пчелянська Г.Б., старший викладач; Домброван Я.Ю., бакалавр. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	213
	ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ, РОЗВИТОК ТА СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ	
66.	Іванченкова Л.В., д.е.н., професорка; Хутак Артур Шир Ага, аспірант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	215

	ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПІДПРИЄМСТВА	
67.	Євтушевська О.О., к.е.н., доцент; Безбожна. К.В., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	218
68.	ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	220
	Скляр Л.Б., к.е.н., доцент; Добровольська О.Я., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
69.	ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБИГУ ОПЕРАЦІЙ З ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ	224
	Ткачук Г.О., д.е.н., доцент; Козаченко А.В. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
70.	ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ	228
	Євтушевська О.О., к.е.н., доцент; Горбатюк І.С., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
71.	ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ І АНАЛІЗУ РЕЗУЛЬТАТІВ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	231
	Скляр Л.Б., к.е.н., доцент; Кризька Т.П., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
72.	ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ РІЗНИХ КРАЇН	235
	Євтушевська О.О., к.е.н., доцент; Ковальова В.О., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
73.	РОЛЬ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	238
	Скляр Л.Б., к.е.н., доцент; Малик Т.П., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
74.	ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТІВ ТРАНСКОРДОННОЇ СПІВПРАЦІ ТА ПЕРЕВІРКИ ВИТРАТ В РАМКАХ ДАНИХ ПРОЄКТІВ	243
	Стасюкова К.В., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
75.	ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ОПЛАТИ ПРАЦІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	246
	Скляр Л.Б., к.е.н., доцент; Шоман О.Р., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
76.	ФОРМАТ ТА ЗМІСТ ПОЛІТИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КОРПОРАТИВНОГО ПІДПРИЄМСТВА	249
	Ткачук Г.О., д.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
77.	РОЛЬ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В ПРОДОВОЛЬЧІЙ БЕЗПЕЦІ	254
	Молодан М.М., ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
78.	РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	257
	Філахтов К.О., магістрант, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
79.	НАСЛІДКИ ЗМІНИ ЛОГІСТИКО-ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВ ЗЕРНОВОГО РИНКУ	261
	Савенко І.І. д.е.н., професор; Ткачев В.А. аспірант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	
80.	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН	264
	Седікова І.О., д.е.н., професор; Бондар В.А., ст. викладач, ОНАХТ, м. Одеса,	

	Україна	
	ЗРОСТАННЯ РОЛІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НАПІДПРИЄМСТВАХ	
81.	Козак К.Б., д. е. н., доцент; Мироненко Б.В., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	266
	СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ТА ЯКОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ	
82.	Корсікова Н.М. к.е.н., доцент; Фоменко П.В., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	269
	ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	
83.	Агеева І. М., к.е.н., доцент; Мельник А.В., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	272
	ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ	
84.	Дьяченко Ю.В. к.е.н, доцент; Коренман Є.М. ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	274
	КЛЮЧОВІ СКЛАДОВІ ЗЕМЕЛЬНОЇ РЕФОРМИ В КНР В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ	
85.	Мануїлова К.В., д.н. з держ. упр., доцент; Мужайло В.Д.. к.е.н, доцент; Несененко П.П. к.е.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	278
	ДО ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ КОНФЛІКТОЛОГІЇ ЯК САМОСТІЙНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
86.	Пурцхванідзе О.В., к. філос.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна	284
	ПІДВИЩЕННЯ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ ВИНА НАСЕЛЕННЯМ УКРАЇНИ ЯК ОДНА ІЗ СТРАТЕГІЧНИХ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ	
87.	Агеева І.М., к.е.н., доцент; Русецька А.О., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	288
	ЗМЕНШЕННЯ ВТРАТ ЖИТТЯ ЧЕРЕЗ МІНІМІЗАЦІЮ ДІСТАРНИХ ФАКТОРІВ РИЗИКУ: СПІЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ	
88.	Рингач Н.О., д.н. держ. упр., гол. наук. співробітник, Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАНУ, м. Київ, Україна	290
	ГЕЙМІФІКАЦІЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	
89.	Дьяченко Ю.В. к.е.н., доцент; Полоус Д.Т., магістрант. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	294
	УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДИСТРИБУЦІЙНОЇ КОМПАНІЇ	
90.	Дьяченко Ю.В., к.е.н, доцент; Агеева І.М. к.е.н., доцент; Коренман Є.М., ст. викладач. ОНАХТ, м. Одеса, Україна	297
91.	УПРАВЛІННЯ МОНЕТИЗАЦІЄЮ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	300

- Асауленко Н. В., аспірант, ст. викладач кафедри, ОНАХТ, м. Одеса  
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ  
АГРОПРОМИСЛОВОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ 302
92. Мануїлова К.В., д.н. з держ. упр., доцент; Полянській А.О., магістрант.  
ОНАХТ, м. Одеса, Україна  
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ  
ФІРМ НА РИНКАХ УКРАЇНИ 305
93. Чабаров В.О. к.т.н., доцент; Євтушок О.В., к.е.н., ст. викладач. ОНАХТ, м.  
Одеса, Україна  
НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ ПРОАКТИВНИХ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ  
ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ 310
94. Дурбалова Н.І., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса, Україна  
МЕТОДОЛОГІЯ РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ  
ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА 312
95. Седіков Д. В., викладач, ОНАХТ, м. Одеса, Україна  
СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ПОРТОВИХ ЕЛЕВАТОРІВ ЯК  
ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ 315
96. Відоменко І.О., к.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна  
АНАЛІЗ МАКРОСЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ З  
ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНОЇ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ 319
97. Ринкова А.А., аспірантка, ОНАХТ, м. Одеса, Україна  
ПЕРСИСТЕНТНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ  
УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ 322
98. Купріна Н.М., д.е.н., доцент, декан ф-ту економіки, бізнесу і контролю,  
ОНАХТ, м. Одеса, Україна  
РИЗИКИ ХЛІБОПЕКАРНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ
99. Басюркіна Н. Й., д.е.н., професор; Ласкаєв О. М., аспірант. ОНАХТ, м. Одеса,  
Україна 327  
СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ТА СЕРЕДНІМ БІЗНЕСОМ  
В УКРАЇНІ
100. Константинова Т.В., к.е.н., ст. викладач; Шалений В.А., к.е.н., доцент;  
Бровкіна Ю.О., к.е.н., доцент. ОНАХТ, м. Одеса, Україна 330  
ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ  
ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В КРИЗОВИХ УМОВАХ
101. Колесник В.І., к.е.н., доцент; Немченко Г.В., PhD, асистент. ОНАХТ, м.  
Одеса, Україна 332  
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЕРНОВОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ
102. Басюркіна Н.Й., д.е.н., професор; Пакуленко О.В., магістрант. ОНАХТ, м.  
Одеса, Україна 334  
НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРНИХ  
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ 337

- Грищенко А.В., аспірант, ОНАХТ, м. Одеса, Україна  
**СТАТИСТИЧНО-АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СТАНУ РИНКУ ПРАЦІ  
 ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ**
- Коробкіна О.В., викладач-методист ВСП «Одеський технічний фаховий  
 104. коледж ОНАХТ»; Патлаченко Л.А., начальник управління збирання даних 339  
 вибіркового обстеження населення Головного управління статистики в Одеській  
 області; Копайгородська Т.Г., викладач-методист ВСП «Одеський технічний  
 фаховий коледж ОНАХТ». м. Одеса, Україна  
**ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ НАДАННЯ  
 АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ**
105. Ніколюк О. В., д.е.н., професор; Левчук Ю.С., старший викладач; 342  
 Кирилова В.П., магістр спец. «Публічне управління та адміністрування»,  
 ОНАХТ, м. Одеса, Україна  
**СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ ІНКЛЮЗИВНОЇ РЕКОНСТРУКЦІЇ В**
106. АГРОПРОДОВОЛЬЧІЙ СФЕРІ 345  
 Дідух С.М., д.е.н., доцент, ОНАХТ, м. Одеса, Україна  
**ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО САМОВРЯДУВАННЯ**
107. ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД 347  
 Ніколюк О. В., д.е.н., професор, ОНАХТ, м. Одеса  
**ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ  
 ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ**
108. Меліх О.О., д.е.н., професор; Шепелева О.В., аспірантка; Іванченков В.С., 350  
 к.е.н., доцент; Меліх Т.Г., к.е.н., викладач, ОНАХТ, м. Одеса  
**ОЦЕНКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ:  
 РЕГИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ**
109. Andrei Tsimayeu, Uniwersytet Szczeciński, Poland; 352  
 Vasili Kulakou, Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, Poland  
**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО СИСТЕМИ  
 УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**
110. Шмагіна В.В., к.е.н., доцент; Масленніков О. Є., бакалавр; Гладуніна К. Ю., 355  
 бакалавр. Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, м. Одеса,  
 Україна