МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

16-17 квітня 2020 рік

Том І

Полтава

Редакційна колегія:

Аранчій В. І., ректор академії, кандидат економічних наук, професор.

Горб О. О., проректор з науково-педагогічної, наукової роботи, професор кафедри екології збалансованого природокористування та захисту довкілля, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Галич О. А., декан факультету економіки та менеджменту, директор Навчально-наукового інституту економіки та бізнесу, професор кафедри інформаційних систем та технологій, кандидат економічних наук, професор.

Дорогань-Писаренко Л. О., декан факультету обліку та фінансів, професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень, кандидат економічних наук, професор.

Дудніков І. А., декан інженерно-технологічного факультету, професор кафедри галузеве машинобудування, кандидат технічних наук, доцент.

Кулинич С. М., декан факультету ветеринарної медицини, професор кафедри хірургії та акушерства, доктор ветеринарних наук, професор.

Маренич М. М., декан факультету агротехнологій та екології, професор кафедри селекції, насінництва і генетики, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Муравльов В. В., завідувач відділу з питань інтелектуальної власності.

Опара М. М., фахівець відділу з питань інтелектуальної власності, професор кафедри землеробства і агрохімії ім. В. І.Сазанова, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Поліщук А. А., декан факультету технології виробництва та переробки продукції тваринництва, доктор сільськогосподарських наук, професор.

Чайка Т. О., начальник редакційно-видавничого відділу, кандидат економічних наук.

Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аг-рарної академії, 16-17 квітня 2020 р. Том І. – Полтава: РВВ ПДАА, 2020. – 429 с.

© Полтавська державна аграрна академія (ПДАА)

СЕКЦІЯ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ – ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Дзьох Д.В.,
здобувачка вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Дядик Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Дослідження теоретичних наук і практичних аспектів процесу управління персоналом свідчить про низький рівень його результативності, авторитетності і говорить про те, що в умовах ринкових відносин уже не достатньо вдосконалення окремих аспектів управління персоналом, а тому необхідна комплексна система управління персоналом підприємство на основі маркетингу, яка зможе розв'язати проблеми, що пов'язані із залученням та підбором персоналу для кадрової служби, підвищенням професійної кваліфікації та управлінням діловою кар'єрою. Маркетинг персоналу повинен стати одним із найважливіших чинників виживання підприємств в умовах нестабільних ринкових і політичних відносин.

Аналіз літературних джерел свідчить, що автори визначають маркетинг персоналу як концепцію постачання у кадровій сфері, як філософію і стратегію менеджменту людських ресурсів, спрямовану на потреби працівників та інтегровану в політику підприємства. Концепція маркетингу персоналу, повинна бути заснована на ринкових аспектах кадрового сектору, з орієнтацією на сферу постачання, здатна забезпечувати поповнення підприємства необхідною кількістю співробітників і довгостроковий зв'язок їх з підприємництвом [1].

Маркетинг персоналу – це вид управлінської діяльності підприємства, спрямований на визначення і покриття потреби в персоналі. При цьому маркетинг персоналу рекомендується розглядати в широкому значенні – як певну філософію і стратегію управління людськими ресурсами, та у вузькому – як особливу функцію служби управління персоналом.

Фахівці HR зараз стикаються з величезною кількістю питань, на які не завжди можуть знайти відповіді: кандидати не відгукуються на вакансії або відгукуються, але ні ті, які б хотілось; як підбір персоналу зробити не таким тривалим і дорогим; чому по шукачі ідуть до конкурентів. Ряд питань може допомогти вирішити HR-маркетинг, якщо навчитися застосовувати його інструменти в роботі [2].

Роль маркетингу персоналу полягає в приведенні системи підготовки фахівців у відповідність до попиту на робочу силу на ринку праці сьогодні, завтра і в майбутньому. Для ефективного маркетингу персоналу на підприємстві варто визначити його функції та під функції:

– аналітична функція – вивчення ринку праці; аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів; стратегічний аналіз; аналіз кадрової політики;

– виробнича функція – дослідження організації формування робочої сили, людських ресурсів, розроблення кадрових технологій; логістика маркетингу персоналу; управління якістю і конкурентоспроможністю персоналу;

– функція розвитку персоналу – проведення оцінки персоналу і його діяльності; кадровий аудит; планування розвитку; організація, мотивація, контроль розвитку;

– функція управління: дослідження стану стратегічного й оперативного управління; управління трудовими ресурсами (демографічними процесами, освітою і профорієнтацією; соціальним розвитком); управління зайнятістю (робочими місцями; розподілом, перерозподілом); управління персоналом (працею, кадрами, соціально-демографічними процесами); інформаційне забезпечення управління маркетингу персоналу; організаційно-стратегічного й оперативного контролінгу маркетингу персоналу; формування системи комунікацій на підприємстві, у регіоні , країні;

– стратегічна функція: аналіз ситуації ринку праці (дослідження ринку, вплив факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства; формування цілей розроблення ринкових засад кадрової стратегії, визначення принципів кадрової політики при досягненні цілей організації; розроблення системи стратегічного управління маркетингу персоналу [3].

Система управління персоналом складається з двох підсистем:

Тактична підсистема управління маркетингом персоналу підприємства повинен виконувати традиційні функції: набір персоналу; організація підготовки, перепідготовки, підвищення кваліфікації; організація розподілу, переміщення, звільнення працівників, оцінка кандидатів на просування по службовій кар’єрі; облік і планування потреби в кадрах у межах року.

Стратегічна підсистема управління маркетингом персоналу повинна бути зорієнтована на розробку кадрової політики на перспективу. Стратегічна підсистема маркетингу персоналу покликана оцінити можливості персоналу, провести аналіз ситуації в ринку праці, виявити сильні і слабкі сторони персоналу й порівняти його основними конкурентами на ринку праці.

Тому на вітчизняних підприємствах функціональних підрозділом у службі управління персоналом може стати відділ маркетингу персоналу, який буде виконувати наступні функції: розробляти рекомендації і методи вирішення конкретних проблем маркетингу персоналу; проводити маркетингові дослідження для формування стратегії, реклама персоналу, забезпечувати внутрішні та зовнішні зв’язки організації з ринком праці й ринкових освітніх послуг, формувати внутрішній маркетинг персоналу, впроваджувати децентралізацію з метою підвищення відповідальності керівника за забезпечення потреби професійного розвитку працівників.

Таким чином, сукупність прийнятих курівництвом підприємства рішень з маркетингу персоналу формує в кадровій службі комплекс рішень, які можуть

бути спрямовані на актуальніші його сфери: найм, дослідження та відбір потрібного для підприємства персоналу, який в змозі забезпечити йому конкурентоспроможність.

Список використаних джерел

1. Гризовська Л.О. Актуальні проблеми управління персоналом на сучасних підприємствах. *Вісник ХНУ.* 2013. № 5. С. 192-196.

2. Дядик Т.В. Необхідність HR-маркетингу на сучасному ринку праці. Інфраструктура ринку. №33. 2019. С. 246-253. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/33_2019_ukr/39.pdf

2. Колпаков В.М. Маркетинг персоналу: навч. посіб. для студ. серед. і вищ. навч. закл. К.: МАУП, 2006. URL: http://lkkeip.at.ua/_ld/0/97_market_pers.pdf

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Йолгіна Ю.Ю.,
здобувачка вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Дядик Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент

На сьогоднішній день одним з найбільш актуальних питань є нерозуміння ролі маркетингу у виробничій діяльності багатьох підприємств в Україні. Проблема полягає в тому, що в деяких підприємствах більшість керівників недооцінюють роботу у маркетингових відділах і часто відмовляються від них щоб економити.

Зросла «ринкова грамотність» споживача і в той час знизилась ефективність традиційних видів маркетингових комунікацій. Зараз тільки 20-40 % споживачів звертаються до реклами, щоб обрати товар [1].

Вирішальну роль у забезпеченні ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства та його конкурентоспроможності на ринку відіграє маркетинг. Саме служба маркетингу, проводячи сегментацію ринку, здійснюючи цінову, комунікаційну, збутову та інші політики підприємства, надає керівництву інформацію про існуючі та перспективні потреби покупців, дає можливість оцінити конкуруючі вироби за різними параметрами, підготувати та обґрунтувати рішення про доцільність виробництва або ж його припинення, які вироби доцільно видозмінювати, які нові вироби доцільно включити у асортимент продукції навіть за рахунок розвитку нових напрямів виробництва, спрогнозувати можливі обсяги збуту продукції, логістичні канали, ціну реалізації, розробляти рекомендації щодо перед- та післяпродажного сервісу тощо [2].

Маркетинг грає важливу роль в економічному розвитку. Адже на сьогодні розвиток маркетингу – одна з головних умов виходу підприємств із кризи.

Конкурентоспроможність українських підприємств, як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку буде багато в чому залежати від їх здатності впровадити маркетинг як провідну філософію стратегічного розвитку і культуру бізнесу на підприємстві.

Вже зараз на рівні маркетологів, власників та керівників бізнесу стає зрозумілим, що маркетинг – це не просто реклама, а в першу чергу, стратегічний аналіз та ринкові дослідження.

На підприємствах починаються проблеми з того, що маркетологи виконують не властиві своїм функціям завдання. Дуже рідко зустрічаються приклади, коли на підприємстві маркетологи задіяні в оцінці перспектив напрямків діяльності та розробці нового товару. Проблеми, які найчастіше зустрічаються на підприємствах є, відсутність уявлень про завдання відділу маркетингу, тобто відсутність участі маркетингу в майбутньому успіху компанії. А в першу чергу маркетинг базується на постійному та систематичному аналізі потреб ринку, який дозволяє підприємству розробити ефективні товарні та цінові стратегії, спрямовані на конкретні сегменти споживачів, що, в свою чергу, надає підприємству певних конкурентних переваг [3].

Причини неефективного маркетингу часто криються в структурних проблемах, а саме:

– невідповідність структури і стратегії. Структура відділу маркетингу повинна відповідати стратегії компанії;

– роз'єднаність маркетингу і підрозділів фірми. Для ефективної ринкової діяльності необхідно, щоб такі ключові підрозділи як збут, фінанси і маркетинг діяли за єдиної стратегії.

Серйозною проблемою також є і внутрішня взаємодія, а саме:

– внутрішнє позиціонування та внутрішні комунікації. Адже неможливо реалізувати програму маркетингу без підтримки всього колективу в цілому;

– комунікації з керівництвом. Розробивши програму маркетингу, необхідно її затвердити у керівництва [3].

В умовах сучасного маркетингу можна виділити нові перспективи розвитку, а саме:

– «зверхмаркетинг», концентрація зусиль на творення комплексної пропозиції, що сприяє вирішенню одночасно кількох проблем споживача;

– «мультимаркетинг», багатоканальний товарорух;

– «турбомаркетинг», тобто скорочення часу на створення нового товару [4].

Рух у напрямку ефективного маркетингу, який повинен здійснюватися професійно підготовленими менеджерами, здатними координувати діяльність підприємства, орієнтуючи її на задоволення споживчих потреб на підприємстві не тільки малого, а й середнього і великого розміру, пов'язане з підготовкою

таких менеджерів [3]. Вирішення цієї задачі припускає розвиток системи вищої освіти в галузі маркетингу та менеджменту, здатного виховати українських менеджерів у відповідності стандартів розвинутих країн Західної Європи, одночасно володіють знаннями та навичками роботи в специфічних умовах трансформаційної економіки.

Список використаних джерел

1. Длігач А. Тенденції розвитку маркетингу в Україні. *Маркетинг в Україні.* 2005. №2. С. 46.
2. Дядик Т.В., Іващенко М.Ф. Роль маркетингу в забезпеченні економічної безпеки підприємства. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XI Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Полтава, 16 квітня 2019 року). Полтава: ПДАА. 2019. С. 41-44.
3. Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність. *Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет конференції.* 2017. частина II. С. 33.
3. Соколенко В.А. Сучасні тенденції розвитку маркетингу. *НТУ «ХПІ».* 2012. UR: http://blog.twitter.com/2012/03/numbers.html.

МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА

Костельна Л.В.,
здобувачка вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Дядик Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент

В наші дні створена досить велика кількість різних підприємств, які надають нам певні послуги та товари без яких ми не можемо уявити своє життя сьогодні. Кожне підприємство намагається стати кращим у певній сфері і зробити усе аби заволодіти клієнтом. Тому вони все більше розвивають сферу послуг. В світі, на сучасному етапі розвитку, відбулося переосмислення маркетингу й перехід до маркетингу, в центрі якого перебуває людина, її цінності та душа. Ефективна взаємодія покупця з продавцем може гарантувати задоволення споживача, але для підтримки інтересу останнього протягом довгого терміну і для контролю взаємовідносин із покупцем постачальники послуг повинні розвивати навички маркетингу взаємовідносин. [6].

Сфера послуг – це частина економіки, яка включає в себе всі види послуг. Цю сферу найбільше розвивали і тепер вона навіть випереджає розвиток виробництва. До числа тих хто надає нам послуги відносяться: банки, авіакомпанії, Укрзалізниця, страхові компанії, державні організації і т.д. [1].

Основні класи послуг:

1. Дії, спрямовані на тіло людини.
2. Відчутні дії, спрямовані на товари.
3. Дії які спрямовані на свідомість людини.
4. Невідчутні, з невідчутними активами.

У сфері послуг успішність маркетингу залежить від багатьох чинників бізнесу і від чіткої організації виробництва і від грамотної роботи з персоналом підприємства .

Маркетинг послуг – це система узгодження пропонованих послуг з послугами, які користуються попитом на ринку і які підприємство здатне запропонувати з прибутком для себе і більш ефективно, ніж це роблять конкуренти.

Завдання маркетингу послуг – допомогти споживачеві оцінити підприємство та його послуги і вирішити чи підходять послуги підприємства для нього [2].

На ринку необхідно пропонувати товари і послуги, які бажають отримувати всі споживачі тієї чи іншої сфери послуг, і робити це набагато краще за конкурентів щоб отримати самого споживача і показати йому нову сферу надання послуг.

Маркетингові послуги можуть, створюватись, оплачуватися та проводитися за ініціативою власника марки, виробника продукції, торговельної мережі. При цьому витрати на послуги несе сам замовник цих послуг. Замовниками цих послуг можуть бути любі великі підприємства або малі оптові продавці які зацікавлені в даній послузі. Також підприємства можуть купувати уже готові дослідження певного ринку для власної вигоди і для створення нової послуги [3].

Зараз дуже багато підприємців зацікавлені в тому, аби надати для людини якомога кращі послуги, щоб людина стала постійним клієнтом і для того аби створити авторитет підприємства на ринку. Для маркетингової діяльності підприємство повинно: проводити дослідження ринку; здійснювати його аналіз; розробляти маркетинговий комплекс [4].

Збільшення обсягів виробництва організаційної діяльності обмежена колом покупців, які постійно користуються послугами організації, тому вони вибирають один з напрямів:

1. Стратегія створення мереж.
2. Стратегія нових послуг ґрунтується на репутації організації та знаннях менеджерів про потреби клієнтів.
3. Мультисегментна стратегія.
4. Змішана стратегія [5].

Так як ми є споживачами усіх сфер послуг, ми найкраще сприяємо регулюванню і удосконаленню їх, адже ми є своєрідним товаром який хоче отримати кожен підприємець і чим більше нас, тим більше заробітку в організації. Сфера послуг стрімко розвивається задля нашого задоволення та завоювання нашої уваги, а концептуальними елементами маркетингу послуг є те, що вони:

по-перше, відштовхуються від специфіки послуги як товару, по-друге, вказують на необхідність вивчення таких стратегічних факторів маркетингу послуг, як персонал, процес обслуговування та матеріальні свідчення обслуговування; по-третє, необхідність використання додаткових стратегій для управління маркетингом послуг. До таких додаткових стратегій відносять внутрішній маркетинг та інтерактивний маркетинг.

Список використаних джерел

1. Конспект лекцій з дисципліни Маркетинг послуг. URL: http://eprints.kname.edu.ua/24955/1/2009%20170%D0%9B%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%20%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%8E%D0%BA%20%D0%B7.pdf.
2. Маркетинг послуг. URL: https://sites.google.com/site/marketingdistance/tema-5/5-8-marketing-poslug.
3. Маркетингові послуги: оформлення та податковий облік. URL: http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/5204.
4. Маркетинг послуг. URL: https://studopedia.org/7-99289.html.
5. Маркетинг послуг. URL: https://stud.com.ua/913/marketing/marketing_poslug.
6. Хурдей В.Д., Дядик Т.В. Роль маркетингу у вирішенні проблем соціально-трудової сфери села. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Вип. 1 (12). Полтава: ПДАА. 2016. С. 197-209.

ПРОБЛЕМИ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Пащенко В.М.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник - Боровик Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Біржова діяльність в Україні, перебуває на стадії становлення та має дуже повільний розвиток. В Україні зареєстровано понад 550 бірж це набагато більше, ніж у країнах із розвинутою ринковою економікою, але пряма залежність між кількістю бірж та ефективність біржового ринку не працює. Обсяги біржової діяльності порівняно з іншими країнами є незначними. Досить велика частка бірж які функціонують в нашій державі не відповідають сучасним світовим вимогам, та навіть не перейшли на використання системи електронного трейдингу, а деякі зареєстровані біржі навіть не мають власного сайту. Також, зако-

нодавство України, що регулює біржову діяльність (ЗУ «Про товарну біржу» та «Про цінні папери і фондову біржу»), не стимулює впровадження в практику сучасного біржового механізму. Ці законодавчі акти досить поверхневі, не містять цілого ряду головних аспектів створення строкового ринку. [3,с. 115–120.].

Сьогодні існує досить багато вагомих причин, що перешкоджають розвитку біржової діяльності в Україні.

Одні з головних проблем:

1. Незначна частка організаційного: Основна маса операцій здійснюється на позабіржовому ринку. Як наслідок, це призводить до незначних обсягів біржової діяльності, а високий рівень тіньової економіки призводить до укладення угод поза біржею.

2. Низький рівень ліквідності: Незначний обсяг операцій на біржовому ринку обумовлює низьку ліквідність організованого ринку, що, у свою чергу, стримує його розвиток, внаслідок неможливості нормальної роботи інвесторів з управління інвестиційними портфелями. Мається на увазі відсутність можливості здійснювати операції з активами за ринковими цінами внаслідок відсутності або недостатніх обсягів попиту та пропозиції на них. [1, с. 45–51.]

3. Нормативне регулювання: Нормативна база, що регулює біржову діяльність в Україні, все ще перебуває на стадії становлення. Значна кількість нормативних актів не відповідають міжнародним стандартам і потребують удосконалення та подальшого розвитку. Особливо це актуально з позиції прозорості ринку та організації вільного доступу до біржової інформації. [2, с. 136–139.]

4. Непрозорість ринку: Інформація щодо біржової діяльності України є дуже обмеженою з позицій щодо актуальності, повноти, доступності. Досить часто відсутня, або застаріла інформація про проведення та результати торгів, відсутність повної інформації про діяльність біржі, що в свою чергу призводить до складнощів з інвестування, так як інвестор просто не може проаналізувати біржову діяльність, та через відсутність інформації не буде вкладати кошти. Є питання й щодо достовірності наданої інформації. Крім того, на ринку присутні дуже незначні обсяги біржової аналітики та іншого інформаційного фону.

Біржова діяльність має ще купу перешкод до яких можна також віднести нестабільність економічного положення в Україні, недостатня кількість професіоналів та багато інших, але саме чотири головні перепони незначна частка організаційного, низький рівень ліквідності, нормативне регулювання та непрозорість ринку є найбільш складними для подолання та розвитку біржової торгівлі в Україні. Саме ці проблеми напряму впливають на результати діяльності бірж в країні. А біржова діяльність безпосередньо впливає на розвиток економіки, також має значний вплив на результати торгівлі в країні, діяльність бірж однозначно впливає на безліч економічних процесів держави, і саме розвиток та зростання прозорого біржового ринку, що в свою чергу призведе до ланцюгової реакції, та зростанню економіки.

Отже, попри негативну динаміку та безліч проблем які перешкоджають розвитку біржовій діяльності держави, ми можемо спостерігаються також позитивні зрушення, все більше бірж переходять на введення електронних торгів, також з кожним роком зростає кількість бірж та фондових бірж а тенденція торгівлі лиш сировинною продукцією знижується. Спостерігається зменшення тіньової економіки та тенденція до прозорості торгів.

Біржова діяльність є досить важливою для функціонування економіки, діяльність бірж має вагомий вклад в розвиток економіки, і саме вихід бізнесу з "тіні" та початку функціонування нормальних торгівельних відносин дадуть змогу розвиватися та зростати біржовій діяльності в Україні.

Список використаних джерел

1. Гриценко Л.Л., Роєнко В.В. Проблеми розвитку фондового ринку України в умовах фінансової глобалізації. Механізм регулювання економіки. 2010. № 2. С. 45-51.

2. Савицька О.І., Фурсова А.А. Проблеми і перспективи розвитку біржового ринку України . Економіка і регіон. 2009. № 2. С. 136-139.

3. Черненко В. М. Стадії становлення біржового ринку України та парадигма його успішного реформування. Вчені записки Університету "КРОК" : у 2 т. 2011. Випуск 27. Т. 2. С. 115-120.

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Сімон А.О.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник - Боровик Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Виникнення і розвиток концепції міжнародного маркетингу як своєрідної системи маркетингової діяльності приходиться на 60-70 роки. Саме до цього періоду склалися необхідні передумови до перебудови ринкової діяльності в міжнародному масштабі на основі принципів маркетингу, що довів у попередній період свою дієвість як ефективна система корпоративного керування і засіб конкурентної боротьби на національних ринках.

Міжнародний маркетинг є специфічним феноменом, органічною підсистемою загальної сфери маркетингових відносин. Це така система організації діяльності суб'єктів виробничої сфери, яка сприяє оптимізації функціонального з'єднання виробничих цілей і поточних потреб іноземних споживачів. Завдяки їй можливе досягнення оптимальних показників підприємницької діяльності -

прибутків, рентабельності, технічного і ресурсного забезпечення, заробітної плати і ін. Іншими словами, міжнародний маркетинг є важливою умова встановлення дієвого зворотного зв'язку між попитом і пропозицією в міжнародному масштабі, є своєрідним гарантом того, що виготовлена продукція, пройшовши всі етапи виробничого процесу, знайде свій шлях до кінцевого споживача за кордоном [2].

Ринкові механізми тільки почали вкорінюватися в економіці України. Лише протягом останніх років українські виробники відчули, що здатні освоювати нові ринки. Однак вихід на світовий ринок неможливий без оволодіння теорією і практикою міжнародного маркетингу, оскільки ринок споживача відзначається гострою конкуренцією.

Особливості просування українських товарів на міжнародні ринки:

1. Насичення ринку товарами й послугами, перевищення пропозиції над попитом. Наявність ринку покупця, який диктує виробникові свої умови, спочатку загострить внутрішню конкуренцію й підвищить якість та конкурентоспроможність вітчизняної продукції, а уже потім забезпечить експансію на зарубіжні ринки. У протилежному разі (ринок продавця) зберігатиметься диктат виробника та орієнтація на збут виробленої продукції.

2. Поширення маркетингового мислення у всіх ланках управління - від вищої до менеджерів нижнього рівня. Споживач повинен стати головною персоною в усіх сферах діяльності, а якісне задоволення його запитів - запорукою успішного функціонування організації.

3. Забезпечення організацій, що працюють або планують працювати на зовнішніх ринках, кваліфікованими кадрами в галузі міжнародного маркетингу.

4. Розвиток маркетингової інфраструктури, у т. ч. консалтингових фірм. Україні слід сприяти організації такої діяльності з метою активної кваліфікованої допомоги підприємствам, що прагнуть поставляти свою продукцію за кордон.

5. Розроблення, юридичне закріплення й реалізація нових механізмів, конкурентної політики, що забезпечують формування ефективного конкурентного середовища та удосконалення правил конкуренції на внутрішньому ринку [3].

Маркетингова діяльність міжнародної фірми здійснюється в глобальному масштабі компанією й охоплює технологічний процес у цілому, особливо в тих випадках, коли він чи частково цілком розділений між виробничими закордонними компаніями міжнародної фірми.

Міжнародне середовище можна трактувати як певну сукупність економічних, соціально-культурних, політико-правових та інших умов, процесів, чинників, які можуть не тільки сприяти розвиткові міжнародної маркетингової діяльності, але й ускладнювати її [1].

Що стосується керування маркетингом, то найбільш важливим наслідком глобалізації є необхідність визначати географічний цільовий ринок у рамках

країн і розробляти активні й оборонні стратегічні варіанти, приймаючи в розрахунок нову взаємозалежність ринків. Мислити глобально, але виходячи з локальної реальності.

Компанії переглядають свої стратегічні позиції для того, щоб реагувати на зміни економічної, конкурентної і соціально культурного середовища, а також інтернаціоналізацію світового господарства.

Співробітництво України із зарубіжними країнами, зокрема в сфері міжнародного маркетингу, є необхідною умовою подальшого розвитку маркетингової діяльності в нашій країні на шляхах стабілізації економічного положення та просування в напрямі ринкового господарства.

Список використаних джерел

1. Азарян Е.М. Міжнародний маркетинг / Азарян Е.М. [навч. посібник.]. К.: ИСМО МО України, НВФ "Студцентр", 2012. 220 с.

2. Міжнародний маркетинг - [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://pidruchniki.com/1828051550059/marketing/mizhnarodniy_marketing (дата звернення: 05.04.2020).

3. Особливості становлення міжнародного маркетингу в Україні - [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://knigi.studio/mejdunarodnyiy-marketing/osoblivosti-stanovlennya-mijnarodnogo-166176.html (дата звернення: 05.04.2020).

КРЕАТИВНІ НОВОВВЕДЕННЯ В ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Томенко Д.В.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ОПП Економіка підприємства,
спеціальність 051 Економіка, ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник - Боровик Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Креативність як процес творіння в сучасних умовах є необхідною складовою ефективного управління у будь-якій сфері суспільних відносин. Логістика, виробництво, транспорт та ланцюги постачання сьогодні переживають період швидких та безпрецедентних перевтілень. Майбутнє цих галузей пов'язано з інноваціями та технологіями. Не так давно 3D-друк, інтернет речей, доставлення вантажів безпілотними апаратами та інші нововведення вже стали майже реальністю, хоча ще зовсім донедавна були предметом наукової фантастики.

Не виключенням є сфери як вантажоперевезень, так і дрібної логістики, де продавці та постачальники послуг починають запроваджувати інновації та

креативні рішення для вирішення комплексних господарських проблем, зумовлених глобальними викликами.[1]

Ще нещодавно люди шукали способи перевозити товари швидше, у великих об'ємах та більш економно. Ці проблеми були вирішені у першу чергу за допомогою винаходу автомобілів (включаючи вантажні), залізної дороги, сучасних кораблів та літаків. Щодо прикладу, в нас час квартирний переїзд є звичайною справою. Відомим є випадок перевезення старовинної дерев'яної церкви, який було здійснено німецькою транспортною компанією. Фактично в перевезенні відносно невеликого будинку немає нічого незвичайного, а ось тільки ця церква не могла бути розібрана, тому транспортувати її довелося в повністю зібраному стані.

На сьогоднішній день це, і не тільки, можливо завдяки адитивному виробництву, або 3-D друку, який значно розширює виробничий процес, роблячи його незалежним від спеціалізованих виробництв та підприємств. Компанія може «друкувати» необхідні вироби та різного роду компоненти за вимоги, що скорочує виробничі витрати, шляхи і час постачання, позбавляючи від необхідності зберігати великий обсяг готової продукції на складах. Це є необхідним для виготовлення, наприклад, деталей і засобів одноразового використання. [3]

Таким прикладом став гусеничний транспортер, побудований спеціально для обережного транспортування габаритних деталей з чилійської обсерваторії ALMA - величезної дослідницької споруди, що знаходиться на висоті 5 км, та дозволяє проводити високоточні астрономічні спостереження, адже в даній точці найчистіше небо з усіх місць на планеті, доступних людині. В результаті машина мала в цілому 12 гусеничних рядів та мала змогу перевозити рефлектори гігантських радіотелескопів. І досі жодна з існуючих транспортних компаній, що спеціалізуються на перевезеннях великогабаритної техніки, не впорається із завданнями, на які розрахована ця машина.

А ось безпілотні літальні апарати – дрони вже зовсім скоро можуть залишити кур'єрів без роботи. Наразі в Україні вони вже активно використовуються для відео-зйомок та в сільському господарстві. А ось, наприклад, в Об'єднаних Арабських Еміратах компанії вже використовують їх для швидкого доставлення невеличких пакетів як в міста, так і в віддалені райони. Це значно зменшує витрати на транспортування, завдяки високій швидкості, легкості та можливості літати там, де інші види транспорту не можуть бути використані. Згідно прогнозів найвигіднішим даний вид перевезень стане для послуг доставки їжі прямо у вікно клієнту.

Єдиним конкурентом, який, за прогнозами, буде впроваджений швидше безпілотників в ЄС та країнах СНГ – це використання транспортних засобів без водія. Адже більшу частину транспортних витрат становить саме заробітна плата водіям та експедиторам. А отже транспортно-логістичні компанії, які мають свій власний парк, зможуть значно скоротити накладні витрати, використовуючи транспортні засоби без водія для доставлення та ризики аварійних ситуацій, завдяки запрограмованим жорстким алгоритмам. [2]

Технологія AR (Augmented reality) може сильно допомогти операторам цих транспортних засобів, адже здатна забезпечити пряме або непряме уявлення про реальний світ користуючись доповненими елементами сприйняття реальності комп'ютером, включаючи звук і відео. На даний момент вона знаходиться на стадії розробки та впровадження, та зовсім скоро така видимість покращить обробку вантажів, збільшить швидкість доставлення та скоротить загальні затрати, адже буде змога прикріпити AR-пристрій на вантаж та постійно отримувати інформацію про його вміст, вагу та місцеперебування.

Прикладом використання AR став випадок, коли ірландській логістичній компанії вдалось підняти з дна затонувшого судна понад 55 тон дорогоцінного металу, загальною вартістю 210 мільйонів доларів, навіть не дивлячись на те, що залишки корабля лежали на глибині понад 4700 метрів. Дані можна було отримати завдяки доповненій реальності. На даний момент це найбільша глибина, з якої вдалося врятувати затонулий вантаж.

Доповненням до неї може стати використання чіпів радіочастотної ідентифікації (RFID), які «спілкуються» один з одним. Мікросхеми, що прикріплені до окремих елементів вантажної партії, передають такі дані, як ідентифікація товару, місцеперебування, температура, тиск та вологість і т. п. Наразі відстежування товарів та послуг в дорозі — це одна з вагомих логістичних проблем. Застосування RFID надасть можливість отримувати сповіщення про будь-яку негативну дію (крадіжка, пошкодження вантажу, стан на дорогах, настання несприятливих погодних умов, таких як висока температура або вологість) та запобігти цьому. Така технологія на сьогодні активно запроваджується логістичними операторами в США та країнах Євросоюзу. [3]

Таким чином, кожна компанія, чи то безпосередньо виробник, чи постачальник зацікавлена в зменшенні витрат. Використання сучасних технологій, таких як 3-D друк, використання безпілотників, доставка товарів автомобілями без водіїв, системи AR та RFID здатне значно задовольнити такі потреби. Адже, в залежності від обраної технології, зменшуються витрати на виробництво, кілометраж на доставку, час очікування поставки, доступність до більш віддалених територій, ризик аварійності та пошкодження товару та загалом збільшуються вірогідність доправлення товару до клієнта за будь-яких умов.

Отже, винахід комп'ютеру, інтернету та пов'язаних з ним технологій стало справжньою революцією у логістиці, адже, з'явилися web-технології, програми та системи управління транспортом.

Список використаних джерел

1. Гуторов О.І., Лебединська О.І., Прозорова Н.В. Логістика: навч. посібник. Харк. нац. аграр. ун-т. Харків: Міськдрук. 2018. 322 с.

2. Цікаві факти з історії логістики. [Електронний ресурс]: https://s2b-group.net/post/837 - 2017-2019. (дата звернення 19.03.2020 р.)

3. Цікаве про міжнародні вантажоперевезення. [Електронний ресурс]: https://soloha.cx.ua/c-d1-96kave-pro-m-d1-96jnarodn-d1-96-vantajoperevezennia/ - 2015-2019. (дата звернення 21.03.2020 р.)

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Єрмак В.Є., Ноздрін І.І.,
здобувачі вищої освіти СВО Магістр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Писаренко В.В.,
доктор економічних наук, професор

Конкурентоспроможність – багатогранна економічна категорія, яка може розглядатися на різних рівнях, оскільки в якості суб'єктів конкурентної боротьби можуть виступати різні за своєю природою об'єкти: товари, підприємства, галузі, окремі країни [1, с. 78]. Окремим елементам теорії і практики управління конкурентоспроможністю підприємств присвячені роботи відомих науковців: Азоєв Г.А., Ансофф І., Балабанова Л.В., Баркан Д.Н., Бєлявцев М.І., Гриньова, Карпенко Н.В., Котлер Ф., Маврова В.В., Портер М., Сміт А., Фатхутдинов Р.А., Юданов А.Ю. та ін.

Трансформація аграрного сектору економіки України на протязі останнього часу спричинила суттєві зміни в організації аграрного бізнесу, посилила непередбачуваність економічних процесів та спричинила вихід конкуренції на істотно новий рівень. Таким чином, до початку процесів перетворень в аграрному секторі верхньою межею конкуренції на рівні сільськогосподарської продукції були стандарти і нормативи, дотримання яких гарантувало ефективний збут; а в сучасних умовах ці стандарти і нормативи є нижньою межею конкуренції (мінімальною умовою для виходу на конкурентний ринок). Сама ж конкуренція, як процес, для агропромислових підприємств, в сучасних ринкових умовах, проходить на рівні значно вищому, ніж норматив і стандарт – на рівні маркетингової концепції, іншими словами – на рівні менеджменту підприємства. Саме тому останнім часом значної актуальності набуває питання маркетингового управління формуванням та підвищенням конкурентоспроможності аграрних підприємств в контексті забезпечення конкурентних переваг в умовах постійних змін ринкового середовища.

Забезпечення високого рівня адаптації аграрного підприємства до динамічних змін ринкового середовища та здатності конкурувати як на вітчизняних так і зарубіжних ринках, залежить від ефективного використання сучасної концепції управління конкурентоспроможністю. Сучасна концепція управління

конкурентоспроможністю підприємства ґрунтується на використанні базових положень науки управління, відповідно до яких основними елементами системи управління є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, процес та функції управління [3, с. 189]. Ефективне управління сільськогосподарським підприємством в умовах ринку зводиться до керування його конкурентоспроможністю (до оцінювання й аналізу чинників, які підвищують або знижують конкурентоспроможність підприємства, вибору і реалізації відповідної стратегії і тактики для досягнення тієї або іншої мети).

Сьогодні більшість сільськогосподарських підприємств приділяють увагу переважно таким сферам своєї діяльності, як фінанси, інженерні розробки, виробництво, збут. Проте в сучасних умовах управління даними параметрами не дає стійких конкурентних переваг. Тому керівникам сільськогосподарських підприємств потрібно активно освоювати сучасні методи управління, характерні для ринкових відносин. Основною концепцією управління конкурентоспроможністю в умовах ринку стає саме маркетинг. І важливо не тільки вивчати концепції маркетингу, а й уміти практично їх застосовувати.

Система маркетингового забезпечення підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства має складатися із чотирьох основних напрямків – управління товарною політикою, управління ціновою політикою, управління політикою збуту та розподілу. Маркетинг дозволить налагодити ефективні зворотні зв'язки з ринком, побудувати довгострокові ділові відносини із постачальниками та споживачами, оптимізувати організацію бізнес-процесів на підприємстві. Тобто маркетинг забезпечить стійкі конкурентні переваги фірми.

Отже, у сучасних умовах господарювання українським аграрним підприємствам необхідно прискорити процес створення систем управління конкурентоспроможністю, що будуть адаптовані до ринкових відносин та посилити їхню стратегічну орієнтацію на проектування ефективних маркетингових програм.

Список використаних джерел

1. Маврова В.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств в Україні. «Молодий вчений». 2016. № 7 (34). С. 78-80.

2. Баркан Д.Н. Маркетинг для всіх: бесіди для початківців. Л.: «Культ - інформ - прес», 1991. 256 с.

3. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Луганск: Восточноукраинский нац. ун-т, 2000. 315 с.

DIGITAL-МАРКЕТИНГ В УМОВАХ КРИЗИ

Ракчеєв А.Р.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Даниленко В.І.,
кандидат економічних наук, доцент

Під час економічної кризи платоспроможність клієнтів знижується, і це приводить до зміни структури потреб. Практично у всіх галузях національної економіки відбувається обмеження і перерозподіл грошових потоків на користь самого необхідного. У цих умовах задачею маркетингу є пошук потреб, забезпечених фінансовими ресурсами клієнтів, фактично – платоспроможних клієнтів. У той же час така функція, як просування, стає менш актуальною через бюджетні обмеження.

Враховуючи соціальну ізоляцію, традиційні маркетингові інструменти, особливо такі як івент-маркетинг та зовнішня реклама, втратили свою ефективність. Люди проводять максимальну кількість часу вдома біля екранів телевізорів, моніторів комп'ютерів і мобільних пристроїв. Здається, що digital-маркетинг залишається чи не єдиним інструментом, який зараз працює на повну потужність. Чи так це насправді?

Як пандемія коронавірусу впливає на ринок digital-маркетингу в Україні?

Наразі оцінити специфіку та силу впливу COVID-19 на ринок digital-маркетингу не просто у всьому світі. При цьому багато компаній вже оцінюють втрати в найближчі місяці, скорочуючи рекламні бюджети в таких галузях як туризм, гастрономія, розваги та події, мода, товари категорії luxury та premium. З іншого боку можна спостерігати зростання попиту у сферах електронної комерції, особливо серед харчових продуктів та лікарських препаратів [1].

Чи корегують бренди свої маркетингові кампанії у період кризи?

Брендам, безумовно, зараз треба швидко реагувати. Деякі, мабуть, запроваджують дії, про які раніше навіть не замислювалися. Наприклад, один приклад із косметичної галузі, який представляє сегмент електронної комерції, оперативно запустив кампанію із контент-маркетингу з просування антисептиків (товар, який користується зараз високим попитом і поступається лише захисним маскам) [2].

Чи стане світова криза додатковим імпульсом до потужного розвитку digital-маркетингу і до перерозподілу бюджетів на його користь?

Так, але й ще до кризи можливо спостерігати тенденцію до зростання digital-кампаній серед різноманітних брендів. Криза остаточно переконає їх у тому, що офлайн-діяльність менш ефективна в сучасних умовах у порівнянні з онлайн-кампаніями. Якщо бюджети й будуть скорочуватися, то навряд чи ком-

панії, яким властиве стратегічне планування бізнесу, відмовляться від контент-маркетингу чи SEO-просування – для бренду це як перестати дихати. Водночас, видавці медіа, які запропонують своїм клієнтам якісні нативні публікації, найближчим часом точно не зможуть поскаржитися на відсутність роботи [3, 4].

Чи формуються нові тренди у сфері digital-маркетингу, враховуючи, що аудиторія ще більше поринула в онлайн?

Епоха hope-маркетингу у digital-комунікаціях завершується. Ми повинні пам'ятати, що онлайн-продажі разом із добре організованим маркетингом відкривають нові прибуткові можливості для багатьох компаній. Щоб бути ефективним, маркетинг повинен стати ще більш data-driven, коли рішення приймаються на основі аналізу даних, моніторингу, на вимірюванні та оцінюванні результатів. Загалом, слід орієнтуватися на діджиталізацію бізнесу у всіх можливих сферах та спрямовувати маркетингові витрати саме на інтернет-маркетингу, ефективність якого сьогодні дуже очевидна. Тільки від наших рішень залежить, чи ця криза буде проблемою, чи відкриє нові можливості.

Список використаних джерел

1. Прогнози розвитку digital-маркетингу в умовах кризи. URL: https://sostav.ua/publication/prognozi-rozvitku-digital-marketingu-v-umovakh-krizi-84767.html

2. Михайлюк Ю.І., Петращак О.О. Маркетинг в умовах фінансово-економічної кризи. URL: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63156.doc.htm

3. Антикризовий маркетинг. URL: https://stud.com.ua/62970/marketing/antikrizoviy_marketing

4. Мельник Ю.М. Маркетингові стратегії антикризового управління: класифікаційні ознаки та умови їх застосування. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_2_105_110.pdf

СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ ПОСЛУГ

Дикопавленко В.М.,
здобувачка вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Даниленко В.І.,
кандидат економічних наук, доцент

Маркетинг відіграє роль інструменту ефективної політики на ринку товарів та послуг, а також є частиною менеджменту організацій або підприємств.

Саме розуміння специфіки ринку послуг та використання відповідного маркетингового інструментарію забезпечать виробникам послуг підвищення ефективності їх діяльності [1].

Маркетинг послуг з'явився у 60-х р. XX ст. Саме у цей час відомими підприємцями були систематизовані успіхи провідних обслуговуючих фірм, та виділені чотири особливості послуги як товару:

- нематеріальність;
- зміна якості тобто відсутність стабільності;
- невідокремленість від постачальника;
- неможливість зберігання та накопичення [3].

Враховуючи ці особливості, фірми будують стратегію і тактику маркетингової діяльності.

Отже, маркетинг послуг - це спрямована на споживача та прибуток фірми діяльність, результатом якої є задоволення потреб у нематеріальних видах товарів або у корисному ефекті.

Маркетинг у сфері послуг включає в себе оренду товарів, зміну або ремонт товарів, які належать споживачам й особисті послуги. Не варто ототожнювати поняття товари і послуги, тому що на відміну від товару - послугу взяти з собою неможливо [4].

Сфера послуг на сьогодні характеризується високими темпами розвитку, поступово займаючи домінуюче становище у світовій економіці, що зумовлює необхідність значної уваги маркетингової наукової спільноти до даної сфери дослідження. Крім того, динамічні зміни у сучасному світі, і в даній сфері зокрема, призводять до швидкого старіння наявних наукових підходів і, відповідно, відкривають нові горизонти для подальших досліджень і розробок. У промислово розвинених країнах частка послуг у валовому внутрішньому продукті (ВВП) перевищує 70%. При цьому одночасно відбувається збільшення числа зайнятих у сфері послуг [2]. Внаслідок процесів глобалізації відбуваються системні трансформаційні процеси, в результаті чого все більше підприємців стикаються з усе більшим тиском конкуренції на ринку послуг, тому розуміння особливостей ринку дасть їм можливість покращити свою маркетингову діяльність та підвищити її ефективність [1].

Маркетинг в сфері послуг, на відміну від маркетингу в сферах промисловості і торгівлі, має свої відмінні особливості, що дозволяє розглядати сферу послуг як самостійний напрям на товарному ринку. При реалізації комплексу маркетингу в сфері послуг, потрібно розрізнювати два його напрями. Перший напрям – це внутрішній маркетинг, проведення якого передбачає особливу увагу, контроль керівництва компанії над якістю послуг, що пропонуються, діяльністю працівників, що її надають.

Другим напрямом маркетингу в сфері послуг є двосторонній маркетинг, що має на увазі наявність двох сторін – продавця і покупця. Тільки враховуючи обидва напрями маркетингу в сфері послуг, компанія може добитися лояльності споживачів і позитивних результатів своєї діяльності. Так само як і в маркетин-

гу товарів, систематичний підхід до маркетингу послуг починається з використання процесу маркетингового планування для досягнення маркетингових цілей при найкращому використанні ресурсів [2].

Однією з головних вимог ефективної маркетингової діяльності у сфері послуг є правильне розуміння підприємством свого цільового ринку. Для підприємств, що працюють на ринку послуг, одним з найефективніших принципів сегментації є територіальний принцип, бо форми надання послуг, попит та умови функціонування підприємств послуг залежать від характеристик території, охопленій конкретним ринком [1].

Відповідно з високим попитом на послуги, на теперішній час в Україні активно розвивається маркетинг сфери послуг. Кожна послуга має свого конкретного споживача та ціну, тому маркетологи активно працюють над розвитком та популяризації різних видів послуг. Специфічною особливістю в цьому питані є чітке донесення споживачу інформації щодо певної послуги, щоб він захотів її придбати чи скористатися нею. На ринку послуг обертається безліч різноманітних варіантів, які обов'язково знайдуть свого споживача. До сфери послуг можна включити наступні: фінанси, транспорт, культуру та мистецтво, спорт, туризм та відпочинок, освіту та багато іншого [2].

Таким чином, маркетинг у сфері послуг, при реалізації їх у комплексі, має два напрями, завдяки яким ринок послуг відрізняється від ринку товарів, тому що маркетинг сфери послуг специфічний та неодноманітний.

Список використаних джерел

1. Особливості маркетингу у сфері послуг. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/3_08_uk/17.pdf
2. Специфічні особливості маркетингу у сфері послуг URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/4127/1/Konf20161104_IV_P022.pdf
3. Особливості маркетингу послуг в Україні. URL: http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/3965/1/ФОМОВА.pdf
4. Маркетинг послуг. URL: https://pidruchniki.com/1759020150014/marketing/marketing_poslug

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В АГРО-ПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ

Майборода О.А.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Майборода О.В.,
асистент кафедри маркетингу

Агропромисловий маркетинг як самостійний напрям сучасного маркетингу передбачає вивчення, прогнозування і здійснення підприємницької діяльності господарюючих суб'єктів ринку у області виробництва, переробки, зберігання, транспортування і реалізації сільськогосподарської продукції з метою отримання високих результатів ринкової діяльності.

Орієнтація сільгоспвиробників на споживачів зумовлює розвиток організаційно-економічних відносин, що виникають з приводу виробництва сільськогосподарської сировини, його переробки і реалізації готової продукції на ринку. Зростання виробничих і індивідуальних потреб призводить до взаємодоповнення сільського господарства і галузей промислово-збутової сфери в технологічно замкнутому процесі відтворення продовольчих товарів. У таких умовах в аграрному секторі відбувається міжгалузева інтеграція, яка породжує потребу в управлінні товарним виробництвом на маркетинговій основі для впорядкування функціонування різних суб'єктів власності [1].

Основними причинами, що стримують розвиток аграрного маркетингу є: нерозвинена ринкова інфраструктура, нестача кваліфікованих кадрів, які володіють досвідом маркетингової роботи, відсутність повної інформації про стан внутрішнього і зовнішнього ринків продукції сільськогосподарського призначення, нестача матеріально-технічних і фінансових ресурсів для створення і функціонування служби маркетингу на підприємстві [2].

Основним із дієвих засобів інтенсифікації маркетингової стійкості є реклама. Вона становить чи не 80% усіх деталей успішної торгівлі у світі. Чимало є способів рекламування сільськогосподарської продукції. Так, якщо потрібно охопити велику аудиторію, яку може зацікавити продукція, то телебачення – найоптимальніший варіант. Проте не кожен аграрій може собі дозволити рекламу на телебаченні, тому що вона є досить дорогою. Тому варто звернути увагу на спеціалізовані видання. Використання аграріями придорожніх рекламних стендів і торговельних павільйонів, які можуть бути розташовані на території аграрних підприємств, поблизу доріг, вказуючи про напрямок до поля, а також інформуючи покупця про ціни – це необхідні умови для ефективного функціонування реклами [2].

Специфічні особливості аграрного маркетингу проявляються в наступному:

1. Його складності відносно інших видів маркетингу: ця складність зумовлена різноманітністю методів і способів його здійснення. Застосування різноманітності таких методів пояснюється великою кількістю і різноманітністю виробленої продукції, її цілеспрямованістю й значимістю для кінцевого споживача.

2. Більш низькому рівні маркетингових знань та практичних умінь, порівняно з іншими видами маркетингу. Це зумовлено насамперед тим, що: а) виробники мають справу з продуктами повсякденного попиту та ще й на дефіцитному ринку, тому керівники сільськогосподарських підприємств приділяли недостатньо уваги агромаркетингу, внаслідок чого в них немає досвіду в цій діяльності, що змушує звертатися до зарубіжного досвіду; б) недостатньо обґрунтовані та вивірені для 4 умов української аграрної сфери загально відомі методи та інструменти маркетингу, тобто ще й досі не сформована наука про агромаркетинг і, отже, немає науково-обгрунтованих рекомендацій щодо його здійснення. в) мова йде про аграрний сектор, селянина, тож маємо справу з найконсервативнішою галуззю економіки.

3. Дуже часто на практиці спостерігаються випадки, коли окремі підрозділи підприємства перетворюються на маркетингові, змінюючи при цьому лише назву і не міняючи своєї діяльності.

4. Його функції у формуваннях малого агробізнесу виконують, як правило, не підготовлені до цього фахівці, а самі підприємці. Виникає проблемність кадрової забезпеченості. Суттєвим недоліком у діяльності аграрних підприємств є те, що в деяких з них відсутні "Положення про служби агромаркетингу", а недостатня забезпеченість кваліфікованими маркетологами, відсутність навичок роботи у ринкових умовах ведуть до безсистемності з маркетинговій діяльності та дублювання спеціалістами підприємств окремих функцій.

Отже, розвиток маркетингової діяльності аграрних підприємств значною мірою залежить від зовнішнього середовища, потребує наукового обґрунтування і практичної реалізації новітньої аграрної політики в Україні. Подальші дослідження будуть здійснюватись в напрямку розробки заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності аграрних підприємств на основі виявлених особливостей. Це стосується вирішення питання нормативно-правового регулювання аграрного ринку; кадрового забезпечення в сфері маркетингу, шляхом підготовки необхідних фахівців у профільних навчальних закладах; покращення інформаційного забезпечення сільськогосподарських підприємств, шляхом розвитку дорадчих служб та інформаційно-консультаційних центрів в межах районів та ін. Реалізація таких заходів дозволить підвищити ефективність господарювання учасників аграрного ринку[3].

Список використаних джерел

1. Воронецька І.С. Особливості функціонування маркетингу в агропромисловому виробництві. Збірник наукових праць ВНАУ. 2011. том 3. №2 (53).

2. Лункіна Т.І. Особливості функціонування маркетингу в сільському господарстві. Матеріали Причорноморської регіональної науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу, 18-20 квітня 2012 р., м. Миколаїв. – Миколаїв : МДАУ, 2012. 126 с.

3. Особливості маркетингової діяльності аграрних підприємств. URL: http://lib.osau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1310/1/Melnychuk_O_I_2013_1_Osobluv_market_dijaln_agrar_pidpr_%D0%9C%D1%83%D0%BA%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%BE_.pdf

СУТНІСТЬ І ВИДИ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ

Лагута Д.О.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Терещенко І.О.,
кандидат економічних наук, доцент

З року в рік частка товарів проданих в режимі он-лайн зростає, особливо актуальна ситуація за умов сьогоднішніх реалій карантину. Тому все більшої популярності набирає цифровий маркетинг і його інструменти і технології.

Одним з найважливіших факторів розвитку веб-сайту (чи сторінки в соціальних мережах) підвищення лояльності, збільшення трафіку, клієнтської бази і відповідно обсягів реалізації є контент-маркетинг. Контент-маркетинг – це розповсюджена технологія залучення цільової аудиторії за допомоги створення і поширення актуальної цінної інформації [1-2].

Існують такі види контенту: пости в блогах, статі, книги, навчальні матеріали, лист, ілюстрації і фото, вебінари, відео, словники, діаграми і графіки, огляди, дослідження, презентації тощо[1-2].

Контент-маркетинг може використовувати як транснаціональні корпорації, так і підприємствами малого чи середнього бізнесу, або навіть фізичні особи підприємці. Основна мета – привернути увагу покупця, залучити більше потенційних клієнтів [1-2].

Маркетолог повинен визначити, які тактики контент-маркетингу найефективніші, щоб власник бізнесу міг їх використовувати для досягнення своїх цілей [1-2].

Рис.1. Частка контент-маркетингу у найпоширеніших каналах розповсюдження, І-й кв. 2020 р. [3]

Етапи формування ефективного контент-маркетингу [1-2]:

1) дослідження цільової аудиторії;
2) складання контент-плану;
3) розробка якісного і оригінального контенту;
4) використання різних видів контенту;
5) формування цікавих заголовків;
6) оптимізація контенту та перевірка контенту на помилки і неточності;
7) адаптація веб-сайту до мобільних пристроїв.

Найпопулярнішим видом контент-маркетингу є рекламні відеоролики та відео розповіді про бренди [3].

Рис.2. Частка найпопулярніших видів відео-контенту, І-й кв. 2020 р. [3]

Для ефективної реалізації створеного контенту необхідно розробити стратегію контент-маркетингу. Але слід пам'ятати, що не існує універсальної стратегії контент-маркетингу, оскільки існують регіональні, історичні і ментальні особливості сприйняття інформації. Для створення контент-маркетингу необхідно врахувати і адаптуватись до регіональних потреб та особливостей ринку [1-2].

Таким чином можемо стверджувати, що контент-маркетинг є перспективною технологією просування товарів, робіт і послух, залучення клієнтів і збільшення об'єму реалізації.

Список використаних джерел

1. Что такое контент-маркетинг? URL: https://sendpulse.ua/support/glossary/content-marketing (дата звернення 06.04.2020).

2. В.Анисимов. Контент-маркетинг: стратегия, инструменты и польза для бизнеса URL: https://rezart.agency/blog/content-marketing-guide/ (дата звернення 06.04.2020).

3. Маркетинговий звіт. URL: https://www.hubspot.com/ (дата звернення 06.04.2020).

ЕТАПИ ТА КРИТЕРІЇ РИНКОГОВО СЕГМЕНТУВАННЯ

Пащенко В.М.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник: Терещенко І.О.,
кандидат економічних наук, доцент

В сучасних умовах конкурентної боротьби і насиченості ринку, більшість виробників та торговельних посередників орієнтуються на визначені групи споживачів, що виокремлені на основі відмінностей у потребах, ціні, збуті чи комунікації, дотримуючись сегментаційної стратегії.

Сегментування ринку це важливий етап розвитку (становлення) підприємства на ринку, що дозволяє визначити найперспективніші ринки і сегменти, товари (роботи чи послуги) для них. З допомогою сегментування ринку підприємство може розробити ефективнішу маркетингову стратегію, спрямовану на максимальне задоволення споживачів та максимізацію прибутку [1].

Сегментування рину це складний процес що складається з наступних етапів [2-3]:

1. Аналіз потреб, смаків і вподобань споживачів стосовно товару або послуги;

2. Вибір ознак і критеріїв сегментація за якими можна виділити групу споживачів;

3. Здійснення сегментації ринку: вибір методів сегментування і його проведення (при сегментуванні використовуються два методи: апріорі і кореляційного сегментування);

4. Вибір цільових сегментів ринку (після проведення сегментації постає питання вибору найперспективнішого сегменту);

5. Позиціонування товару, як споживачі ідентифікують товар порівняно з товарами-конкурентами.

Інколи виділяють ще декілька важливих етапів сегментації ринку: розробка комплексу маркетингу; етап контролю за реалізацією комплексу маркетингу і позиціонуванням товару на ринку.

Сегментування ринку дає можливість відповісти на важливі питання «що і кому продавати?». Однак сегментація має переваги і недоліки.

Таблиця 1

Переваги та недоліки сегментування ринку [1-4]

Переваги сегментування	Недоліки сегментування
Дає можливість підприємствам (особливо малим) знайти свою нішу ринку	Високі витрати на проведення і дослідження
Підвищує ймовірність повнішого задоволення потреб потенційних споживачів	Можливі додаткові витрати за рахунок розширення асортименту товарів, призначених для різних груп споживачів
Дозволяє виявити і вибрати основні сегменти ринку і найбільш перспективні	Імовірність неправильного вибору ознак і критеріїв сегментування
Дає можливість підприємствам розробити і реалізувати для обраного сегмента ринку всі елементи комплексу маркетингу	При спробі охоплення великої кількості сегментів ринку існує небезпека послабити вплив підприємства на основних сегментах ринку

Отже, попри свої недоліки та складність в проведенні, сегментування ринку є важливим послідовним зваженим та трудомістким процесом, одним із найважливіших інструментів маркетингу. Від того, наскільки правильно проведене сегментування, залежить успіх у конкурентній боротьбі та навіть величина прибутку, правильна та послідовно проведена сегментація дає змогу обрати найперспективніший сегмент споживачів, та побудувати успішний та конкурентоспроможний бізнес.

Список використаних джерел

1. В. Руделіус, О. Азарян, Н. Бабенко. Маркетинг. Київ, 2008. 648 с.

2. Калузький М. А. Практичний аналіз і сегментація ринку. URL: elitarium.ru/2012/07/04/prakticheskijj_analiz_segmentacija_rynka.html (дата звернення 5.04.2020).

3. Балабанова Л. В. Маркетинг. Київ, 2004. 645 с.

4. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Київ, 2004. 384 с.

ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ ОКРЕМОГО ТОВАРУ

Мороз В.Р.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник: Терещенко І.О.,
кандидат економічних наук, доцент

П. Друкер [5, с. 64] стверджує, що основними функціями підприємства є нововведення і маркетинг. Мета бізнесу полягає в тому, щоб за допомогою нововведення створити попит у свого споживача і отримувати прибуток за рахунок задоволення його потреб, бажань і смаків.

Попит – це форма прояву потреб, яка є на ринку, і забезпечена відповідними грошовими коштами. Розмір попиту залежить від цін на потреби (товари, послуги) і платоспроможності споживача [6].

Споживча поведінка – це процес формування попиту, який здійснює вибір товарів з врахуванням цін і бюджету особи, тобто власних грошових доходів.

Сильний вплив на поведінку споживача здійснюють культурні фактори, особливо загальний її рівень і належність до певної субкультури і соціального класу. Культура – фактор потреб і поведінки людини, яка з дитинства засвоює в сім'ї і через суспільні інститути конкретний набір цінностей, стереотипів сприймання і поведінки. [3].

В основі споживчого вибору завжди лежить бажання покупця задовольнити певну потребу. Кожна особа має свої власні смаки. Ринковий попит об'єднує всі ці окремі бажання тому, що споживачі виявляють свої бажання шляхом розподілу своїх доходів між різними товарами і послугами, і визначають ціну і обсяг пропозиції на ринку. Така здатність споживача впливати на виробника називається суверенітетом споживача [2].

Суверенітет споживача – здатність споживача впливати на виробника шляхом вільного вибору товару на ринку. Вибір споживача визначається взаємодією таких факторів: природна розумна поведінка; врахування переваг предмета споживання; бюджетне стримування; діючі ціни [4].

Споживач має зробити вибір між альтернативними продуктами, щоб при обмеженій кількості грошових ресурсів придбати раціональний набір товарів і послуг.

Але обмеження свободи споживчого вибору може позбавити можливості покупця придбати певний товар на ринку і вплинути на його виробництво. Свобода вибору може бути неповною в результаті:

– руху споживача за більшістю покупців (ефект наслідування);

– бажання споживача виділитися із загальної маси (ефект сноба);

– демонстрації виняткового (престижного) споживання (ефект демонстрації винятковості).

Рис.1 Модель поведінки споживачів на ринку

Термін «гранична корисність» був уведений в економічну науку Ф. фон Вазером. Таким чином, цінність блага даного виду визначається корисністю граничного екземпляра, який задовольняє найменшу потребу [1].

Список використаних джерел

1.А. А. Григорук, М. С. Палюх, Л. М. Литвин, Т. Д. Літвінова. Основи економічної теорії. Тернопіль, 2009. 400 с.

2. Балабанова Л. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств. Київ, 2009. 256 с.

3.Гаркавенко С. С. Маркетинг. Київ, 2006. 720 с.

4. Белявцева М.І. Маркетинговий менеджмент. Київ, 2006. 407 с.

5. Єриашвили Н.Д. Маркетинг. Москва, 2007. 623 с.

6. Нефьодов Л. Математична модель прогнозування попиту на товари. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Нові рішення у сучасних технологіях. 2012. N 1. С. 27-38.

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Голуб Є.В., Кичатий Є.В.,
здобувачі вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Калюжна Ю.П.,
кандидат економічних наук, доцент

Сьогодні інформація є найважливішим ресурсом і об'єктом управління. Отримання інформації підпорядковано завданням управління та має на меті забезпечити оцінювання та аналіз ринкових процесів для прийняття вірних маркетингових рішень

Маркетингова інформація – важливий етап маркетингових досліджень, що дозволяє підприємству на ринку отримувати переваги у конкурентній боротьбі, знижувати ступінь ризику, своєчасно визначати зміни у маркетинговому середовищі, координувати дії у ринковій стратегії. Маркетингова інформація – це об'єктивні і суб'єктивні відомості, необхідні для прийняття маркетингових рішень [1].

Інформація, яку використовують для маркетингового дослідження повинна бути: високоякісною; вірогідною; повною; точною; актуальною; цінною і корисною.

Крім того маркетингова інформація може допомогти у: виявленні та оцінки альтернатив, що існують у покупці у даній товарній групі або серед іншої продукції, що виконує аналогічну функцію; виявлення унікальних особливостей продукції, що відрізняють підприємство від продукції конкурентів; оцінка ступеня упевненості споживачів в одержані бажаного результату від придбання даної продукції.

Саме в сьогоденні успішне ведення бізнесу неможливе без використання інформаційних ресурсів. Одним із видів видобування такої інформації є інтернет – незалежний ресурс для збору та аналізу інформації щодо положення на ринку: а саме: річні коливання виробництва сільськогосподарської продукції, доступність та прозорість внутрішнього ринку продукції; динамічність фінансово-кредитної системи та діяльності посередників.

Отже, інтернет є зручним для отримання довідкової інформації та здійснення віддаленого, безконтактного та непомітного для об'єкту спостереження за ним.

Розглянемо детальніше чотири основні елементи маркетингової інформаційної системи :

1. Система внутрішньої звітності підприємства – дає змогу провадити моніторинг показників, які відображають фінансовий стан підприємства, рівень

витрат, обсяги матеріальних запасів та інші показники внутрішньої звітності підприємства.

2. Система збирання поточної зовнішньої маркетингової інформації – це комплекс засобів і процедур, які застосовуються для отримання достовірної та щоденної інформації щодо маркетингового середовища.

3. Система маркетингових досліджень дає змогу оперувати інформацією, отримання якої потребує проведення окремого дослідження.

4. Система аналізу маркетингової інформації – набір моделей, завдяки яким зібрана інформація може бути використана в складанні прогнозів та перевірки різних сценаріїв.

За допомогою певних методів збору інформації можливо оцінити рівень якості продукції, яка реалізується, у порівнянні з продукцією конкурентів; визначати, наскільки ціна на продукцію конкурента відповідає його якості; встановлювати оптимальні ціни на продукцію підприємства; гнучко маневрувати виходячи з ринкової ситуації.

Саме така інформація допомагає підприємствам визначати відношення споживачів до продукції та підприємства, постійно слідкувати за зовнішнім середовищем, координувати стратегію і оцінювати діяльність, підвищувати рівень рекламної роботи, отримувати підтримку у прийнятих рішеннях, підвищувати ефективність діяльності.

Отже, в умовах ринку маркетингова інформація – важливий елемент у системі маркетингового механізму набуває все більшого значення оскільки вона суттєво впливає на ефективну діяльність підприємства. доступність інформації може впливати на кінцеві фінансові результати і ринкове становище підприємства, виступаючи при цьому одним із найважливіших факторів конкурентної боротьби. Саме у сучасних умовах потреба в маркетинговій інформації постійно зростає – і фахівці з маркетингу часто відчувають брак достовірних, актуальних і вичерпних даних тому для вирішення проблеми збору та використання маркетингової інформації потрібно створити систему, що акумулювала би маркетингову інформацію.

Список використаних джерел

1. Липчук В.В., Дудяк Р.П., Бугіль С.Я., Янишин Я.С. Маркетинг: навч. посібник. Львів. «Магнолія-2006». 2012. 456 с.

2. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: Навчальний посібник. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. 140 с.

ОСНОВНІ ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шиян К.С.,
здобувачка вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Калюжна Ю.П.,
кандидат економічних наук, доцент

Конкурентоспроможність підприємства розглядали у своїх працях багато зарубіжних і вітчизняних вчених. В економічній науці не існує точних відомостей відносно того, хто і коли першим запровадив у науковий обіг термін «конкуренція».

В.Є. Хруцький, І.В. Корнєєва вказують, що «конкурентоспроможність – це стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, та завдяки цьому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника» [1, с. 241].

Одним із головних етапів на шляху до управління формуванням конкурентоспроможністю підприємства є визначення основних факторів, що на неї впливають.

Багато вчених вважають, що основними умовами формування і забезпечення конкурентоспроможності підприємства є внутрішні (ендогенні) та зовнішні (екзогенні) фактори.

Зовнішні ж фактори конкурентоспроможності у більшості своїй об’єктивні: вони впливають не лише на формування конкурентного середовища, а й на конкурентоспроможність підприємства. До них відносять: конкурентів, контрагентів, інфляційні процеси, рівень кваліфікації робочої сили, політичні процеси тощо [2].

І. Ємельянова виділяє за роллю факторів у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства основні та другорядні фактори, за спрямованістю дії - стимулюючі і стримуючі, за рівнем взаємообумовленості – незалежні (первинні) та похідні (вторинні) [3, с. 21].

При визначенні конкурентоспроможності підприємства можна виділити фактори, які безпосередньо впливають на забезпечення необхідної якості і рівня ціни продукції – найважливіші елементи конкурентоспроможності підприємства. Адже підприємство не може бути конкурентоспроможним, якщо його продукція не реалізується. Тому, визначаючи конкурентоспроможність продукції, підприємство-виробник має обов’язково знати вимоги потенційних споживачів до якості та ціни пропонованої на ринку продукції.

Основними критеріями оцінки конкурентоспроможності підприємства виступають такі умови: наявність споживачів для певного асортименту продукції; що випускається підприємством; кількість підприємств-конкурентів, які

випускають аналогічну продукцію; обсяги виробництва й реалізації продукції підприємств-конкурентів; основні напрями конкурентної боротьби на ринку; контроль за каналами збуту та діяльністю підприємств-постачальників з метою зниження рівня витрат; методи конкуренції; стабільність попиту на продукцію підприємства в кожному сегменті ринку.

Отже, значною мірою конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю в певних умовах виробляти високоякісну продукцію.

Враховуючи все вище сказане можемо зробити наступні висновки: фактори конкурентоспроможності підприємства – це явища і процеси, які виникають у результаті виробничої діяльності підприємства-виробника товарної продукції, соціально-економічного становище країни та які впливають на зміну рівня конкурентоспроможності самого ринку на якому реалізується продукція.

Виходячи з аналізу існуючих підходів, головними факторами, які впливають на рівень конкурентоспроможності, є такі: чинники макросередовища (економічні, політичні, правові, науково-технічні тощо); мезосередовища (інтенсивність конкуренції, кількість постачальників, еластичність попиту і пропозиції); мікрорівня (виробничі потужності, наявність техніко-технічного, ресурсного, виробничого потенціалів тощо). Отже, фактори, які забезпечують формування конкурентоспроможності підприємства, трактуються по-різному.

Крім того, визначено, що конкурентоспроможність підприємства слід розглядати з урахуванням факторів конкурентоспроможності продукції. Оцінка стану використання взаємопов'язаних та взаємозалежних рівнів факторів визначається, перш за все, здатністю конкретних виробників випускати конкурентоспроможну продукцію. В залежності від комбінації факторів впливу, конкретне підприємство характеризується досягнутим рівнем та особливим характером формування своєї конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Хруцкий В.Е., Корнеєва И.В., Автохова Т.Е. Современный маркетинг. Москва: «Финансы и статистика», 2004. 461 с.

2. Шемчук Л.О. Конкурентоспроможність підприємства в системі чинників її забезпечення: Електронний ресурс. Режим доступу: http//mevhnu.at.ua.

3. Ємельянова І. Класифікація факторів конкурентоспроможності аграрних підприємств. Економіка. 2010. № 2. С. 20 – 23.

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОГО ВІДДІЛУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Черненко Г.В.,
здобувачка вищої освіти СВО Бакалавр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Калюжна Ю.П.,
кандидат економічних наук, доцент

Для підвищення рівня рентабельності та доходності сільськогосподарського виробництва в сучасних умовах необхідно застосовувати ринкові фактори, по мірі можливості створювати на підприємствах маркетингового відділу.

Організаційна структура маркетингової діяльності може бути визначена як сукупність служб (підрозділів), до складу яких входять робітники, що займаються тією чи іншою маркетинговою діяльністю.

Маркетингові структури залежать від розміру підприємства, специфіки виробленої продукції і регіональних ринків, сформованої структури управління підприємством.

Організація маркетингової діяльності буде включати: утворення структури управління маркетингом; підбір фахівців; визначення їхніх прав, обов'язків і відповідальності, встановлення відносин маркетингової служби з іншими підрозділами даного підприємства й іншими підприємствами.

З метою виконання маркетингової діяльності в підприємстві доцільно створити відділ маркетингу в складі 2 фахівців маркетологів.

Завідуючий відділом, крім загального керівництва, здійснює дослідження кон'юнктури ринку, координує зусилля притягнутих функціональних фахівців щодо відпрацювання концепції і техніко-економічного обґрунтування розвитку виробництва, планування обсягів товарної продукції і ресурсного забезпечення, визначає напрям діяльності підлеглих маркетологів щодо контролю виробництва і спрямованості реклами, організація після реалізаційного обслуговування і вивчення враження, розробляє концепцію оформлення товару; готує пропозиції щодо прийняття управлінських рішень.

Маркетингові відділи працюють над: аналізом ринкових ситуацій; вивченням тенденцій розвитку ринку; прогнозуванням обсягів продажу; вивченням попиту; вивченням каналів товарообігу, збуту, методів продажу; підготовкою рекомендацій для підрозділу з просування спільно з керівництвом збутового підрозділу, координацією їхніх дій та дій збутової мережі; визначенням часу просування на ринок нових товарів та зняття з виробництва старої (малоприбуткової) продукції; координацією дій технічних підрозділів, що випускають нові товари, які користуються попитом у споживача; контролем діяльності, яка

впливає на споживчу поведінку щодо придбання товарів підприємства; розробкою бюджету маркетингу; плануванням іміджу підприємства [1].

Розглянемо основні функції та критерії оцінки роботи працівників відділу маркетингу (табл. 1)

Таблиця 1

Функції та критерії оцінки роботи працівників відділу маркетингу [2]

Посада	Функції	Критерії оцінки
Керівник відділу	Розробка стратегії маркетингу; координація виконання програм маркетингу; контроль за виконанням маркетингових планів та реалізацією стратегії	Удосконалення стратегії маркетингу; підвищення конкурентоспроможності та авторитету підприємства
Менеджер з продукції (продукт-менеджер)	Розробка виробничої та цінової стратегії; формування асортименту продукції. Упровадження нових видів продукції. Розвиток збутової мережі	Зростання доходів від продукції; збільшення питомої ваги нових видів продукції в асортименті
Фахівець з маркетингового планування	Ситуаційний аналіз; формування маркетингової мети, розробка плану дій; обґрунтування плану; контроль за реалізацією плану	Досягнення мети плану, поліпшення конкурентних позицій підприємства
Фахівець з реклами та зв'язків з громадськістю	Розробка стратегії комплексу просування; організація рекламних кампаній; організація зв'язків з громадськістю	Зростання поінформованості покупців; залучення нових покупців; поліпшення іміджу підприємства; підвищення ефективності заходів просування
Фахівець з маркетингових досліджень та інформаційного забезпечення маркетингової діяльності	Проведення досліджень споживачів продукції; моніторинг конкурентів; стратегічний аналіз умов діяльності; інформаційне забезпечення маркетингових рішень	Наявність систематичної оновленої інформаційної бази; забезпечення інформаційних потреб керівників та фахівців з окремих функцій маркетингу

Отже, кінцева мета роботи маркетингового підрозділу – підпорядкованість усієї господарської й комерційної діяльності підприємства законам ринку.

Список використаних джерел

1. Маркетинг: навчальний посібник / Є. О. Балацький. А. Ф. Бондаренко; Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397 с.

2. Макаровська Т. П., Бондар Н. М. М15. Економіка підприємства: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: МАУП, 2003. 304 с.

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО МАРКЕТИНГУ НА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ БРЕНДІВ

Лядський І.К.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр
ОПП Маркетинг, спеціальність 075 Маркетинг
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Дядик Т.В.
кандидат економічних наук, доцент

Одним із головних трендів сучасності безперечно є соціально-орієнтований маркетинг, який все глибше проникає у бізнес, органічно інтегруючись у єдину стратегію підприємства. Чим раніше будуть визначені основні напрямки суспільно корисної діяльності, тим логічніше вони увійдуть до маркетингової стратегії та будуть зрозумілими для широкого загалу, в першу чергу – споживачів. Саме тому, починати адаптацію бізнеса під соціальну відповідальність необхідно на самому початку, від моменту формування концепції бренду. Крім того, цей крок є необхідною складовою та стрижнем конкурентоспроможності компанії за умов інтеграції до світової спільноти [1].

Нові виклики сьогодення яскраво демонструють необхідність відповідального відношення до суспільства та оточуючого середовища. Хоча підвалини для цього були закладені ще у 1950-х роках, проте масової популярності соціально-орієнтований маркетинг почав набувати десятиліттями пізніше. Сьогодні під ним розуміється діяльність бізнесу, спрямована на одночасне просування бренду і соціальних цінностей. Ключовими елементами такого маркетингу, поряд з вивченням, формуванням і задоволенням потреб покупців, є розробка, реалізація і контроль соціальних програм, спрямованих на просування соціальних ідей, рухів або реалізацію практичних дій [2].

Більш того, впровадження маркетингової складової дозволяє вираховувати ефективність некомерційної діяльності та навіть прогнозуючи її на етапі брендингу. Для цього використовуються різні показники, наприклад, SEIA (Socio-Economic Impact Assessment) і SROI (Social Return On Investments), що допомагають проаналізувати результати, які приносить соціально-орієнтований маркетинг [3]. Врахування подібних критеріїв дає можливість підходити до питання соціальної орієнтованості більш системно, що є зарукою успіху в будь-якій діяльності.

Розглянемо, які переваги від впровадження соціально-орієнтованого маркетингу отримує підприємство. В першу чергу – формування позитивних настроїв у суспільстві, підвищення прихильності споживачів. По-друге, формується позитивний імідж підприємства, нова суспільна думка та сегмент лояльних споживачів [4]. Третьою перевагою є збільшення конкурентоздатності бізнесу, особливо за умов ринкової нестабільності.

Соціальна відповідальність та орієнтованість бізнесу вкрай важлива для налагодження діалогу з владою, тобто в напрямку B2G комунікацій. Яскравий приклад – реклама нової тари для мінеральної води «Моршинська», в якій тепер на 15% менше пластику, значить і менше шкоди природному оточенню. Це дає можливість споживачеві піклується про навколишнє середовище. Та ще й меседж «сортируй» корисний для держави, популяризуючи поділ побутових відходів. Досить вдалий хід з позицій соціально відповідального маркетингу. Другий приклад – освітня бізнес-платформа Academy DTEK. Один з напрямків її роботи – підготовка представників державного сектора. Через академію пройшло вже більше 3400 держслужбовців, включаючи співробітників Національного банку України, Міністерства енергетики України, Міністерства інфраструктури України, Київської міської держадміністрації. Більш того, Academy DTEK була визнана найкращим корпоративним університетом в номінації «Корпоративна відповідальність» на конкурсі Global CCU Awards 2019, який проходив в Бразилії, тим самим підкресливши важливість цього проекту для України.

Вдалим прикладом застосування соціально-відповідального маркетингу в Україні можна вважати проект «IT-освіта для жителів сільської місцевості» від агропромислового холдингу «Астарта». Навчання для всіх учасників цієї програми абсолютно безкоштовна. Проект почався в трьох селах Полтавської області і поступово розширився до 33 населених пунктів з п'яти регіонів України. Завдяки цьому, компанія отримала громадську підтримку, регулярно публікує іміджеві статті, нагадуючи про себе в позитивному контексті. На нашу думку, аграрні підприємства, повинні активно долучатись до вирішення соціально-трудових проблем на селі, а не сподіватись на Державну службу зайнятості – впроваджуючи маркетинг 3.0 можливо впливати на розум, серця і душі селян, розпізнати їх тривоги і бажання, зробити своє суспільство і світ у цілому кращим, можливо, навіть ідеальним місцем для життя. Значущість цієї діяльності в тому, щоб, чітко визначивши унікальну індивідуальність і посиливши її щирістю, створити сильний імідж аграрного підприємства в якому працювати безпечно, престижно та вигідно [5]. Підприємства орієнтовані на соціально-етичний маркетинг можуть змінювати життя людей за допомогою благодійності, спрямованої на вирішення особистої чи громадської проблеми.

Успішні приклади великих корпорацій надихають і представників малого та середнього бізнесу враховувати позитивний імідж у своїй діяльності. І найбільш правильний вибір – впровадження соціально-орієнтованого маркетингу ще на стадії генерації бренду, коли концепція майбутнього бізнесу ще максимально гнучка та відкрита для доопрацювання.

Список використаних джерел

1. Белявцев М.І., Зайцева А.М. Соціально-орієнтований маркетинг як інструмент брендингу. *Вісник Хмельницького національного університету.* № 3., Т. 2. 2015. С. 244-250.

2. Осадчая С.М. Сущностная характеристика социально-этического маркетинга как маркетинговой концепции управления хозяйствующим субъектом: принципы, функции, методы. *Фундаментальные исследования*. 2013. № 11-8. С. 1661-1665.

3. Arora Anvita, Tiwari Geetam. A Handbook for Socio-Economic Impact Assessment (SEIA) Methodology for Future Urban Transport (FUT) Projects. 2007. URL: http://www.rlarrdc.org.in/images/SIA%20Report%20ADB.pdf.

4. Вдовічена О.Г. Соціальна орієнтація маркетингової діяльності підприємства як перспективний напрямок розвитку в умовах нестабільного ринку. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Випуск. III-IV (63-64). Економічні науки. 2016. С. 195-204.

5. Хурдей В.Д., Дядик Т.В. Роль маркетингу у вирішенні проблем соціально-трудової сфери села. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Вип. 1 (12). Полтава: ПДАА. 2016. С. 197-209.

ОЦІНЮВАННЯ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ І ПРИБУТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Балана О.О., Рябко В.В.,
здобувачі вищої освіти СВО Магістр
ОПП Економіка підприємства,
спеціальність 051 Економіка
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Самойлик Ю.В.,
доктор економічних наук, доцент

Для ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств у процесі формування та розширеного відтворення їх ресурсного потенціалу значною проблемою є забезпечення виробництва основними та оборотними засобам, які є складовою капіталу підприємства.

Формування капіталу підприємств аграрної сфери здійснюється відповідно до виробничих потреб, а також залежно від дії низки чинників [3].

Ефективність функціонування кожного підприємства залежить насамперед від того, відповідають чи не відповідають управлінські рішення, якими воно керується для досягнення успіху на ринку, цим умовам. Базою для обґрунтування і прийняття оптимальних управлінських рішень може бути тільки глибокий та комплексний аналіз діяльності підприємства. У ході такого аналізу всі сторони діяльності підприємства оцінюються з позицій досягнення максимально можливого економічного результату (а саме – прибутку, рентабельності) за рахунок оптимально ефективного (в тому разі і з точки зору ліквідності – уникнення ризику банкрутства) використання наявних ресурсів, насамперед фінан-

сових ресурсів [2, с. 20]. З погляду фінансового управління саме капітал визначається як частина фінансових ресурсів, що задіяна у виробничо-господарській діяльності підприємства. Відповідно капітал підприємства з погляду фінансового управління прирівнюється до фінансових ресурсів підприємства, що використовуються у процесі виробничо-фінансової діяльності з метою отримання доходу, прибутку [1, с. 213].

Типовим сільськогосподарським підприємством є СВК "Перемога" Хорольського району. Основна частина доходу та прибутку СВК "Перемога" спрямовується на оновлення основних засобів. Проаналізуємо ефективність використання основних та оборотних засобів підприємства, прослідкувавши динаміку показників фондозабезпеченості, фондоозброєності, забезпеченості основних засобів оборотним, фондомісткості, фондовіддачі (табл. 1).

За розрахунками наведеними у табл. 1 можна зробити висновок, що у 2018 р. порівняно з 2014 р. середньорічна вартість основних засобів збільшилася на 90501 тис. грн, або у 2,3 р., що вплинуло на підвищення таких показників, як фондозабезпеченість – на 16,3 тис.грн, або у 2,2 р., та фондоозброєності праці – на 367 тис.грн, або у 2,4 р. Однак, такі взаємообернені показники, як фондовіддача та фондомісткість залишилися майже незмінними, що викликає необхідність підвищення ефективності використання основних засобів.

Таблиця 1

Динаміка показників ефективності використання основних та оборотних засобів СВК "Перемога", 2014-2018 рр., тис. грн

Показники	Роки					Відхилення 2018 р. від 2014 р., +,-
	2014	2015	2016	2017	2018	
Середньорічна вартість основних засобів	71869	80517	101782	129280	162370	90501,0
Середньорічна вартість оборотних засобів	48638	119787	169850	205102	237861	189223,0
Фондозабезпеченість	13,6	15,3	18,7	23,8	29,9	16,3
Фондоозброєність праці	262,3	293,9	387,0	497,2	629,3	367,0
Забезпеченість основних засобів оборотними	0,677	1,488	1,669	1,586	1,465	0,788
Фондомісткість	0,780	0,754	1,157	0,805	0,803	0,023
Фондовіддача	1,281	1,325	0,865	1,242	1,245	-0,036
Коефіцієнт обороту оборотного капіталу	1,153	0,507	0,693	0,508	0,548	-0,605
Тривалість одного обороту, днів	312	710	519	709	657	345

Досить низьким є коефіцієнт обороту оборотних засобів – 0,548, як наслідок тривалість одного обороту становила 657 днів у 2018 р, це дуже високий показник для сільськогосподарського підприємства. СВК "Перемога" доцільно переглянути механізм нормування оборотних засобів та підвищити ефективність їх використання. Щодо основних засобів, то для сільськогосподарських підприємств особливо гострим є питання оновлення основних засобів.

Підприємства, які володіють власними коштами або мають доступ до кредитних ресурсів у великих обсягах, можуть придбати високопродуктивну техніку іноземного виробництва. Малі та середні підприємства часто відчувають потребу в додаткових одиницях техніки високої продуктивності.

Таким чином, на величину доходів і прибутковість господарської діяльності сільськогосподарського підприємства впливає низка чинників. Сума прибутку суттєво залежить доходів та витрат на виробництво та реалізацію продукції, обсягів та структури виробництва. Саме на ці елементи необхідно звернути увагу при розробці заходів щодо підвищення прибутковості господарської діяльності.

Список використаних джерел

1. Бланк, И. А. Управление формированием капитала / И. А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2010. – 512 с..

2. Квач Я.П., Кошельок Г.В., Терещенко О.М., Юр'єва Г.В.Фінансовий аналіз. Модульний курс. Навч. посібн. під ред. О.С. Редькіна Одеса: ТОВ «Елтон», 2010. 470 с.

3. Samoilyk Iu., Zos-Kior M., Kuksa I., & Storoška M. Methodology for assessing globalisation development of countries. Economic Annals-XXI. 2017. Volume 168, Issue 11-12. pp. 4-8.

ОЦІНЮВАННЯ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ І ПРИБУТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Погребняк С.П.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр
ОПП Економіка підприємства,
спеціальність 051 Економіка
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Самойлик Ю.В.
доктор економічних наук, доцент

У показниках результативності, зокрема доходах та прибутку підприємства, відображається вплив сукупності чинників, які формують рівень конкурентоспроможності підприємства та визначають майбутній вектор його розвитку. Наявність прибутку та достатній рівень рентабельності свідчать про наявність потенціал для розвитку суб'єкта господарювання в короткостроковому та довгостроковому періодах.

Прибуток є результатом діяльності підприємства, його фінансовим результатом, що виступає тим комплексним показником, який узагальнює усі результати фінансово-господарської діяльності підприємства та визначає її ефек-

тивність. При цьому фінансовим результатом може бути як прибуток, так і збиток. Проблеми визначення фінансових результатів діяльності та їх дослідження його функцій досліджувались в різні часи багатьма авторами. Вагомий внесок до вивчення формування фінансових результатів внесли як вітчизняні так і зарубіжні вчені [1]

Формування доходів і прибутків сільськогосподарських підприємств має свою специфіку, пов'язану із особливостями самої галузі [2]. На прикладі типового сільськогосподарського підприємства проведено факторний аналіз доходів і прибутку підприємства та визначено вплив основних чинників на їх формування (табл. 1). Показники, наведені в табл. 2.21 свідчать про збільшення обсягів виробництва основних видів сільськогосподарської продукції у 2018 р. порівняно із 2014 р., за винятком ячменю та приросту живої маси свиней.

Таблиця 1

Оцінювання факторів формування доходів та прибутків СВК "Перемога", 2014 р., 2018 р.

Продукція	Обсяг реалізованої продукції, ц		Собівартість реалізованої продукції, тис.грн		Виручка від реалізації продукції, тис.грн		2014 р.		Умовні витрати, тис.грн	Умовна виручка, тис.грн
	2014 р.	2018 р.	2014 р.	2018 р.	2014 р.	2018 р.	собівартість 1 ц реалізованої продукції, грн	ціна реалізації, грн/ц		
	$ОР_0$	$ОР_1$	$ОР_0 \cdot ПС_0$	$ОР_1 \cdot ПС_1$	$ОР_0 \cdot Ц_0$	$ОР_1 \cdot Ц_1$	$ПС_0$	$Ц_0$	$ОР_1 \cdot ПС_0$	$ОР_1 \cdot Ц_0$
Озима пшениця	38375	45023	5109,2	7526,9	6997,68	17650,3	133,14	182,35	5994,4	8209,9
Кукурудза на зерно	18632	64613	1881,1	12230,6	4721,16	22176,4	100,96	253,39	6523,3	16372,3
Ячмінь ярий	8949	7554	1459,7	1481,19	1624,24	350,2	163,12	181,5	1232,2	1371,1
Соняшник	25764	19733	5813,4	14283,1	10999,7	27453,2	225,64	426,94	4452,6	8424,8
Соя	6559	14127	1678,1	8671,15	2839,52	16204,3	255,85	432,92	3614,4	6115,9
Приріст живої маси великої рогатої худоби	1987	2680	4817,9	3412,5	2905,91	3209,3	2424,71	1462,4	6498,2	3919,4
Приріст живої маси свиней	1089	540	2405,1	1934,2	1813,3	1973,4	2208,54	1665,1	1192,6	899,2
Молоко	69073	84200	20094	33131	22517,8	40183,4	290,91	326	24494,6	27449,2
Всього			43258	82671	54419,3	129201	х	х	54002,3	72761,7

У цілому даний чинник має позитивний вплив на збільшення прибутків та доходів від реалізації продукції у підприємстві. Ціни реалізації також підвищилися, що має сприяти збільшенню доходів, тоді як підвищення собівартості всіх видів продукції має негативний вплив.

Результати факторного аналізу прибутку свідчать, що за рахунок зміни обсягів реалізації прибуток підприємства збільшився на 7598,7 тис. грн.

За рахунок зміни структури товарної продукції – збільшився на 9909 тис. грн, за рахунок підвищення середньореалізаційних цін – збільшився на 46529 тис. грн, а за рахунок зниження собівартості продукції – прибуток підприємства зменшився на 50447 тис. грн. У цілому у 2018 р. порівняно із 2014 р. прибуток підприємства збільшився на 13589,8 тис. грн. Найбільший негативний вплив на прибуток здійснило зростання собівартості озимої пшениці, за рахунок підвищення якої загальний прибуток від реалізації даного виду продукції зменшився на 13544,4 тис. грн.

Таким чином, основними чинниками, що впливаю на величину доходів і прибутку сільськогосподарського підприємства, є середній рівень реалізаційних цін, досягнутий рівень витрат, масштаб виробництва, продуктивність сільськогосподарських рослин і тварин, умови для власного виробництва сировині і матеріалів (насіння, добрив тощо). Для підвищення прибутковості підприємства необхідне врахування комплексу чинників та розробка ефективної стратегії розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Мурашко О. В., Думенков В. В. Формування і розподіл прибутку на підприємстві. Науковий вісник УМО “Економіка та управління”. 2016. Випуск 1. С. 170–178.

2. Samoilyk Iu., Zos-Kior M., Kuksa I., & Storoška M. Methodology for assessing globalisation development of countries. Economic Annals-XXI. 2017. Volume 168, Issue 11-12. pp. 4-8.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ’Я В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Погребняк Л.О.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр
ОПП Зв’язки з громадськістю,
спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Самойлик Ю.В.
доктор економічних наук, доцент

Галузь охорони здоров’я – це одна із найголовніших сфер соціально-економічної діяльності кожної держави. Досвід країн світу свідчить, що навіть держави із найрозвиненішою економікою та системою охорони здоров’я не завжди можуть вирішити всі проблеми, пов’язані зі здоров’ям нації. Управління у сфері охорони здоров’я здійснюється на всіх рівнях управління, починаючи

від Міністерства охорони здоров'я України, закінчуючи головними лікарями конкретних закладів охорони здоров'я.

Увага до сфери охорони здоров'я нації відображає соціальну складову державного управління [3]. Механізм економічного управління закладами охорони здоров'я розглядається як система цілеспрямованих взаємодій між суб'єктом управління (органи управління закладом, наділені повноваженнями щодо прийняття рішень стосовно організації його діяльності та формування напрямів перспективного розвитку) та об'єктом управління (заклад охорони здоров'я і система економічних відносин у процесі його функціонування) шляхом реалізації функцій управління на основі застосування комплексу підходів, методів, засобів та економічних інструментів дослідження і трансформації взаємопов'язаних процесів забезпечення ефективного функціонування закладів охорони здоров'я з урахуванням дії численних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища [4]. Основним елементом системи охорони здоров'я (об'єктом управління) є різноманітні заклади охорони здоров'я – лікарні, поліклініки, амбулаторії, діагностичні центри, санаторії та ін., які є її первинними й робочими ланками. Другим елементом цієї системи є відповідні органи управління, що як суб'єкти державного чи комунального управління здійснюють керівництво закладами охорони здоров'я. Поєднання перших і других елементів в одній системі якраз і дає змогу здійснювати певну діяльність і виконувати завдання системи [1, с. 21].

Таблиця 1

Динаміка індикаторів людського розвитку в Україні, 1995-2017 рр.

Показники	Роки							Абсолютне відхилення 2017 р. (+,-) від	
	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017	1995 р.	2010 р.
Видатки зведеного бюджету здоров'я у % до ВВП	4,8	2,9	3,5	4,0	3,6	3,2	3,4	-1,4	-0,6
загальної суми видатків	10,7	10,2	10,9	11,8	10,4	9,0	9,7	-1	-2,1
Середня очікувана тривалість життя при народженні, років	66,8	67,7	68,0	70,4	71,4	71,7	...	х	х
Загальний коефіцієнт смертності, ‰	15,4	15,4	16,6	15,2	14,9	14,7	14,5	-0,9	-0,7
Коефіцієнт смертності дітей у віці до 1 року, ‰	14,7	11,9	10,0	9,1	7,9	7,4	7,6	-7,1	-1,5
Кількість населення в розрахунку на одного лікаря, осіб	222	218	209	203	229	228	227	5	24

Джерело: узагальнено автором за [2]

Отже, охорона здоров'я охоплює комплекс напрямів діяльності, які здійснюються на різних управлінських рівнях. Дана сфера включає створення закладів охорони здоров'я (лікарні, поліклініки, амбулаторії, санаторії, лабораторії, центри діагностики), рекреаційні заклади (санаторії, курорти, оздоровчі табори) та їх утримання, моніторинг за санітарним та епідеміологічним станом в регіонах та державі, дослідження інновацій та тенденцій розвитку медицини у світі тощо. Для оцінки ефективності управління у сфері охорони здоров'я існує низка індикаторів (табл. 1). Узагальнюючи показники, наведені в табл. 1, варто вказати на зниження частки фінансування охорони здоров'я у відсотках до ВВП з 4,8 % у 2000 р. до 3,4 % у 2017 р.

Ця сума є недостатньою для забезпечення високого рівня охорони здоров'я. Порівняно із 2000 р. збільшилася середня очікувана тривалість життя при народженні із 66,8 років у 2000 р. до 71,7 років у 2016 р. На 0,9 п.п. зменшився загальний коефіцієнт смертності і становив 14,5. у 2017 р. Кількість населення в розрахунку на одного лікаря становить 227. За цим показником Україна знаходиться на одному рівні із європейськими країнами (наприклад, у Німеччині на одного лікаря припадає близько 250 осіб), однак якість медичних послуг в Україні залишається на нижчому рівні, порівняно із європейськими країнами.

Список використаних джерел

1. Воробйов В.В. Система державного управління охороною здоров'я. Митна справа: науково-аналітичний журнал з питань митної справи та зовнішньоекономічної діяльності. 2011. № 4 (76). С. 170–178.

2. Державна служба статистики України. Статистична інформація. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 18.03.2020).

3. Самойлик Ю.В. Стратегічні напрями соціальної політики підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки.* 2011. № 4 (49), частина II. С. 198-203.

4. Смирнов С. О. Бикова В. Г. Механізм економічного управління закладами охорони здоров'я. *Управління розвитком*. 2016. № 3. С. 78–83.

НАПРЯМКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Рогозін А.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр
ОПП Економіка підприємства, спеціальність 051 Економіка
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Загребельна І.Л.
кандидат економічних наук, доцент

Сільське господарство – важливий сектор національної економіки, що забезпечує реалізацію ряду життєво необхідних функцій держави. Роль і місце

аграрної сфери слід розглядати з різних позицій – економічних, соціальних, екологічних та політичних. Відзначимо, що рівень розвитку аграрної сфери визначається також величиною і якістю продовольства, що споживається населенням. Проте в Україні спостерігається зниження споживання населенням основних продуктів харчування внаслідок низької платоспроможності, а також високого рівня цін на такі продукти харчування як м'ясо, молоко. Оцінюючи роль і місце сільського господарства з економічної точки зору, необхідно виділити і соціальну значущість аграрної сфери, що повинна вирішувати такі проблеми як: демографічна ситуація, формування ринку праці та зайнятості, проблеми сільської молоді, проблема бідності, розвиток соціальної інфраструктури сільських територій.

Основним показником результативності аграрної галузі є динаміка продуктивності праці в сільськогосподарських підприємствах України, яка є нестабільною: у 2015 р. та 2017 р., проти попередніх років, продуктивність праці у сільському господарстві була негативною, що є неприпустимим у сучасних умовах, у 2018 р. порівняно з попереднім, приріст становив всього 15,5 % (рис. 1).

Рис. 1. Продуктивність праці в сільськогосподарських підприємствах України, % до попереднього року, 2014-2018 рр. [1]

З 141 країни світу Україна в 2019 р. знизилась до 85-того місця втративши позиції в Індексі глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI) та Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ). Основна негативна динаміка спостерігається у фінансовій діяльності по якій Україна втратила 19 позицій та змістилась на 136-те місце із 117-го та у галузі охорони здоров'я, по якій Україна втратила 9 позицій та змістилась на 101-те місце із 92-го. Спостерігається також погіршення стану в галузі ІКТ, по якій наша країна зайняла 78-ме місце, втративши одну позицію, за макроекономічними показниками перемістилась із 131-го на 133-тє місце. За показником інноваційних можливостей Україна з 58-го спустилась на 60-те місце [3].

Досвід розвинених країн показує, що державна допомога аграрному сектору виражається в компенсації частини витрат на виробництво шляхом дифе-

ренціації податкових ставок, введення податкових і кредитних пільг, субсидування. У США кредитна база в сукупних витратах сільського господарства становить до 70 %, Англії та Німеччини – до 50 %. При цьому пільги по кредиту реалізуються у вигляді компенсаційних платежів за відсотками комерційних банків, цінних паперів, службовців запорукою при отриманні позик з федеральних кредитних коштів, боргових зобов'язань, відсоток по яких не оподатковується і ряду інших [2].

Державна підтримка агробізнесу не повинна обмежуватися лише кредитуванням господарств цього сектора економіки, зростання аграрного виробництва викликає необхідність створення відповідної інфраструктури на селі: забезпечення умов для ефективної роботи сільгоспвиробників вимагає створення виробничо-постачальницьких, сільськогосподарських споживчих кооперативів по здійсненню заготовки, постачання, збуту продукції [4].

Отже, основні напрямки забезпечення конкурентоспроможного АПК України такі: створення ефективного механізму інвестування; державна підтримка і регулювання галузі, в тому числі стимулювання експорту, кредитно-фінансової підтримки, системи пільгового оподаткування в сільському господарстві; високий рівень інтеграції і кооперації в сфері виробництва, переробки та реалізації аграрної продукції на кластерній основі; безперервне, своєчасне використання новацій; поєднання внутрішніх можливостей господарюючих суб'єктів з інвестиціями держави; впровадження додаткових субсидій для органічного сільського господарства.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. Статистична інформація. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 16.03.2020).

2. Світові моделі підтримки сільського господарства. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2012230-svitovi-modeli-pidtrimki-silskogo-gospodarstva.html (дата звернення 12.03.2020 р.).

3. The Global Competitiveness Report 2019. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (дата звернення 16.03.2020 р.).

4. Zahrebelna I., Berezina L., Diadyk T., Maksymenko O. Development of integration processes in agro-industrial sphere. *International Journal of Engineering & Technology*. 2018. № 7 (4.8). С. 263-269.

МОДИФІКАЦІЯ ЕКСПОНЕНТНОГО МЕТОДУ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЖОРСТКИХ СИСТЕМ ДИФЕРЕНЦІЙНИХ РІВНЯНЬ

Кулінченко І. Р.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Наукові керівники – Одарущенко О. Б.,
кандидат технічних наук
Дігтярьова Л. М.,
кандидат технічних наук, доцент

Диференціальні рівняння – розділ математики, який вивчає теорію та способи розв'язування рівнянь, що містять шукану функцію та її похідні різних порядків одного аргументу чи кількох аргументів. Розрізняють звичайні диференціальні рівняння і диференціальні рівняння в частинних похідних. Актуальним є те, що такі рівняння широко використовуються на практиці, зокрема в механіці, фізиці, термопружності, оптиці, хімії, біології, економіці та ін. В свою чергу вони бувають лінійними і нелінійними. Лінійне однорідне диференціальне рівняння першого порядку має вигляд: $y'=a(x)\cdot y;$ другого порядку – це рівняння виду: $y'' + py' + qy=0$, де p та q - сталі величини. Нелінійні диференціальні рівняння – рівняння, що містять шукану функцію та її похідні різних порядків одного аргументу чи кількох аргументів. Вирішуються вони такими методами: графічно, точно (аналітично), наближено, чисельно.

Існують і жорсткі системи диференційних рівнянь (ДР), які допомагають у вирішенні наукових та інженерних задач. Жорсткість ДР виявляється в тому, що при чисельному інтегруванні ДР для скорочення часу її розв'язування немає можливості збільшити крок інтегрування, бо значно зростає похибка розв'язку, а це не дозволяє досягти необхідної точності [1]. Тому у звичайних методах наближеного розв'язування жорстких ДР використовують обмеження зверху для кроку інтегрування. Неформально жорсткість ДР n -го порядку або системи n ДР першого порядку рівнозначна тому, що ДР має n сталих часу, які можуть значно розрізнятися між собою або коли одна із сталих часу достатньо мала у порівнянні з загальним інтервалом часу розв'язування ДР.

Проведені дослідження з розв'язання систем диференційних рівнянь (СДР) з кількістю невідомих 100-800 членів показали, що при такій розмірності ефективність аналітичних методів рішення дуже низька. Висока розмірність задачі обумовлює застосування наступних чисельних методів. 1. Слабкоточні: а) метод невизначених коефіцієнтів; б) метод послідовних наближень; в) метод Ейлера. 2. Методи прогнозу та корекції: а) метод Ейлера-Коші; б) методи Рунге-Кутта. 3. Спеціальні методи: а) метод Адамса; б) метод Куртіса і Хіршфедера; в) метод Пікара; г) метод Гіра; д) експонентний метод. Жорсткість ДР накладає додаткові обмеження на вибір певного методу. Проведені досліджен-

ня показали, що максимальну ефективність за критерієм «точність розв'язку-стійкість-кількість обчислювальних операцій» показав експонентний метод.

Експонентний метод [2] є успішним для чисельного дослідження надійності систем управління, модельованих за допомогою марковських випадкових процесів з дискретним станом та неперервним часом та описаних ДР Колмогорова-Чепмена для ймовірностей станів. Розглянемо даний метод на прикладі системи виду: $y' = Ay$, $A = (a_{ij})$, $i, j = 1..M$, де $A = (a_{ij})$ – матриця постійних коефіцієнтів, а початкові умови матимуть такий вигляд: : $y(0) = y_0$, $y_0 = (y_0^i)$, $i = 1..M$. Якщо застосувати формулу Рунге-Кутта четвертого порядку точності до такої системи, то обчислення призведе до чисельної нестійкості. Використання методу Рунге-Кутта при малих h, потребує великих затрат машинного часу на великих проміжках інтегрування, при чому зі збільшенням тривалості розрахунку внаслідок великої кількості округлень накопичується обчислювальна похибка. В цьому випадку для визначення рішення задачі обчислення проводитиметься наступним чином. Спочатку апроксимують при малому h матричну експоненту $e^{Ah} = \sum_{k=0}^{\infty} \frac{(hA)^k}{k!}$ виразом $F = E + hA + \frac{(hA)^2}{2} + \frac{(hA)^3}{6} + \frac{(hA)^4}{24}$, а потім піднесенням до степеня обчислюється рішення: $y_n = \left(E + hA + \frac{(hA)^2}{2} + \frac{(hA)^3}{6} + \frac{(hA)^4}{24}\right)^n \cdot y_0 = F^n y_0$ в точці x_n В розглянутому методі умова стійкості рішення $h|\lambda| = 2$, звідси витрати машинного часу будуть близько $t_i = \log_2 n$, це число менше від значення, що витрачається методом Рунге-Кутта, яке пропорційне n.

Отже, з допомогою останнього прикладу, ми можемо довести, що експонентний метод є набагато кращим за інші, оскільки практична значимість даного методу полягає в зменшенні витрат машинного часу на 25-45%.

Список використаних джерел

1. Одарущенко О. Н., Одарущенко Е. Б., Поночовный Ю. Л. Применение численных методов для решения жестких систем линейных дифференциальных уравнений в задачах оценки надежности обслуживаемых систем. *Авиационно-космическая техника и технология*. Харьков: Национальный аэрокосмический университет «ХАИ», 2002. Вып. 35. С. 187–191.

2. Арушанян О. Б., Залеткин С. Ф. Численное решение обыкновенных дифференциальных уравнений на Фортране. М.: Изд.МГУ, 1990. 336 с.

ЗАСОБИ СИСТЕМИ «РОЗУМНИЙ БУДИНОК» ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ БЕЗПЕКИ ЖИТЛА

Лейва М.Д.,
здобувач вищої освіти
спеціальність «Експлуатація нафтових і газових свердловин»,

Науковий керівник – Воронянський В.С.,
викладач циклової комісії Полтавського коледжу нафти і газу
Національного університету імені Юрія Кондратюка

Наявність системи безпеки в квартирі або будинку може утримати злочинця від спроби проникнути у житло. Тому правильно встановлена система безпеки повідомить про проникнення у поліцію, про пожежу проінформує МНС, або, на крайній випадок, сусідів. За допомогою камер спостереження система зафіксує злочинців і збереже зображення або відео в недоступному для них місці, наприклад, в хмарному середовищі [1].

Розглянемо ключові елементи системи домашньої безпеки та призначення і особливості кожного з них [2].

Центральний пристрій сервісу моніторингу (центральна система сигналізації) перевіряє сигнал, перш ніж послати повідомлення в охоронну організацію. Як правило, користувач не налагоджує це обладнання, бо воно відноситься до сфери відповідальності постачальника системи безпеки або охоронної організації. Комунікації здійснюються по телефонній лінії, за допомогою мобільного зв'язку або Інтернет, або по декількох каналах одразу [3].

За основним сценарієм, в разі спрацьовування сигналізації, система «Розумний будинок» зв'язується з власником або його довіреними особами, щоб переконатися, що сигнал не є наслідком помилки самого власника. Тільки після цього, проводяться обумовлені контрактом дії.

Панель управління системою захисту є центральним елементом системи безпеки. Через неї здійснюються комунікації з усіма пристроями, включаючи датчики (дротові та бездротові), сирену, клавіатури, центральну систему моніторингу та Інтернет. Набір функцій залежить від виду системи охорони. Як правило, «Розумний будинок» має систему безперебійного живлення, яка підтримує роботу протягом 24 годин при відключенні центрального енергопостачання. Обслуговує декілька зон, які відповідають кількості датчиків, підключених до системи безпеки. Сучасні системи «Розумний будинок» можуть мати панель управління і центральну систему, які суміщені та підключені до домашньої WiFi-мережі, мають клавіатуру і систему оповіщення. Можливий також поділ центрального елементу і панелі управління на два пристрої [3].

Перша лінія безпеки житла – це датчики, які фіксують відкривання дверей або вікон. Система може програмуватися, щоб, наприклад, звучав дзвінок при відкриванні вікна або двері при відключеній сигналізації. Захищати треба

всі двері і вікна, включаючи підвал і балкон.

Датчики руху забезпечують другу лінію захисту безпеки, вони задіюються після того, як злочинець пройшов крізь датчики, що захищають двері і вікна. Це можуть бути пасивні інфрачервоні датчики, які фіксують тепло людини. Датчики спрацьовують від тепла і руху, а деякі можуть розрізняти людину від тварини за розміром або вагою. Вони також працюють як детектори присутності, які можуть давати сигнал системі відключити світло, якщо в кімнаті немає активності протягом, скажімо, 15 хвилин. Зазвичай датчики ставлять в місцях, через які обов'язково пройдуть злочинці, що потрапили всередину приміщення.

Сьогодні можна придбати детектори руху, які поєднують в собі кілька функцій, тобто вони містять в собі додаткові датчики, наприклад, акселерометри, датчики освітленості і температури. Крім того, датчики руху в свою чергу можуть бути інтегровані і в інші пристрої, наприклад, камери відеоспостереження, розумні замки і ін.

Зараз у багатьох будинках і квартирах встановлені автономні датчики диму, але щоб на їх сигнал реагувала пожежна охорона, необхідно підключити їх до централізованої системи і укласти відповідний договір. Датчики нагріву використовуються для виявлення пожежі в приміщеннях, які часто можуть бути задимлені або з забрудненим повітрям, наприклад, кухня, підвал, гараж. Окремо існують датчики, що дозволяють контролювати CO, природний газ або пропан / бутан.

Датчики витоку води розміщують у водяних нагрівачів, унітазів і пральних машин.

Датчик – детектор замерзання, може попередити про похолодання, що важливо для власників заміських будинків без постійного опалення.

До системи безпеки також належать різні детектори, що мають відношення до відстеження здоров'я людини і підключені до системи відсилання сповіщень, наприклад, детектор падіння людини або кнопка "Паніка". Також до системи безпеки підключають дорожні датчики, що попереджають власників будинків, що хтось пройшов або заїхав на їх територію.

Список використаних джерел

1. Сенсориторика, или Трудности создания «умного дома». URL: https://habr.com/ru/company/svyaznoy/blog/236951.

2. Як забезпечити безпеку в котеджних селищах. Системи безпеки для заміських будинків. URL: https://makemone.ru/uk/elektrika/kak-obespechit-bezopasnost-v-kottedzhnyh-poselkah-sistemy.html.

3. Система безпеки для будинку. URL: https://jak.koshachek.com/articles/sistema-bezpeki-dlja-budinku.html.

РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ В УМОВАХ КІБЕРЗАГРОЗ ТА АГРЕСИВНОГО СЕРЕДОВИЩА

Савченко О. А.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Поночовний Ю. Л.,
кандидат технічних наук, старший науковий співробітник

Пріоритетним напрямком розвитку України є побудова безпечного інформаційного суспільства. Воно забезпечує створення і накопичення інформації та знань, вільний доступ, користування і обмін ними. За умов безпечного інформаційного розвитку громадяни отримують можливість реалізувати свій потенціал (творчий, науковий, бізнес) і цим самим сприяти суспільному і особистому розвиткові [1]. Побудова безпечного інформаційного суспільства вимагає удосконалення системи законодавства, інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), державних органів усіх гілок влади (законодавчої, виконавчої та судової).

На даний момент сформовано окремі правові засади побудови інформаційного суспільства. Прийнято нормативно-правові акти, які регулюють суспільні відносини щодо створення інформаційних електронних ресурсів, захист прав інтелектуальної власності, впровадження електронного документообігу, захист інформації. Але аналіз останніх подій та тенденцій вказує на зростання в Україні кількості кіберзлочинних організацій. Міжнародні кіберзлочинці, часто згадують нашу державу як місце, де можна сховатися від переслідувань, вести злочинний бізнес та уникнути покарання. При цьому не можна звинуватити відділи кіберполіції у бездіяльності, але нажаль, основним контингентом затриманих ними громадян є власники піратських сайтів та розповсюджувачі забороненого контенту для дорослих. Натомість затримані хакери, що перебували у міжнародному розшуку, успішно зникають після судових засідань [2].

Ці факти вказують на необхідність не тільки удосконалення правової системи, а й на узгодження роботи різних гілок влади, забезпечення виконання прийнятих законів та нормативно-правових актів.

Україна має чудовий історичний досвід для розвитку інформаційного суспільства. Зокрема, ще на початку 1950-х років саме в Україні (першій серед республік СРСР) було створено третій у світі комп’ютер (після США та Великобританії), сформовано всесвітньо відому школу кібернетики й обчислювальної техніки під керівництвом академіків С. Лебедєва і В. Глушкова, започатковано наукові напрями, завдяки яким вітчизняна кібернетика піднялася на новий якісний рівень [3]. На жаль, доводиться констатувати, що в ході сучасних реформ, особливо за останні 5 років, Україна втратила значну частку свого інтелектуального та виробничого потенціалу. Зараз наша країна є джерелом деше-

вої робочої сили для розвинутих країн Заходу й Сходу [3] та перебуває у стані протидії військовій та інформаційній агресії зі сторони сусідніх країн.

За таких складних обставин необхідно забезпечити подальший розвиток (а не занепад) інформаційного суспільства. А це не можливо без покращення інформаційної культури громадян, запобігання дезінформації на державному рівні, протидії використання громадян як дешевої робочої сили (у тому числі і в мережі Internet), розвитку економічних галузей за рахунок впровадження вітчизняних інформаційних систем.

Список використаних джерел

1. Донченко С. П. Конспект лекцій дисципліни «Розвиток інформаційного суспільства» для студентів денної форми навчання спеціальності 054 «Соціологія». Кам`янське: ДДТУ, 2016. 78 с.

2. После суда в Полтаве сбежал хакер Капканов, взломавший платежные карты на €6 миллионов. URL: https://strana.ua/news/43537-posle-suda-v-poltave-sbezhal-haker-kapkanov-vzlomavshij-platezhnye-karty-na-6-millionov.html.

3. Постанова Верховної Ради України «Про Рекомендації парламентських слухань з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні». Київ, 1 грудня 2005 року, №3175-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3175-15.

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Ставицька В. О.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Протас Н.М.,
кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Інформаційне суспільство сьогодні є новою соціально-економічною формацією, що здатна докорінно змінити усі сфери людського існування та полегшити життя людей, завдяки впровадженню інформаційно-комунікаційних технологій. Технології постійно змінюються, а інновації у світі з’являються та поширюються з неймовірною швидкістю. Особливо докорінні зміни прийшли у сферу бухгалтерського обліку, оскільки тепер використання штучного інтелекту, робототехніки, аналізу даних та будь-яких інших цифрових технологій не є новиною для пересічного бухгалтера. Наразі актуальним є питання щодо глобалізації знань про бухгалтерський облік саме у цифровому форматі, оскільки технічний прогрес витісняє людський фактор у даній професії. Автоматизація процесу обліку значно зменшує витрати людської праці – потреба залишається

тільки в тих працівниках, що добре володіють усіма аспектами обліку, а особливо цифровими технологіями.

Метою даного дослідження є ознайомлення з новими платформами та цифровими технологіями для ведення фінансово обліку підприємств, які існують на даний момент.

Сучасний бухгалтерський облік не стоїть осторонь процесу переходу економіки на цифровий рівень:

– з'являються нові технології обробки та передачі інформації;

– програми для бухгалтерського обліку інтегровані в нові системи управління підприємством;

– найближчим часом сферу бухгалтерського обліку очікують зміни, ключовими каталізаторами яких стануть штучний інтелект, блокчейн та BigData. [1]

Багато країн визначають знання бухгалтерського обліку невід'ємною частиною кваліфікації кожного економіста. Під час інформаційної епохи великого значення набуває й соціальний фактор. Виробництво нині розглядається не лише як виробник матеріальних благ, але й як елемент суспільства, яке має активний вплив на зовнішнє середовище.

Наразі існує багато програм, які допомагають у веденні обліку підприємства. Одна з них – це BOOKKEEPER – сучасна онлайн бухгалтерія, що дозволяє вести облік діяльності, складати та подавати звітність підприємств і ФОП усіх систем оподаткування та неприбуткових організацій з будь-якого пристрою. БукКІпер розроблений за принципом UX, тобто – перевіреного досвіду користувачів. В сервісі для ведення бухгалтерії онлайн реалізований функціонал для вирішення актуальних задач малого та середнього бізнесу, а також некомерційних підприємств. За допомогою віддаленої бухгалтерії кожен користувач зможе самостійно скласти необхідні операції та розрахунки, вести оперативний облік торгівлі, сформувати регламентовані звіти та здати електронну звітність [2].

Доступні операції обліку в даній програмі: продажі та придбання, запаси та виробництво, каса та банк, розрахунки по зарплаті та за цивільно-правовими договорами, необоротні активи, зовнішньоекономічна діяльність.

Також важливу роль відіграватиме штучний інтелект [3].

Artificial intelligence або штучний інтелект – це розділ інформатики, який займається розробленням інтелектуальних комп'ютерних систем, що володіють можливостями, які традиційно пов'язують із людським розумом: розуміння мови, навчання, здатність міркувати, вирішувати проблеми тощо; комплекс споріднених технологій і процесів, що розвиваються якісно й стрімко. У бухгалтерському обліку AI здатний збирати, обробляти та аналізувати величезні масиви інформації в найкоротші терміни [1].

Наступним елементом цифрового обліку підприємств є Blockchain (блокчейн, або ланцюжок транзакцій). Технологія блокчейн – це система, заснована на розподілених книгах обліку, – база даних активів чи транзакцій, якими можна ділитися у численних вузлах мережі, надаючи кожному учаснику власну

копію, при цьому усі зміни відображаються в усіх копіях майже одночасно. Кожна транзакція записується у вигляді «блоку» даних, а кожен новий блок має зашифровану копію включеного в нього попереднього блоку. Далі блоки сполучаються за допомогою криптографічних підписів для створення «ланцюжка» дій або транзакцій із часовою міткою, розподілених і захищених від підробки. Як наслідок, блокчейн створює непідробну облікову книгу інформації, в якій майже неможливо сфальсифікувати чи знищити записи, щоб приховати певну діяльність [4].

Для обробки великих масивів як структурованих, так і неструктурованих типів даних, їх подальшого використання для розв'язання конкретних прикладних завдань використовується технологія BigData. Вона дозволяє вести звітність, аналізувати договори на дотримання нормативних вимог та рівень ризику. Починаючи з 2020 р. 20 % даних знаходяться у «хмарі», а ця програма дозволить відсіювати з них непотрібні дані та виділяти найцінніші.

Таким чином, бухгалтерія в епоху цифрових технологій, – це вже не лише статистичне ведення обліку господарських операцій та їх результатів, а облікові процеси, направлені на випереджальне вирішення облікових операцій з мінімальними затратами людського фактору. Важливо володіти всіма найпрогресивнішими підходами до ведення бухгалтерського обліку, аби бути конкурентоспроможним фахівцем у цій галузі.

Список використаних джерел

1. Плікус І. Й., Жукова Т. А., Осадча О. О. Модель професії бухгалтера в епоху цифрових трансформацій: ключові напрями компетентностей бухгалтера. *Приазовський економічний вісник.* 2019. Вип. 1(12). С. 200–205. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/1_12_uk/38.pdf.

2. Bookkeeper: веб-сайт. URL: https://bookkeeper.kiev.ua.

3. Як AI трансформує бухгалтерський облік і фінанси. URL: https://bakertilly.ua/news/id46419.

4. Блокчейн і бухгалтерський облік. URL: https://nexia.dk.ua/blokchein-i-bukhhalterskyi-oblik.

ДЕРЖАВНІ ПОСЛУГИ ОНЛАЙН: НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРОЄКТ ДІЯ В ДІЇ

Нос В.О.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалав»,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Протас Н. М.,
кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Найважливішим напрямом у сфері електронного урядування є електронні послуги, бо саме вони стосуються кожного громадянина. Тому пріоритетним напрямком і головним завданням переходу України до е-урядування була розробка та впровадження відповідних інформаційних систем для надання електронних послуг, затверджених Урядом. Цього результату досягнуто, і наразі вже є доступними більше сотні електронних послуг. Поміж них – такі суспільно важливі, як оформлення допомоги при народженні дитини, послуги з реєстрації бізнесу, послуги в земельній та будівельній сферах, набори електронних послуг для водіїв та перевізників тощо. Зазначивши, що «Держава має бути для людини просто сервісом. Зручним та, найголовніше, – простим і зрозумілим», Президент України 06 лютого 2020 року презентував додаток державних онлайн-послуг Дія. Додаток Дія повинен якраз стати таким простим і зрозумілим єдиним сервісом для отримання послуг держави [1].

Мета нашого дослідження – ознайомитися з можливостями системи Дія та послугами, якими можна буде скористатися, пересвідчитися в безпечності сервісу, визначити його позитивні переваги та з’ясувати виявлені недоліки.

Національний проєкт цифрової держави запустили вперше в історії України. До того моменту з боку держави була відсутня виразна комунікація щодо стратегії, термінів, способів оцифрування державних сервісів та відповідальних за це осіб. Сам бренд і концепцію додатку вперше було представлено ще у вересні 2019 року. На той час його анонсували як додаток і портал, який об'єднає в єдиному електронному вікні усі послуги, які надаються державою громадянам і бізнесу. Вже з грудня 2019 року відкрили тестовий доступ до додатку для 5 тисяч українців, які подали заявки.

На сьогодні Портал Дія – онлайн-сервіс державних послуг, де все швидко, чітко, результативно й зрозуміло. Тут можна отримати послугу там і тоді, коли потрібно. Відкрити власну справу за 10 хвилин, оформити допомогу при народженні дитини, отримати необхідну довідку, перевірити дані про себе в державних реєстрах – відтепер усе це можна швидко та зручно зробити онлайн на порталі Дія. Наразі вже можна отримати 27 публічних послуг онлайн. Найближчим часом на порталі з’являться оптимізовані послуги з прописки дитини онлайн, послуги у сфері будівництва, соціального захисту та реєстрації

юридичних осіб, а до 2024 року Міністерство цифрової трансформації планує оцифрування 100% послуг, які надає держава. [2]

Всі послуги на порталі Дія надаються за принципом розподілу на категорії та життєві події. В свою чергу, кожна з категорій має підкатегорії, в яких можна отримати онлайн-послугу [3].

На порталі Дія у Кабінеті громадянина надаватиметься доступ до особистої інформації в державних реєстрах. Зараз підключено 5 реєстрів:

– Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань;

– Державний реєстр речових прав на нерухоме майно;

– Єдиний державний реєстр зареєстрованих транспортних засобів та їх власників Міністерства внутрішніх справ;

– Державний земельний кадастр;

– Державний реєстр обтяжень рухомого майна.

Платформа-портал Дія розміщена в захищеному дата-центрі та відповідає світовим стандартам захисту від кіберзагроз. Дія зберігає мінімум інформації про своїх користувачів. Усі дані зберігаються у зашифрованому вигляді, щоб унеможливити їх перехоплення або викрадення.

Для отримання послуги на порталі Дія необхідно мати електронний підпис, також можна авторизуватися за допомоги сервісу id.gov.ua.

Додаток Дія дозволяє отримати доступ до електронних особистих документів. Даний за стосунок можна безкоштовно завантажити у App Store та Play Market. Ідентифікація користувачів відбувається за допомогою технології BankID через систему Національного банку та Приватбанку. Дія діятиме як при наявності інтернету, так і в офлайн режимі.

Перший реліз додатку Дія містить цифрове посвідчення водія та свідоцтво про реєстрацію транспортного засобу (ТЗ). Ці цифрові документи мають таку ж саму юридичну силу, як і фізичне посвідчення. Наприклад, цифрове посвідчення водія можна буде пред’являти у якості документа, що засвідчує особу. Також завдяки даному застосунку, українці мають отримати доступ до цифрових паспортів громадянина України у вигляді ID-картки та біометричний паспорт громадянина України для виїзду за кордон. Таким чином, громадяни України зможуть посвідчувати особу, подорожуючи залізницею, під час медичного обслуговування, банківських операцій і т.д. за допомогою смартфона [1].

Передбачається, що в додатку Дія незабаром з’являться й інші послуги:

– цифровий поліс страхування на авто;

– цифровий студентський;

– цифровий закордонний паспорт;

– штрафи на авто;

– цифровий податковий номер;

– Ваші дані з реєстрів.

Всі документи, що відображаються у мобільному застосунку Дія, автоматично доступні на порталі Дія у Кабінеті громадянина.

Слід зазначити, що при розробці додатку Дія, як і самої платформи, також особлива увага приділялася захисту персональних даних. Авторизація в системі здійснюється через BankID, сам застосунок побудовано відповідно до кращих практик індустрії, усі дані передаються та зберігаються на смартфоні користувача виключно у зашифрованому вигляді, посилена процедура автентифікації між додатком та сервером. Виходячи з даної інформації, можна стверджувати, що дані кожного громадянина України знаходяться під надійним захистом і не можуть бути використані зловмисниками для своїх цілей. Але стрімкий розвиток технологій, певно, не виключає теоретично припустиму можливість обійти будь-який надійний захист.

Маючи ряд переваг від використання додатку Дія, деякі користувачі скаржаться на певні проблеми, що виявилися в роботі за стосунку. Зокрема, може не відображатися загалом всі оцифровані документи; чат-бот не надає запитувану інформацію; після завантаження додатку користувача повідомляють про неможливість його встановлення на даному пристрої. Як повідомляють у підтримці додатку Дія, ці та інші технічні проблеми в користуванні можуть виникати через велике навантаження на реєстр транспортних засобів; проблеми з аутентифікацією з BankID; проблеми з аутентифікацією мобільних додатків банків тощо. Наразі вже знайдено вирішення багатьох із цих проблем [4].

Слід зазначити, що можливості порталу Дія розширюються, робота застосунку Дія вдосконалюється, а тому національний проєкт Дія стане універсальною точкою доступу громадян і бізнесу до всіх електронних державних послуг за єдиними стандартами.

Список використаних джерел

1. Некрасов В. Держава в смартфоні стартувала: як працюватиме додаток «Дія» і чи варто переживати за безпеку. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2020/02/7/656775.

2. Мінцифри запустило портал державних послуг Дія. URL: https://thedigital.gov.ua/news/mintsifri-zapustilo-portal-derzhavnikh-poslug-diya

3. Цифрова держава Дія. URL: https://www.diia.gov.ua.

4. Додаток дія: що потрібно знати про новий сервіс та які проблеми у використанні. URL: https://dt.ua/UKRAINE/dodatok-diya-scho-potribno-znati-pro-noviy-servis-ta-yaki-problemi-u-vikoristanni-337924_.html.

ЕТАПИ РОЗРОБКИ ЕФЕКТИВНОГО САЙТУ

Кулінченко І.Р.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
спеціальність Інформаційні системи і технології,
ННІ ЕУПІТ

науковий керівник – Копішинська О.П.,
к. ф.-м. н., доцент, професор кафедри
інформаційних систем та технологій

Інтернет індустрія останніми роками стрімко розвивається, все більше видів діяльності людей, компаній, державних та інших організацій переходять на цифрові платформи, і зараз ми не уявляємо свого життя без цього. Беззаперечно, важливим елементом і способом реалізації будь-яких інформаційних послуг, діяльності, обміну є веб-сайт. За результатами численних досліджень відомо, що не всі веб-сайти стають прибутковими чи популярними. Тому перед початком створення дуже важливо подумати, чим сайт може бути корисним для відвідувача і про те, як буде справляти враження його вигляд. Тому далі розглянемо етапи створення ефективного сайту.

Крок 1. Визначення цілі. В першу чергу потрібно визначитися, для чого потрібен сайт. Тобто збираємо інформацію, її не обов'язково має бути багато, але вона повинна бути точною. Вивчається все: які очікування покладені на нього в перші дні після запуску і що очікується від нього після півроку роботи. Збирається доступна текстова, мультимедійна інформація по тематиці сайту. Відбувається аналіз аудиторії, на яку повинен бути розрахований сайт. Результатом роботи даного етапу повинна бути чітка картина структури сайту, принципи його роботи й цілі. А також розуміння того, яка інформація для наповнення сайту вже є, а яку треба підготувати за час створення сайту до етапу його наповнення.

Крок 2. Складення технічного завдання. Після того, як є зрозумілою структура сайту і його завдання, цю інформацію потрібно зафіксувати в деталізованому і розписаному вигляді. Інформацію, подану в такому вигляді називають Технічним завданням (ТЗ). У ТЗ розписується все: структура сайту, кількість розділів і їх особливості, способи реалізації цих розділів. Також описується принцип роботи сайту, як з боку користувача, так і з боку адміністратора. Функціональний опис сайту є невід'ємною частиною ТЗ. Результатом роботи даного етапу має бути точне і деталізоване технічне завдання з функціональним описом, яке вже можуть використовувати фахівці для створення сайту.

Крок 3. Написання текстів. Після узгодженої структури, необхідно підготувати текст для основних сторінок сайту. При створенні текстів треба пам’ятати, щоб вони були унікальними і обов’язково оптимізованими. Також в

тексті слід вказати теги Title, Description і заголовки h1-h3, а також стилі їх оформлення.

Крок 4. Дизайн. Тепер можна вже продумувати дизайн проекту. Багато хто помилково починає саме з цього етапу, тому на виході отримують гарні, але не змістовні або не функціональні сайти. Коли видно повну картину сайту, починається один з головних етапів створення сайту - розробка його дизайну. Спочатку придумується концепція майбутнього сайту, відповідно до неї розробляється дизайн головної сторінки сайту, на якому опрацьовується основна стилістика сайту, колірна гама, подача елементів структури та шрифти. Результатом роботи даного етапу є повністю опрацьований затверджений дизайн всіх сторінок і розділів сайту.

Крок 5. Оптимізація. Вже згадувалося про оптимізацію текстів, тепер перейдемо до оптимізації всього сайту. Базовий список робіт, який необхідно виконати: реєстрація сайту в Google Search Console, щоб налаштувати відображення інформації про сайт для. пошукових систем; додавання карти сайту (sitemap.xml), яка допоможе прискорити індексацію сайту; створення robots.txt. Файл з інструкціями для пошукових роботів, які сторінки потрібно або не потрібно індексувати; налаштування 404 сторінки, що допоможе перенаправити користувачів з порожніх розділів на працюючі сторінки сайту; підключення SSL-сертифіката, якщо на вашому сайті планується особистий кабінет і/або форма замовлення; прописання тегів і метатегів. Необхідні, щоб сторінки привабливо відображалися в пошуку.

Крок 6. Верстка сайту. Програмуються унікальний функціонал і модулі, які описані в ТЗ. Створені програмні коди інтегруються в верстку. Створюється динамічне ядро сайту, яке дозволяє додавати на сайт нову інформацію, змінювати і видаляти існуючу. Для створення програмної частини сайту використовується мова програмування PHP, скриптова мова JavaScript і бази даних MySQL. Результатом роботи буде повноцінний працюючий сайт, який повністю відповідає технічному завданню і дизайну.

Крок 7. Тестування сайту за всіма можливими параметрами. Результатом роботи цього етапу буде протестований сайт з гарантованою працездатністю.

Крок 8. Наповнення сайту інформацією. Коли сайт вже готовий, залишається один із завершальних етапів по його створенню. Наповнення інформацією, яка буде відображатися користувачам, при використанні сайту. Наповнення може відбуватися як в ручному режимі - через адміністрування, за допомогою внесення текстової та графічної інформації в потрібні розділи сайту. Так і в автоматичному режимі, коли наповнення відбувається за допомогою спеціальних модулів, які дозволяють наповнювати сайт з файлів excel, сторонніх баз даних, бухгалтерських програм і т.д. Результатом роботи буде повністю готовий сайт, який можна виводити в Інтернет і розміщувати його на домені.

Крок 9. Підключення до сайту систем аналітики для збору інформації та коригування рекламної компанії. Просто викласти сайт в інтернет - це ще не вся робота. Він повинен реалізовувати завдання, поставлені йому, тобто рекламува-

тися, щоб більша кількість користувачів бачили і знали про нього. Для того, щоб мати чіткий механізм контролю реалізації завдань і мати інформацію для аналізу, згідно якій можна виробляти коригування (для більшої ефективності) в роботі сайту і рекламної компанії, сайт повинен бути обладнаний системою аналізу та обліку подій. Ця система заснована на технологіях Google, інтегрується в сайт, і дозволяє отримувати інформацію такого типу: за яким ключовим запитом користувач прийшов на сайт; скільки прибутку приніс цей користувач, замовивши послугу або товар; і багато інших.

Використовуючи цю інформацію, можна визначати вигідні рекламні напрямки, і здійснити коригування рекламної компанії, в сторону досягнення її максимально можливого ефекту. Головна перевага такого способу збору і аналізу інформації це його точність і швидкий зворотний зв'язок при зміні параметрів. Також аналізуючи отриману інформацію, можна запускати рекламну компанію з більшою ефективністю не тільки по контекстному напрямку, але і по ремаркетингу, соцмережах і мультимедійній реклами.

Після дотримання всіх цих етапів створення сайту, можна з належною впевненістю говорити, що сайт створений максимально професійно і розроблений для успішного досягнення запланованих для нього цілей.

Список використаних джерел

1. Основні етапи створення сайту. URL: https://pbb.lviv.ua/statti-i-novyny/statti-shchodo-stvorennia-saitu/osnovni-etapy-stvorennia-saitu.

2. Етапи створення сайту. URL: https://focusweb.com.ua/ siteDevelopment.php

ПОНЯТТЯ ЗЛОЧИНУ, МАЛОЗНАЧНОГО ДІЯННЯ ТА АДМІНІСТРАТИВНОГО ПРАВОПОРУШЕННЯ В ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ

Головань В.В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Козаченко Ю.А.,
кандидат юридичних наук,
доцент кафедри підприємництва і права

При кваліфікації протиправних діянь особи, згідно чинного законодавства України, їх можна визнати як злочин, малозначне діяння або адміністративне правопорушення. Актуальним є дослідження проблеми встановлення спільних рис та відмінностей між цими категоріями.

Згідно ст. 11 Кримінального кодексу України (далі – КК України) злочином є передбачене цим Кодексом суспільно небезпечне винне діяння (дія або бездіяльність), вчинене суб'єктом злочину [1].

Наведене у ч. 1 ст. 11 КК України поняття злочину містить вказівку на такі обов'язкові ознаки злочину: 1) злочином є лише діяння, тобто дія (активна поведінка) чи бездіяльність (пасивна поведінка); 2) це діяння має бути вчинене суб'єктом злочину; 3) воно має бути винним. У цій ознаці відображається найважливіший принцип кримінального права – суб'єктивного ставлення, тобто відповідальності тільки за наявності вини; 4) вказане діяння має бути суспільне небезпечним. Суспільна небезпечність як матеріальна ознака злочину полягає в тому, що діяння або заподіює шкоду відносинам, що охороняються кримінальним законом, або містить у собі реальну можливість заподіяння такої шкоди; 5) протиправність діяння, означає обов'язкову передбаченість його в кримінальному законі. Кримінальний закон дає вичерпний перелік злочинів; 6) кримінальна караність, під якою розуміється загроза застосування за злочин покарання, що міститься у кримінально-правових санкціях [с. 73-77].

Відсутність хоча б однієї із цих ознак вказує на відсутність злочину.

Поняття малозначності діяння передбачено ч .2 ст. 11 ККУ, яка зазначає що не є злочином дія або бездіяльність, яка хоча формально містить ознаки будь-якого діяння, передбаченого цим Кодексом, але через малозначність не становить суспільної небезпеки, тобто не заподіяла і не могла заподіяти істотної шкоди фізичній чи юридичній особі, суспільству або державі [1].

Отже, відповідно до ч. 2 ст. 11 не є злочином вчинене суб'єктом злочину винне діяння, прямо передбачене КК України, якщо воно через малозначність не становить суспільної небезпеки. Крім того, що це положення конкретизує зміст суспільної небезпеки як загальної ознаки злочину, метою його введення до КК України є намагання законодавця підкреслити, що правосуддя в Україні має здійснюватися на засадах принципів справедливості та індивідуалізації кримінальної відповідальності, за яких формальний момент - кримінальна протиправність типового діяння – не може превалювати над фактичним - відсутністю суспільної небезпеки конкретного діяння [2, с. 78-79].

Поняття адміністративного правопорушення наведено в Кодексі України про адміністративні правопорушення (далі – КупАП), а саме ст. 9: «адміністративним правопорушенням (проступком) визнається протиправна, винна (умисна або необережна) дія чи бездіяльність, яка посягає на громадський порядок, власність, права і свободи громадян, на встановлений порядок управління і за яку законом передбачено адміністративну відповідальність».

Адміністративна відповідальність за правопорушення, передбачені КУпАП, настає, якщо ці порушення за своїм характером не тягнуть за собою відповідно до закону кримінальної відповідальності [2].

Виходячи з понять категорій «злочин», «малозначне діяння» та «адміністративне правопорушення» можемо зробити висновки про спільні та відмінні риси між ними.

Спільні риси: 1) ці категорії є видами порушення права; 2) вони мають спільні охоронювані об'єкти; 3) можливість застосування заходів примусу; 4) ці діяння або заподіюють шкоду відносинам, що охороняються законом, або містять у собі реальну можливість заподіяння такої шкоди.

Головною відмінністю між даними категоріями є те, що діяння або заподіюють шкоду відносинам, що охороняються КК України або КУпАП, або містять у собі реальну можливість заподіяння такої шкоди; і мають відповідно ознаку або суспільної небезпечності, або суспільної шкідливості.

Отже, можна зробити висновок, що злочин, малозначне діяння та адміністративне правопорушення, тобто проступок, є правовими категоріями, які мають спільні та відмінні риси; ці діяння є видами порушень права та конкретизуються притаманними саме їм рисами.

Список використаних джерел

1. Кримінальний кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 25-26, ст.131) // Вища рада правосуддя. Офіційний сайт. Нормативні акти. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14.

2. Кримінальне право України: Загальна частина : підручник / [Ю. В. Баулін, В. І. Борисов, В. І. Тютюгін та ін.]; за ред. проф. В. В. Сташиса, В. Я. Тація. – 4-те вид., переробл. і допов. Х. : Право, 2010. 455 с.

3. Кодекс України про адміністративні проступки (Відомості Верховної Ради Української РСР (ВВР) 1984, додаток до № 51, ст.1122) // Вища рада правосуддя. Офіційний сайт. Нормативні акти. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#Text.

ДЕЯКІ ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ГРОМАДЯНСТВА НІМЕЧЧИНИ

Жуков А. Є,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Липій Є.А.,
кандидат юридичних наук, доцент

Загальна декларація прав людини закріплює норму про те, що право громадянства є одним з головних. З отриманням статусу громадянина – особа отримує права та обов'язки [1,2], які розривають її як особистість, дають право вибору, дають можливість почуватися повноправним членом суспільства, дають право свободи.

Питання громадянства, а особливо, подвійного громадянства, заслуговує активного обговорення та опрацювання. Маючи громадянство деяких країн (Марокко, Сирія, Іран та інші) позбавитись його за власним бажанням стає

складно, чи й просто неможливо. Це, з огляду на права людини, деяким чином обмежує свободи та ставить чіткі життєві рамки для громадян [2,3,4].

В момент, коли в інших країнах тільки починають розмову про подвійне громадянство, в Німеччині вийшли з ініціативою подібну практику припинити [6,7].

Метою даної роботи є аналіз чинного законодавства щодо подвійного громадянства Німеччини.

В Німеччині бути одномоментно громадянином двох чи більше країн не можна – так вважають в Християнсько-демократичному союзі федеративної республіки, але великі німецькі партії обіцяють дозволити подвійне громадянство в обмін перемоги на виборах. Більшість громадян Німеччини, при тому, що мають різні політичні погляди, виступають за те, щоб мігранти мали право при отриманні німецького громадянсва зберегти паспорт своєї країни [5,6,7].

Є держави, які не бажають втрачати своїх громадян. Загалом, це мусульманські країни. Наприклад, відмовитися від іранського громадянства практично неможливо та і отримання, загалом, не залежить від волі людини. Якщо батько – іранський громадянин, то його дитина автоматично стає громадянином Ірану незалежно від місця народження. Особливі правила прописані для жінок – жінка повинна мати таке ж саме громадянство, що і чоловік. Якщо іранець, що проживає в Німеччині, отримує німецьке громадянство, йому майже в 100% випадків залишають й іранське [4,6,7].

Найбільшу проблему момент вибору одного громадянства створює для групи мігрантів та їх нащадків з турецьким корінням. Бажання не відчувати незручностей, тобто мати повну відсутність прав, що автоматично постануть з відмовою від турецького громадянства (неможливість займати в Туреччині високі посади, проблеми отримання спадщини на батьківщині та інше), «німецькі» турки хочуть залишити за собою право дієвості німецького паспорта, а це участь у виборах, дипломатичний захист та інше і одночасно мати права в Туреччині. В такому разі німецька влада може дозволити подвійне громадянство [4,6,7].

Реформа має бути, вважають в ФРН тому, що ситуація складна але єдності в уряді немає. Компроміс, що досягли в 2000 році ситуації не виправляє. У непросту ситуацію потрапили, по-перше, діти мігрантів народжені в Німеччині. Не досягнувши повноліття вони можуть мати два громадянства – громадянство батьків і німецьке. Та на момент набуття (23 роки), ці молоді люди зобов'язані вибрати, який паспорт вони хочуть залишити. Якщо вибір припадає на німецьке громадянство, то спочатку потрібно офіційно відмовитсь від громадянства іншої країни. Цей процес може тривати роки [6,7].

Є два базових уклади, що визначають право громадянства: «право грунту» і «право крові».

Наприклад, Америка признає територіальний принцип – Jus soli («право грунту»): діти, народжені в державі отримують американське громадянство. Німеччина дотримується іншого принципу – Jus sanguinis («право крові») –

громадянство отримує не той, хто народжений німецьких федеральних земель, а той, у кого один з батьків має німецьке громадянство.

Також існує процедура натуралізації – іноземці можуть отримати німецьке громадянство. З обмеженнями можна отримати подвійне громадянство.

Для отримання громадянином України, який відповідає критеріям, що дозволяє почати процедуру натуралізації, громадянства Німеччини, він повинен відмовитися від українського громадянства [3,5,6,7].

Подвійне громадянство має, насамперед, дві потужні сторони. Негативна покриває осіб, які за допомогою біпатризму ухиляються від податків, судових рішень, кримінальної відповідальності, військової служби, ув'язнень.

Політики-біпатріати, під прикриттям іншої держави, на високих державних посадах розкрадали державні кошти, а зараз ухиляючись від відповідальності в Україні переховуються в інших країнах.

На наш погляд подвійне громадянство послаблює єдність та патріотизм. У випадку кризових ситуацій громадяни з подвійним громадянством мають змогу оселитися в умовно більш «спокійній» країні.

До позитивних сторін наявності подвійного громадянства належить можливість об'єднати етнічні групи всього світу позитивно вплинути на економіку, покращення бізнесу, покращення правового захисту громадян, що проживають за кордоном.

Закон, що регламентує питання громадянства має суттєві недоліки, які можуть бути подолані шляхом запропонованих нововведень.

До того ж, питання подвійного громадянства мають бути вирішені на світовому рівні, адже державам необхідно вдосконалюватися на шляху об'єднання та мирних інтересів.

Список використаних джерел

1. Загальна декларація прав людини ООН від 10.12.1948 // Офіційний вісник України. – 2008. – № 93. – Ст. 3103.

2. Европейский союз: основополагающие акты в редакции Лиссабонского договора с комментариями. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 698 с.

3. Адміністративно-територіальний устрій країн Європейського Союзу : навч. посіб. / за заг. ред. Ю. В. Ковбасюка, М. К. Орлатого. К. : НАДУ, 2015. 628 с.

4. Аль-Шару Джехад Маджед Мохаммад. Антропологические аспекты деления человечества на расы, возникновение расизма и закрепление его в международном праве. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Юриспруденція». 2015. Вип. 13 (2). С. 120–123.

5. Бондаренко О.В. Питання організації парламентів в умовах сучасного парламентаризму. Форум права. 2011. № 1. С. 114-120.

6. Геймбух Н. Г. Вопросы конституционной реформы в Федеративной Республике Германии. Вестник Томского государственного университета. Серия «Право». 2018. № 27. С. 23-29.

7. Геймбух Н. Г. Совершенствование конституционного законодательства Германии о разграничении предметов ведения федерации и земель. Вестник Томского государственного университета. Серия «Право». 2015. №4. С. 14-20.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ У СФЕРІ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ: ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Дігтяр А.С.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Козаченко Ю.А.,
кандидат юридичних наук

Рівноправність чоловіків та жінок - невід'ємна частина прав людини, яка є передумовою демократії. Проблема гендерної рівності є актуальною у наш час, оскільки сьогодні суспільству не потрібно розмежовувати ролі у сфері домогосподарства чи виробництва, що існувало в суспільстві минулих століть. На сьогоднішній день порушення прав жінки через її становище в суспільстві та сім'ї носить дискримінаційний характер.

Стаття 24 Конституції України закріплює рівність прав жінок і чоловіків, а саме: наданням жінкам рівних з чоловіками можливостей у громадсько-політичній і культурній діяльності, у здобутті освіти і професійній підготовці, у праці та винагороді за неї; спеціальними заходами щодо охорони праці і здоров'я жінок, встановленням пенсійних пільг; створенням умов, які дають жінкам можливість поєднувати працю з материнством; правовим захистом, матеріальною і моральною підтримкою материнства і дитинства, включаючи надання оплачуваних відпусток та інших пільг вагітним жінкам і матерям [1].

Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» є одним із джерел прояву гендерної рівності у законодавстві України. Стаття 3 вказаного закону регламентує основні напрями державної політики щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, серед яких: утвердження ґендерної рівності; недопущення дискримінації за ознакою статі; застосування позитивних дій; запобігання та протидію насильству за ознакою статі, у тому числі всім проявам насильства стосовно жінок; забезпечення рівної участі жінок і чоловіків у прийнятті суспільно важливих рішень; забезпечення рівних можливостей жінкам і чоловікам щодо поєднання професійних та сімейних обов'язків; підтримку сім'ї, формування відповідального материнства і батьківства; виховання і пропаганду серед населення України культури ґендерної рівності, поширення просвітницької діяльності у цій сфері; захист суспільства від інформації, спрямованої на дискримінацію за ознакою статі[2].

Досить часто жінки потерпають від дискримінації з боку керівництва, яке ігнорує загальне правило гендерної рівності. Не зважаючи на це, можна стверджувати, що жінки мають навіть більший потенціал, ніж чоловіки. Цей факт не завжди враховується роботодавцями при прийнятті на роботу. Рівень зайнятості чоловіків та жінок вказує на те, що перевага все ж надається чоловікам, так як вони вважаються стабільнішими працівниками, адже жінки крім будування кар'єри, зосереджуються на створенні сім'ї та вихованні дітей. Тобто суспільство стверджує, що жінка може бути дружиною, матір'ю та домогосподаркою, а чоловік займається професійною сферою діяльності. Швидше звільнять жінку, аніж чоловіка, і в останню чергу її візьмуть на роботу. Тобто, в Україні залишаються гендерні стереотипи, які заважають збудувати збалансоване суспільство.

Перехід до ринкової економіки в Україні не забезпечив комплексних заходів для захисту жінок. Через це спостерігається високий рівень трудової міграції жінок. Жінки шукають будь-яку роботу, не дивлячись на наслідки. І досить часто вони їдуть до економічно розвинених країн, не знаючи про жорстокість тамтешнього законодавства та обмеження щодо використання праці іноземців. Тому громадянам України досить важко, а часом й практично неможливо знайти там легальну роботу. Це, у свою чергу, позбавляє їх можливості отримати належне соціальне та пенсійне забезпечення. Нині відомі випадки масового характеру торгівлі жінками [3].

Слід підкреслити, що закони України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», «Про запобігання та протидію домашньому насильству» також мають гендерну спрямованість.

Щодо актуальності вирішення гендерної проблеми свідчить схвалення Кабінетом Міністрів України 5 квітня 2017 р. Концепції Державної соціальної програми забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2021 року. Зокрема, у ній наголошується, що упровадження принципів рівних прав та можливостей жінок і чоловіків є однією з важливих умов сталого соціально-економічного розвитку, позитивних змін у суспільстві, реалізації прав людини та самореалізації особистості, запорукою ефективного розв'язання наявних проблем, а також європейської інтеграції України та виконання міжнародних зобов'язань згідно з основними міжнародними договорами у сфері захисту прав людини, у тому числі Цілей Сталого Розвитку до 2030 року, затверджених Генеральною Асамблеєю ООН [4].

Підводячи підсумок, слід зазначити, що українське законодавство має чимало нормативно-правових актів, які містять положення про створення рівних умов життєдіяльності як чоловіків, так і жінок. Проте, українське законодавство потребує постійного вдосконалення вже існуючих норм, що безумовно поліпшить правове становище жінки в соціумі.

Список використаних джерел

1. Конституція України. Харків: Право. 2016. 82 с.

2. Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків: Закон України від 08.09.2005 р. Відомості Верховної Ради України. 2005. № 52. Ст.561.

3. Надьон О. Торгівля жінками: складові та шляхи подолання URL: http://www.pravo.vuzlib.su/book_z726_page_4.html (дата звернення: 02.04.2020).

4. Про затвердження Державної соціальної програми забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2021 року : постанова Кабінету Міністрів України від 11.04.2018 № 273 // Офіційний вісник України. 2018. № 33. Ст. 1165.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПУ РІВНОСТІ У СІМЕЙНИХ ПРАВОВІДНОСИНАХ

Романчук І. В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Липій Є.А.,
кандидат юридичних наук, доцент

Конституцією України встановлено, що рівність прав жінки і чоловіка забезпечується наданням жінкам рівних з чоловіками можливостей у громадсько-політичній і культурній діяльності, у здобутті освіти і професійній підготовці, у праці та винагороді за неї спеціальними заходами щодо охорони праці і здоров'я жінок, встановленням пенсійних пільг створенням умов, які у свою чергу надають жінкам можливість поєднувати працю з материнством, правовим захистом, матеріальною і моральною підтримкою материнства і дитинства, включаючи надання оплачуваних відпусток та інших пільг вагітним жінкам і матерям [1].

Однак, однією із актуальних проблем застосування принципу рівності у сімейних правовідносинах є різниця між чоловіками та жінками, компонентом якої є статева ознака. Особливо яскраво ця проблема прослідковується у відносинах пов'язаних з розподілом праці, адже, проблема гендерної рівності полягає в тому, що з цим самим розподілом праці жінка та чоловік не можуть бути рівні через притаманні їм статеві ознаки. Наприклад, законодавством не передбачено надання відпустки у зв'язку з вагітністю та пологами чоловікам.

У систему принципів сімейного права входить гендерний баланс в сімейних правовідносинах. Так, згідно із Сімейним кодексом жінка та чоловік мають рівні права і обов'язки у сімейних відносинах, шлюбі та сім'ї [2].

Проте, ідею рівності чоловіка та жінки в шлюбі та сім'ї одні вчені розглядають як принцип їх повної рівності в особистих і майнових правах у шлюбі та сім'ї, тоді як інші - як принцип гендерного балансу.

Цікаво, що в сімейному праві встановлювався зміст, який допускає певну юридичну нерівність суб'єктів яку, законодавці намагаються удосконалити в процесі розвитку сімейного законодавства. Одним із таких прикладів були положення щодо шлюбного віку чоловіків і жінок, який за попередньою редакцією Сімейного кодексу України встановлювався для жінок 17 років, а для чоловіків – 18 років [2]. На даний момент це питання ще актуалізується у зв'язку з тим, що до вказаної норми внесено зміни і встановлено однаковий шлюбний вік для чоловіків і жінок 18 років.

Деякі науковці шукають різні підходи до визначення шлюбного віку чоловіків і жінок і вказують, що різниця у шлюбному віці між жінкою і чоловіком пов'язана з різним розвитком психічних і фізіологічних процесів в їх організмі: жінка швидше формується, порівняно з чоловіком, і здатна до створення сім'ї у фізіологічному та психологічному аспектах дещо раніше чоловіка [4, с. 15].

Доречно зазначити, що встановлення однакового шлюбного віку для жінок та чоловіків відповідає сучасним тенденціям, які відображають прагнення законодавця відтворити відомі європейські стандарти щодо забезпечення рівних можливостей жінки і чоловіка у суспільстві.

Є підстави розцінювати принцип гендерного балансу в сімейних правовідносинах в таких аспектах; як правову модель регулювання сімейних відносин (зовнішнє регулювання); як безпосередній прояв саморегулювання сімейних правовідносин (внутрішнє регулювання).

Рівність дружини і чоловіка висвітлюється в нормах сімейного права за допомогою: вказівки на спільність і взаємність обов'язків подружжя; прямої вказівки на рівність прав; запровадження однакових прав та обов'язків; закріплення індивідуалізованих прав дружини і чоловіка. Виходячи з цього елементами змісту принципу гендерного балансу в сімейних правовідносинах є рівність прав дружини та чоловіка, рівність прав матері та батька[4, с. 16].

Отже, можна дійти висновку, що принцип гендерного балансу в сімейних правовідносинах пронизує ідеї про рівність прав та обов'язків жінки та чоловіка у сімейних відносинах, шлюбі та сім'ї.

Список використаних джерел

1. Конституція України від 01.01.2020 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua
2. Сімейний кодекс України від 28.08.2018 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua
3. Закон України «Про відпустки» від 21.06.2019 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua
4. Чернега В. М. Морально-правові принципи в сімейному праві України: *автореф. дис. на здобуття наук.ступеня канд. юрид. наук*.2015, с. 20.

РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО СТРУКТУРА

Білокінь Є.О.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Писаренко С. В.,
кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Ресурсний потенціал підприємства – це сукупність ресурсів, які використовуються для виробництва продукції, та тісно між собою пов'язані. Величина цього потенціалу визначається обсягом окремих видів ресурсів (земельних, матеріальних, трудових, інформаційних та інтелектуальних), які перебувають у розпорядженні підприємства.

Вишневська О.М. вивчаючи склад ресурсного потенціалу щодо функціональних напрямів формування та використання, розрізняє потенціали маркетинговий (здатність маркетингової системи підприємства забезпечити його постійну конкурентоспроможність); виробничий (здатність виробничої системи забезпечити випуск продукції в обсязі, що відповідає потенціалу попиту); фінансовий (здатність фінансової служби забезпечити основні ланки ланцюга "збут-виробництво-закупівлі" фінансовими ресурсами за принципом найбільш ефективного їхнього розподілу); організаційний (здатність менеджменту створити ефективну систему взаємодії між усіма елементами потенціалу) [1, с. 35].

Більшість дослідників цієї проблеми до складу ресурсного потенціалу включають такі елементи:

– природно-ресурсний і виробничий потенціал, що відображають наявність сировинних ресурсів, необхідних для виготовлення продукції, а також ефективність використання основних фондів виробництва;

– фінансово-інвестиційний потенціал, який показує співвідношення власного й позикового капіталу, можливість залучення додаткових фінансових ресурсів, сукупність виробничих засобів підприємства;

– кадровий потенціал – характеризує професійно-кваліфікаційний склад працівників, здатність до навчання відповідно до цілей підприємства;

– інформаційно-комунікативний потенціал, який інформує про внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства, можливості та резерви, що можуть бути використані, рівень маркетингових досліджень, перспективи розвитку;

– організаційно-підприємницький потенціал – уміння раціонально поєднувати наявні ресурси підприємства, компетенції менеджерів, динаміку управлінських процесів, напрями діяльності внутрішнього і зовнішнього характеру, структуру, адаптивність, організаційну культуру організації, механізм прийняття та реалізації рішень тощо [3, с. 144; 4, с. 435].

Структурний склад пропонованих елементів ресурсного потенціалу та їх взаємозв'язок представлено на рис. 1.

Рис. 1. Структурний склад елементів ресурсного потенціалу
Джерело: складено авторами.

Склад ресурсного потенціалу та механізми його формування відрізняються за галузями і сферами економічної діяльності. Структура ресурсного забезпечення для кожного підприємства є індивідуальною. Спільна дія складових ресурсного потенціалу створює синергетичний ефект, який полягає у тому, що при взаємодії двох або більше елементів сумарний ефект переважає вплив кожного окремого компонента і призводить до зростання якісних показників функціонування без збільшення кількісних [2, с.106].

Вищесказане дає підстави для висновку, що ресурсний потенціал характеризується цілісністю, яка означає, що тільки при наявності всіх елементів потенціалу можливо отримати ефективний результат. Йому також притаманні такі особливості, як взаємодоповнення елементів, взаємозв'язок складових, адаптивність товарів і послуг, вміння пристосовуватися до мінливих виробничих і ринкових умов. Основною характеристикою ресурсного потенціалу є можливість до відтворення. Вивчення дії даних механізмів створює можливість для модернізації виробництва, що у підсумку сприяє зниженню виробничих витрат і підвищенню конкурентних переваг підприємства.

Список використаних джерел

1. Вишневська О.М. Ресурсний потенціал підприємництва. Економіка АПК. 2008. № 12. С. 32-37.

2. Лісовська Л.С., Гринів Н.Т. Забезпечення синергізму інноваційних процесів на підприємстві. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2016. № 846. С. 103-109.

3. Плаксюк О.О. Механізм формування ефективної системи ресурсного потенціалу підприємства. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації. 2015. № 2. С. 140-147.

4. Чернишова Л. І., Бескубська А.С., Прокоф’єва В.К. Управління процесом формування ресурсного потенціалу як передумова конкурентоспроможного

стратегічного розвитку виробничого підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. № 23. С. 432-438.

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Гаврилець С.В.
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Мороз С.Е.,
кандидат педагогічних наук, доцент

Головним завданням підприємств роздрібної торгівлі, незалежно від їх розміру та місця розташування, є задоволення потреб споживачів. Інтерес представляє досвід управління асортиментом торговельного підприємства за допомогою інструментів категорійного менеджменту.

Для з'ясування сутності поняття «категорійний менеджмент» звернемося до праць основоположників концепції категорійного менеджменту. Американський професор з маркетингу Брайан Ф. Харріс [1] під категорійним менеджментом розуміє управління торговим простором і асортиментом на основі поділу асортименту на групи схожих продуктів. Українська дослідниця О. Крещенко [2] стверджує, що в умовах категорійного менеджменту товарну категорію слід розглядати як самостійну бізнес-одиницю, а в управлінні асортиментом менеджер категорії ритейлу повинен мати всі можливості, повноваження і відповідальність, як індивідуальний підприємець.

Аналіз літературних джерел [1, 2] показує, що впровадження та розвиток концепції категорійного менеджменту у практику бізнесу, як одного із способів раціональної організації ресурсів для підвищення ефективності кінцевого результату (збільшення продажів), є актуальним і таким, що потребує вивчення.

На думку експертів, головна мета категорійного менеджменту полягає у формуванні оптимального асортименту товарів, який максимально повно відповідає індивідуальним запитам споживачів. Є підстави вважати, що підвищення результатів комерційної діяльності за умови впровадження категорійного менеджменту на торговельному підприємстві, досягається завдяки визначенню цільової групи покупців, потреби яких будуть задовольнятися; визначенню величини дійсного попиту цільової групи покупців і дій, що вживаються з метою збільшення частки лояльних споживачів та задоволеного попиту.

Як зазначається у наукових публікаціях [1, 2], під час впровадження категорійного менеджменту для всіх товарних категорій створюються окремі управлінські підрозділи, діяльність яких спрямована на покращення ефективності управлін-

ня торговим асортиментом. Виникає стільки незалежних осередків управління, скільки у асортименті представлено товарних категорій.

Центром відповідальності у кожній категорії стає керівник категорії або, так званий, категорійний менеджер. У команди, яка управляє товарною категорією, а це можуть бути асистенти категорійного менеджера з питань логістики, закупівлі, маркетингу, мерчандайзингу, збуту тощо, з'являється зацікавленість купувати товар на більш вигідних умовах, доставляти і зберігати його з мінімальними витратами, ефективно розміщувати його на відведеному торговому просторі, детально продумувати цінову політику і заходи щодо просування і стимулювання товару.

За таких умов кожна товарна категорія розглядається всередині підприємства як самостійна бізнес-одиниця, яка має власну структуру і бізнес-процеси. Таким чином, категорійний менеджмент демонструє успішний варіант децентралізації функцій по закупівлях і продажу товарів.

Важливою складовою системи категорійного менеджменту є бізнес-процес, під яким розуміють методи щоденної роботи з вирішення завдань, закладених у загальну стратегію розвитку товарної категорії; послідовність і регламент дій, виконання яких дозволить вирішувати поставлені завдання.

У рамках категорійного менеджменту бізнес-процес включає наступні послідовні етапи: *визначення товарної категорії*, тобто розбивка торгового асортименту магазину на окремі товарні категорії; *визначення ролі кожної товарної категорії* в асортименті магазину; *аналіз товарної категорії,* тобто оцінка тенденції її розвитку на основі маркетингової інформації (динаміки обсягу продажів, частки у сукупному обсязі продажів магазину тощо); *визначення критеріїв і нормативів оцінки* результатів реалізації стратегії категорії; *розробку комплексної категорійної стратегії* з подальшим розбиттям на цінову, закупівельну, маркетингову стратегію розвитку товарної категорії; *розробку тактики управління товарною категорією,* включаючи асортиментну, цінову, маркетингову, мерчандайзингову й ін.; *планування товарної категорії* – розробка і реалізація бізнес-планів товарної категорії, включаючи реалізацію стратегії, тактики і аналіз результатів товарної категорії; *коригування товарної категорії* – оцінка результатів реалізації товарної категорії і її коригування.

Категорійний менеджмент як система управління асортиментом передбачає: поділ усього асортименту на товарні категорії не обов'язково відповідно до загальноприйнятих груп і видів товарів, а спираючись, в першу чергу, на психологію і сприйняття покупця; відповідальність одного співробітника торговельного процесу за весь бізнес-процес категорії – від закупівлі до продажу; розгляд кожної товарної категорії як міні-процесу в рамках організації торгівлі зі своїм бюджетом, ціноутворенням, політикою закупівель тощо; підхід до асортименту магазину як до єдиної сукупності всіх категорій – так, як сприймає магазин покупець [2].

Отже, управління асортиментом торговельного підприємства на засадах категорійного менеджменту полягає у підвищенні ефективності бізнес-комунікації між виробником – початковою ланкою руху товару і подальшими ланками, як правило,

вже суб'єктами торгівлі, для найбільш повного задоволення запитів цільової аудиторії.

Список використаних джерел

1. O'Brien, Jonathan. Category Management in Purchasing: A Strategic Approach to Maximize Business Profitability 2nd ed. Graphicraft Ltd., Hong Kong, 2012. 304 p.

2. Крещенко О.В. Товарні запаси як об'єкт управління у категорійному менеджменті. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 2. С. 492-500.

АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В РОСЛИННИЦТВІ

Копань Д.В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
спеціальності 076 Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність, ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Писаренко С.В.,
кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Продуктивність праці – це здатність конкретної праці створювати певну кількість продукції за одиницю робочого часу. Продуктивність праці підвищується, якщо збільшується виробництво продукції на одиницю робочого часу або зменшуються затрати праці на одиницю робочого часу або зменшуються затрати праці на одиницю вироблюваних продуктів. З наведеного визначення випливає, що підвищення продуктивності праці в кінцевому рахунку зводиться до економії робочого часу [2].

Для визначення продуктивності праці в сільському господарстві застосовують систему економічних показників. Це зумовлено особливостями даної галузі і, насамперед, незбігом робочого періоду з періодом виробництва [1].

Продуктивність праці в сільському господарстві характеризується системою прямих (повні) і проміжних (неповні) показників. Прямі показники визначаються кількістю продукції, що виробляється за одиницю робочого часу. Вони безпосередньо характеризують її рівень в окремих галузях, сільськогосподарських підприємствах або в сільському господарстві в цілому. Вони виражаються в натуральній і вартісній формі [2].

Натуральні показники визначають діленням прямих затрат людино-годин, що виникають у процесі виконання технологічних операцій, на обсяг виробленої продукції. Вони відповідають на питання, скільки витрачено робочого часу на виробництво центнера продукції.

З метою визначення продуктивності праці по сільському господарству країни, по окремих підприємствах з урахуванням усіх видів сільськогоспо-

дарської продукції, що ними виробляється, розраховують вартісні показники – погодинну, денну і річну продуктивність праці – відношенням вартості валової продукції в порівняльних цінах відповідно до відпрацьованих годин, людино-днів і середньорічної кількості працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві. Проаналізуємо показники продуктивності праці в галузі рослинництва табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка показників продуктивності праці в галузі рослинництва ДП «ДГ «Степне» Полтавського району, 2014-2018 рр.

Показники	Роки					Відхилення 2018 р.,у % до 2014 р.
	2014	2015	2016	2017	2018	
Виробництво валової продукції – всього, тис. грн (у порівняльних цінах 2010 р.)	13811,8	15812,9	16253,3	12079,5	17188,0	124,4
на 1-го середньорічного працівника галузі, тис. грн.	100,8	130,7	157,8	117,3	160,6	159,3
на 1 люд.-день, тис. грн.	0,9	1,2	1,4	1,1	1,5	159,3
Виробництво валової продукції – всього, тис. грн. (у фактичних цінах)	24105,7	37634,0	49190,4	37326,0	50501,6	209,5
на 1-го середньорічного працівника галузі, тис. грн	176,0	311,0	477,6	362,4	472,0	268,2
на 1 люд.-день, тис. грн	1,6	2,5	3,7	3,3	4,5	278,7
Отримано валового доходу – всього, тис. грн	10296,0	15887,0	28610,0	27163,0	31811,0	309,0
на 1-го середньорічного працівника галузі, тис. грн	75,2	131,3	277,8	263,7	297,3	395,6
на 1 люд.-день, тис. грн	0,7	1,2	2,5	2,4	2,7	395,6
Отримано прибутку – всього, тис. грн	4857,0	5646,0	7508,0	5969,0	12623,0	259,9
на 1-го середньорічного. працівника галузі, тис. грн	35,5	46,7	72,9	58,0	118,0	332,8
на 1 люд.-день, тис. грн	0,3	0,4	0,7	0,5	1,1	332,8
Рівень рентабельності, %	89,3	55,1	35,6	28,2	65,8	Х

Дослідивши показники продуктивності праці в рослинництві слід відмітити наступне. Виробництво валової продукції (у порівняльних цінах 2010р.) за досліджуваний період зростає із 13811,8 тис грн у 2014 р. до 17188,0 тис. грн у 2018 р. зафіксоване зростання відбулося на 24,4 %. Виробництво валової продукції (у фактичних цінах) за досліджуваний період зростає на 109,5 %. В розрахунку на 1-го середньорічного працівника галузі волова продукція також збільшується із 176,0 тис. грн у 2014 р. до 362,4 тис. грн у 2018 р. в розрахунку на 1 люд.-день валова продукція у фактичних цінах також зростає майже в двічі, тобто 178,7 %.

Отриманий валовий дохід від реалізації продукції рослинництва у 2018 р. становить 27163,0 тис. грн, що більше на 209,0 % від 2014 р. отриманий вало-

вий дохід в розрахунку на 1-го середньорічного працівника галузі у 2014 р. складав 75,2 тис. грн, а в 2018 р. 263,7 тис. грн, збільшення на 295,6 %. Загальний прибуток по галузі становить у 2018 р. 12623,0 тис. грн, а в 2014 р. 4857,0 тис. грн. Прибуток на 1-го середньорічного працівника галузі також зріс на 232,8 %. Характеризуючи показники рівня рентабельності, то слід відмітити, даний показник зменшується, хоча несе позитивний характер.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник 2-ге вид. К.:КНЕУ. 2002 624 с.

2. Мацибора В.І. Економіка сільського господарства: Підручник. К.: Вища школа, 1994. 415 с.

ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ НИМ

Кулініч А.С.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
спеціальності 076 Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність, ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Писаренко С. В.,
кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Головним ресурсом кожного підприємства є його персонал, від якості та ефективності використання якого залежать результати діяльності підприємства і його конкурентоспроможність.

Персонал підприємства являє собою сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної діяльності.

Поняття «управління персоналом підприємства» охоплює всю сукупність організаційних заходів, які направлені на раціональну формування кількісного та якісного складу персоналу та максимальне використання можливостей у процесі функціонування товариств (система лідерства, мотивації, працевлаштування і звільнення, вихід на пенсію, управління конфліктами і т.д.) [1, с. 8].

Управління персоналом є складовою частиною менеджменту, воно пов’язане з людьми та їхніми відносинами всередині підприємства. Підприємство (організація) існує, щоб обслуговувати людей. Підприємство складається з людей і обслуговується ними. Вони належать до тієї частини підприємства, що дає їй життя. Саме люди є джерелом творчості, ініціативи, енергії для досягнення цілей, що стоять перед підприємством. Без керування людьми не може функціонувати жодна організація – велика чи маленька, комерційна чи неко-

мерційна. Керування персоналом спрямоване на досягнення ефективності діяльності і справедливості у взаємодіях між працівниками [3].

Під управлінням персоналу підприємства розуміється цілеспрямована діяльність його керівництва і відповідних підрозділів, що включає розробку кадрової політики й управлінських рішень щодо керування людьми на підприємстві. Ця діяльність включає:

– залучення робітників;
– підготовку робітників;
– мотивацію;
– оцінку;
– розвиток колективу;
– переміщення робітників.

Цілями управління персоналом підприємства являються:

– підвищення конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах;
– підвищення ефективності виробництва та праці, а саме досягнення максимального прибутку;
– забезпечення високої соціальної ефективності функціонування колективу.

Успішне виконання поставлених цілей потребує виконання таких задач, як:

– забезпечення потреби підприємства в робочій силі в необхідній кількості та кваліфікації;
– досягнення обґрунтованого співвідношення між організаційно-технічною структурою виробничого потенціалу та структурою трудового потенціалу;
– повне та ефективне використання потенціалу робітника та виробничого потенціалу в цілому;
– забезпечення умов для високопродуктивної праці, високого рівня її організованості, вмотивованості, самодисципліни, виробітки у робітника звички до взаємодії та співробітництва;
– закріплення робітника на підприємстві, формування стабільного колективу як умова окупності коштів, що тратяться на робочу силу (залучення, розвиток персоналу);
– забезпечення реалізації бажань, потреб та інтересів працівників по відношенню до змісту праці, умов праці, виду зайнятості, можливості професійно-кваліфікаційного та посадового просування;
– узгодження виробничої та соціальних задач (балансування інтересів підприємства та інтересів працівників, економічної та соціальної ефективності);
– підвищення ефективності управління персоналом, досягнення цілей управління при скорочення витрат на робочу силу [2, с. 14].

Отже управління людськими ресурсами – головна функція будь-якої організації, адже персонал – найбільш складний об’єкт управління в організації, оскільки, на відміну від речових факторів виробництва, є живим, має можливість самостійно приймати рішення, діяти, критично оцінювати пред’явлені до нього вимоги.

Список використаних джерел

1. Болтак О. Л. Шляхи вдосконалення системи управління підприємством. Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна». Режим доступу: http://nauka.zinet.info/9/boltak.php

2. Ковальов Г. Д. Інноваційні комунікації. Персонал. 2000. №8 С. 14-19.

3. Салова Т. Б. Оцінювання персоналу в системі управління, Національна академія державного управління. Електронний збірник наукових праць Національної академії державного управління № 2, 2013.

ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ШПАЛЕР У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Пушміна О.В.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Мороз С.Е.
кандидат педагогічних наук, доцент

Засобом задоволення людських потреб є товар. Товар – це все, що може задовольнити попит або потребу і пропонується споживчому ринку з метою привернення уваги, придбання, продажу і використання або споживання. На ринку представлений величезний асортимент різноманітних товарів, які не лише здатні задовольнити потреби споживачів, але й забезпечують різні варіанти задоволення таких потреб.

Сукупність таких товарів класифікується за різними ознаками (за сировинною ознакою, за ознакою споживчого призначення тощо). Кожний підприємець-комерсант, формуючи торговельний асортимент, об’єднує товари за визначеними критеріями у власний асортимент, який надалі буде запропонований цільовій аудиторії споживачів.

Примітним є те, що асортимент торговельного підприємства демонструє принципові відмінності між товарами і являє собою логічний розподіл будь-якої сукупності, утвореної за найбільш загальними ознаками, на окремі категорії. Такий розподіл дозволяє диференціювати асортимент за критеріями споживчих переваг і ціновими параметрами, за споживними властивостями і матеріалом виготовлення тощо та урахувати попит на товари різних цільових сегментів обслуговуваного ринку.

Проілюструємо важливість диференціації товарів за визначеними критеріями на прикладі класифікації за Єдиним закупівельним словником [1]. Цей нормативний документ призначений для стандартизації опису в договорах (контрактах) предмета державних закупівель, забезпечення прозорості процедур закупівель товарів, робіт і послуг за бюджетні кошти, створення ефектив-

ного конкурентного середовища у сфері державних закупівель, а також підтримання участі вітчизняних суб'єктів господарювання у торгах за межами України.

Необхідно зазначити, що Єдиний закупівельний словник згармонізований з європейським закупівельним словником Common Procurement Vocabulary (CPV) та складається з основного та додаткового словників, які є автентичними перекладами CPV, у редакції додатка I до Регламенту ЄС № 2195/2002 Європейського Парламенту і Ради та поправок до додатка I згідно з Регламентом Комісії ЄС № 213/2008 [1]. В основному та додатковому словниках назви продукції та послуг – предметів закупівель, а також описи їхнього призначення чи додаткових характеристик мають англійські відповідники.

Код складається з 8 цифр, які згруповані таким чином:

– перші дві цифри визначають розділ (XX000000-Y);
– перші три цифри визначають групу (XXX00000-Y);
– перші чотири цифри визначають клас (XXXX0000-Y);
– перші п'ять цифр визначають категорію (XXXXX000-Y).

Останні три цифри коду дають більший ступінь деталізації в межах кожної категорії. Дев'ята цифра – контрольна.

За ЄЗС шпалери віднесено до 39 розділу «Продукція переробної промисловості» (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація шпалер за ДК 021:2015 [1]

39000000-2	Меблі (у тому числі офісні меблі), меблево-декоративні вироби, побутова техніка (крім освітлювального обладнання) та засоби для чищення	Furniture (incl. office furniture), furnishings, domestic appliances (excl. lighting) and cleaning products
39100000-3	Меблі	Furniture
39190000-0	Шпалери та інші настінні покриття	Wallpaper and other coverings
39191000-7	Настінні покриття на паперовій або картонній основі	Paper- or paperboard-based wall coverings
39191100-8	Шпалери	Wallpaper

Як бачимо з табл. 1, шпалери під час державних закупівель розрізняються за критерієм основи – паперова або картонна, подальша диференціація за іншими ознаками відсутня. У сучасних супермаркетах реалізується понад 20 тисяч видів і різновидів товарів, у гіпермаркетах кількість таких товарів сягає близько 70 тисяч одиниць. Для того, щоб гнучко і оперативно реагувати на зміни споживчого попиту при такому розмаїтті торгового асортименту, необхідні інші класифікації та інші інструменти.

Позиціонування шпалер у гіпермаркетах здійснюється на основі стандартного [2] розподілу на класи: паперові; вінілові і текстильні на паперовій основі; на основі з нетканих композиційних матеріалів (флізелін) тощо; та з

урахуванням товарознавчої класифікації (колір; малюнок; фактура; щільність; функціональні властивості; види; призначення; виробник тощо).

Одним із дієвих інструментів управління торговельним асортиментом у гіпермаркеті є категорійний менеджмент, який дозволяє зосередити функції управління асортиментом – від закупівлі до реалізації у єдиному центрі відповідальності, який відповідає за весь цикл руху товару. Ключовою ідеєю такого підходу стає розподіл асортименту на складові частини – товарні категорії класифікаційні угруповання, підсистеми, які були розглянуті вище.

Список використаних джерел

1. Єдиний закупівельний словник. ДК 021:2015 (CPV 2008, IDT)/ URL : http://dk21.dovidnyk.info/ (дата звернення 16.04.2020).

2. Шпалери. Технічні умови : ДСТУ ГОСТ 6810:2004 (ЕН 233-89). [Чинний з 2004-01-09]. К. : Держспоживстандарт України 2004. 25 с. (Національний стандарт України).

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Саєнко С.Р.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Світлична А.В.,
кандидат економічних наук, доцент

На сьогоднішній день вектор напряму розвитку світового суспільства напрямлений у бік, де інформація набуває ролі найціннішого активу будь-якої компанії. Причому, в даному випадку мова йде не про звичайні відомості, які допомагають керівництву приймати рішення, а про налагоджену систему, яка безперервно діє на підприємстві. Сьогодні інформація є найважливішим ресурсом і об'єктом управління. Отримання інформації підпорядковано завданням управління та має на меті забезпечити оцінювання та аналіз ринкових процесів для прийняття вірних маркетингових рішень [1].

Інформація – це засіб зменшення невизначеності, що є притаманною стохастичним процесам ринку; вона є знаряддям конкурентної боротьби. Збирання, обробка та зведення інформації представляє собою складову частину загального інформаційно-аналітичного процесу маркетингу [1].

Маркетингова інформаційна система (МІС) – це постійно діюча система підприємства, до якої належать персонал, технічне забезпечення, набір способів та методів для збирання, обробки, аналізу та переробки інформації з різних джерел. Така інформація є підґрунтям для прийняття свідомого, необхідного

рішення менеджерами, маркетологами або безпосередньо керівниками підприємств. Єдиного зразка структури МІС не існує, її пристосовують та розробляють відповідно до стилю роботи, обов'язків та інформаційних потреб осіб, які приймають рішення. Приклад такої структури наведений на рис. 1.

Рис. 1. Структура маркетингової інформаційної системи [1]

Основними методами збирання первинної інформації є опитування, спостереження, експеримент та імітація. Але маркетингові методи давно вже вийшли за певні рамки. Модні тенденції електронної комерції в 2020 році будуть в першу чергу підживлюватися бажаннями та очікуваннями споживачів. Процес взаємодії сучасного покупця з цифровими каналами перейшов на 360 градусів від лінійної моделі до більш складної подорожі по різним онлайн і офлайн сенсорним точкам. В цілому, споживачі звикають до інформаційного шуму і стають більш вибагливі. Достукатися до них можливо шляхом підвищення загального купівельного досвіду і вибудовування «відносин» з брендом[2].

Модні тенденції електронної комерції, які будуть популярні у 2020 році[2]:

1. Штучний інтелект – використовуючи дані, отримані від клієнтів, які ведуть сайти електронної комерції прогнозують, чи виражають їх клієнти будь-які ознаки покупки певного продукту, аналізуючи кількість відвідувань сторінок продукту, коефіцієнти відкриття електронної пошти тощо. Потім ці дані використовуються для створення кращого і позитивного досвіду покупок.
2. Чат-боти – точки зору модної електронної комерції бренди використовують чат-ботів, щоб направляти клієнтів до релевантних пропозицій і продуктів, а також допомагати їм визначати продукти, які їм можуть знадобитися або яких вони потребують – все це націлене на збільшення продажів і доходів.
3. Багатоканальність – такий маркетинг просуває і продає всюди, де клієнти йдуть і купують. Він приносить комерцію в різні канали, такі як соціальні мережі, додатки для обміну повідомлення, торгові майданчики і онлайн-спільноти – всюди, де існує цільова аудиторія.

4. Технологічні інновації – модні fashion e-commerce і звичайні магазини тепер використовують віртуальну реальність, доповнену реальність, технології, що носяться і з'єднані примірочні для залучення клієнтів.

5. SMM (SocialMediaMarketing) – маркетинг, який пов'язаний з «просуванням» товару по соціальним мережам.

Нині не існує єдиного «золотого правила» для розвитку індустрії електронної комерції. Усі напрями та способи комунікування з потенційними споживачами, збору інформації мають своє певне місце на полі маркетингових досліджень. Отже, знову ж таки, модні тенденції електронної комерції в 2020 році будуть в першу чергу підживлюватися бажаннями та очікуваннями споживачів. Їх смаки і переваги визначають тенденції на найближчі роки.

Список використаних джерел

1. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємства – веб-сайт. URL: https://pidruchniki.com/1228112840024/marketing/informatsiyne_zabezpechennya_marketingovoyi_diyalnosti_pidpriyemstva .

2. 5 тенденцій модної електронної комерції в 2020підприємства – веб-сайт. URL:https://marketer.ua/ua/5-fashion-e-commerce-trends-in-2020/

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ОСНОВНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР ПІДПРИЄМСТВА

Тихтило Б.В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
спеціальності 076 Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність, ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Писаренко С.В.,
кандидат сільськогосподарських наук, доцент

Ефективність виробництва характеризується сукупністю показників функціонування галузей, що визначають їх стабільний розвиток і успіх у конкурентній боротьбі на внутрішньому та зовнішньому ринках [2, с. 88].

Для формування загального висновку про ефективність виробничої діяльності підприємства доцільно використовувати комплексну систему показників. Саме тому в західній економічній науці ефективність виробничої діяльності розглядають як складну і багатоаспектну категорію.

Собівартість – це грошовий вираз витрат підприємства на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг) [1, с. 135]. Собівартість основних сільськогосподарських культур ДП «ДГ «Степне» представлена в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка собівартості виробництва основних сільськогосподарських культур ДП «ДГ «Степне» Полтавського району, 2014-2018 рр., грн. 1 ц

Види продукції	Роки					Відхилення 2018 р. у % до 2014 р.
	2014	2015	2016	2017	2018	
пшениця озима	105,6	208,6	249,6	313,6	237,2	224,7
кукурудза на зерно	72,5	166,0	239,9	256,9	240,5	331,8
ячмінь ярий	94,2	174,2	116,8	265,5	278,5	295,6
овес	127,9	109,6	99,5	121,9	144,5	113,0
соняшник	199,3	399,7	646,9	648,7	488,2	244,9
соя	252,9	305,5	666,8	926,6	587,8	232,5

Аналізуючи показники виробничої собівартості можна зробити наступні висновки. Даний показник майже по всіх видах продукції рослинництва зріс. Підвищення собівартості відбулося внаслідок зростання цін на паливно-мастильні матеріали. Найвищий показник припадає на виробництво соняшнику – 488,2 тис. грн у 2018 р., та лише 199,3 тис. грн у 2014 р. На другому місці показник виробничої собівартості по виробництву сої та становить 587,8 тис. грн, кукурудзи на зерно – 278,5 тис. грн, що більше за 2014 р. в тричі.

Отримання прибутку є основною метою будь-якої підприємницької діяльності. Від розміру отриманого прибутку залежать формування власного капіталу, виконання зобов'язань перед бюджетом, фінансування інвестицій, а також платоспроможність підприємства. [4, с. 338]. Прибутковість основних видів продукції рослинництва ДП «ДГ «Степне» представлена в табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка прибутковості виробництва основних сільськогосподарських культур ДП «ДГ «Степне» Полтавського району, 2014-2018 рр.

Культури	Роки					Відхилення 2018 р. до 2014 р. +,-
	2014	2015	2016	2017	2018	
у тому числі: зернові та зернобобові - всього	2775,0	2837,0	2726,0	3564,0	6826,0	4051,0
з них: пшениця озима	1378,0	860,0	789,0	981,0	2543,0	1165,0
кукурудза на зерно	894,0	1266,0	1091,0	1296,0	2607,0	1713,0
ячмінь ярий	87,0	229,0	653,0	498,0	1485,0	1398,0
горох	414,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-414,0
овес	2,0	0,0	63,0	89,0	36,0	34,0
інші зернові та зернобобові	0,0	482,0	130,0	577,0	155,0	155,0
соняшник	1202,0	1857,0	2920,0	2170,0	3158,0	1956,0
соя	601,0	627,0	1457,0	218,0	2319,0	1718,0

Провівши аналіз показників прибутковості слід відмітити, що найвищий прибуток підприємство отримує від виробництва соняшнику, так у 2014 р. показник становив 1202,0 тис. грн, а в 2018 р. спостерігається стрімке зростання

даного показника до 3158,0 тис. грн, що вище на 1956,0 тис. грн. На другому місці прибуток по виробництву кукурудзи на зерно – 2607,0 тис. грн і 2018 р. проти 894,0 тис. грн. у 2014 р. Третє місце посідає прибуток з виробництва озимої пшениці та 2018 р. він с складає 2543,0 тис. грн. виробництво сої також є прибутковим, про що говорить його зростання на 1718, 0 тис. грн. Від виробництва гороху підприємство відмовилося іще з 2015 р.

Для об'єктивної оцінки ефективності роботи підприємства недостатньо знати лише абсолютну величину отриманого прибутку. Необхідно володіти інформацією щодо його прибутковості (дохідність, рентабельність), тобто вивчати відносні показники ефективності діяльності.

Рентабельність – це співвідношення прибутку з понесеними витратами (один із основних показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності, який характеризує інтенсивність їх роботи) [3, с. 223]. Непочатенко О. О. означає прибутковість підприємства і визначається шляхом зіставлення прибутку або валового доходу з витратами або невживаними ресурсами.

З проведеного аналізу показників табл. 3 можна зауважити на наступному. Рівень рентабельності виробництва основних сільськогосподарських культур за досліджуваний період по деяким пунктам має тенденцію до зниження, хоча несе і позитивний характер.

Таблиця 3

Динаміка рентабельності виробництва основних сільськогосподарських культур ДП «ДГ «Степне» Полтавського району, 2014-2018 рр.

Культури	Роки					Відхилення 2018 р. до 2014 р. +,-
	2014	2015	2016	2017	2018	
пшениця озима	58,1	20,9	32,7	22,1	97,0	38,9
кукурудза на зерно	293,1	65,5	35,7	40,2	49,6	-243,5
ячмінь ярий	170,6	38,4	157,3	32,8	71,3	-99,3
овес	66,7	0,0	331,6	58,6	225,0	158,3
соняшник	85,2	72,3	29,0	37,9	68,2	-17,1
соя	80,3	211,1	30,7	5,5	57,8	-22,5

Так найвищий рівень рентабельності по виробництву вівса у 2018 р. 225,0%, на рівні 2014 р. показник зріс на 158,3 в.п. На другому місці рентабельність виробництва озимої пшениці 97,0 % у 2018 р., що вище за 2014 р. на 38,9 в.п.

Ярий ячмінь за зростанням рівня рентабельності находиться на третьому місці, та становить 71,3 %. Соняшник – 68,2 %, соя 57,8 %. Рентабельність кукурудзи на зерно у 2018 р. становить 49,6 %, а в 2014 р. 293,1 %, в даному випадку відбулося стрімке падіння показника.

Отже провівши аналіз економічної ефективності виробництва основних сільськогосподарських культур слід відмітити наступне. Підприємство ДП «ДГ «Степне» Полтавського району, в умовах сьогодення розвивається досить активно, але щоб відбувалося більше зростання економічної ефективності вироб-

ництва, йому необхідно звернути особливу увагу на інтенсивний розвиток сільського господарства, який базується на широкому впровадженні в усіх його галузях комплексної механізації і автоматизації виробництва, що є основою підвищення його економічної ефективності.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: 2-ге вид., допов. і перероб. К.: КНЕУ, 2002. 624 с.

2. Калінчик М.В. Методичні та практичні аспекти економічної оцінки ресурсозберігаючих технологій у сільському господарстві. Економіка АПК. 2013. № 11. С. 86-91.

3. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств : підручник. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 504 с.

4. Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: Навч. Посібник. К.: КНЕУ, 2006. 526 с.

ПІДЗАКОННИЙ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИЙ АКТ: ПОНЯТТЯ ТА ОЗНАКИ

Кузьменко В.В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Осташова В. О.
кандидат юридичних наук, доцент

Значна частина вчених у своїх працях звертали увагу на дослідження підзаконних нормативно-правових актів, тлумаченню поняття, їх основних та специфічних ознак, видів тощо. Не дійшовши одностайності, дискусії щодо зазначених теоретико-правових положень продовжуються й сьогодні.

У юридичній літературі практично не існує розбіжностей у розумінні терміну підзаконний нормативно-правовий акт, проте все ж таки інколи думки науковців різняться. Та найчастіше цей термін тлумачать, як акт, що приймається уповноваженими суб'єктами нормотворчості на основі закону та не повинен йому суперечити [1, с. 93]. Щоб побачити ці розбіжності розглянемо деякі варіації тлумачення цього поняття. За С. С. Алексєєвим підзаконний нормативний акт – це «нормативний юридичний акт компетентного органу, який оснований на законі та закону не суперечить» [2, с. 452]; за О. Ф. Скакун – це акт, який видається відповідно до закону, на підставі закону для конкретизації законодавчих розпоряджень та їх трактування або встановлення первинних норм [3, с. 489]; за Л. М. Горбуновою – «збірна юридична категорія, яка виражає одну загальну властивість великої, найбільшої за кількісним складом групи норма-

тивно-правових актів, що видаються суб'єктами виконавчо-розпорядчої діяльності в Україні, згідно з якою їх зміст повинен ґрунтуватися на положеннях закону і йому не суперечити» [4, с. 13].

Сформулювати поняття підзаконного нормативно-правового акту можна шляхом виявлення його основних ознак та особливих характерних рис. До загальних ознак можна віднести: зовнішнє формальне вираження; видання компетентними органами; публічно-владний характер; юридичну силу; обов'язковість виконання тощо. До специфічних ознак належать: відмінність у суб'єктах видання; наявність державно-владних повноважень, а в актах місцевого самоврядування ще й самоврядні повноваження; порядок прийняття та зовнішню форму; публічно-владний характер цих актів [6, с. 113].

Різниця у визначенні ознак підзаконних нормативно-правових актів залежить від того, які його ознаки науковці вважають істотними, суттєвими, невід'ємними, характеризують його найбільш повно [5, с. 18]. До прикладу, В. О. Лисенко, І. С. Крамський, Н. О. Рязанова серед ознак підзаконних нормативно-правових актів розрізняють: офіційний характер, вольовий зміст, ієрархічність, нормативність, прийняття уповноваженим органом у рамках відповідної процедури, об'єктування в установленій законом формі, наявність певної структури, регулювання суспільних відносин, гарантованих примусовою силою держави [7, с. 208].

Л. М. Легін наголошує, що ознаки нормативно-правових актів тісно пов'язані з ознаками норми права, та виділяє: 1) нормативність; 2) загальність; 3) спрямованість на регулювання суспільних відносин; 4) прийняття уповноваженими на те органами, посадовими особами чи народом у суворо визначеному порядку; 5) відповідність вимогам юридичної техніки щодо змісту і форми; 6) часові, просторові та суб'єктні межі дії [8, с. 25].

Отже, можна зробити висновок, що існуючі поняття підзаконного нормативно-правового акту дещо різняться між собою, але головне ядро цього поняття є незмінним. Підзаконний нормативно-правовий акт являє собою офіційний письмовий документ уповноваженого органу виконавчої влади, створений на підставі Конституції та законів України, який містить у собі або змінює чи скасовує норми права, створюється у встановленому законодавством порядку із застосовуванням спеціальних засобів нормотворчої техніки. Серед основних ознак нормативно-правового акту можна виділити: державний характер; обмеженість кола суб'єктів спеціально уповноваженими на те державою органами; необхідність дотримання вимог щодо змісту, форми і процедури прийняття; містять правові норми.

Список використаних джерел

1. Гетьман Є. Підзаконний нормативно-правовий акт: поняття, ознаки, функції, види. *Вісник Національної академії правових наук України*. 2014. № 2. С. 92-100. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/vapny_2014_2_11 (дата звернення: 20.03.2020).

2. Алексеев С. С. Общая теория права : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. Москва:ТК «Велби» : Проспект, 2008. 576 с.

3. Скакун О. Ф. Теорія держави і права (Енциклопедичний курс) : підручник: Еспада, 2006. 776 с.

4. Горбунова Л. М. Підзаконні нормативно-правові акти: організаційно-правові питання забезпечення законності : автореф. дис. … канд. юрид. наук : 12.00.07. Київ, 2005. 21 с.

5. Кудрявцев І. О. Поняття та ознаки підзаконних нормативно-правових актів. *Правова держава.* 2016. № 24. С. 16-22. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Prav_2016_24_5 (дата звернення: 20.03. 2020).

6. Кудрявцев І. О. Наукові підходи до поняття підзаконного нормативно-правового акта в окремих сферах та галузях права. *Lex portus.* 2017. № 2. С. 110-119. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/LP_2017_2_12 (дата звернення: 20.03. 2020).

7. Лысенко В. А., Крамской И.С., Рязанова Н.А. Особенности нормативно-правового акта как источника российского права. *Вестник экономики, права и социологии*. 2015. № 4. С. 204-208. https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-normativno-pravovogo-akta-kak-istochnika-rossiyskogo-prava (дата звернення: 20.03. 2020).

8. Легін Л. МНормативно-правовий акт: поняття та система ознак. *Право і суспільство.* 2016. № 2. С. 21-26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pis_2016_2_6 (дата звернення: 20.03. 2020).

ДОТРИМАННЯ ЕТИЧНИХ НОРМ АДВОКАТАМИ ПРИ СПІЛКУВАННІ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Нікітенко А.В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Осташова В. О.
кандидат юридичних наук, доцент

Адвокатська діяльність розвивається з досить швидкими темпами і цьому сприяють соціальні мережі. Завдяки ним вони висловлюють думку стосовно політики, реформ, нормативних актів, тим самим публічно виявляють своє ставлення до цих питань.

Деонтологічна сторона життя та діяльності адвокатів регламентується Законом України «Про адвокатуру та адвокатська діяльність» від 05 липня 2012 р., в якому закріплено основні принципи їх роботи, встановлено обов'язок дотримуватися правил адвокатської етики, визначено види відповідальності за порушення зазначених у акті вимог [1]. Згодом унормування етики спілкування адвокатів України у Інтернеті з'явилося з новою редакцією Правил адвокатської

етики від 09.06.2017 р. В яких були чітко зазначені критерії адвокатів, якими вони мають володіти [2].

Саме внесення змін до правил поводження адвокатів в інтернеті заклало фундамент активним дискусіям, щодо вірності та правильності цих змін. Кожен з адвокатів має свою точку зору щодо цього питання, але все ж таки кожен зробив свій висновок.

Соціальні мережі характеризуються не лише наявністю великої кількості позитивних можливостей для адвокатів, але й не меншою кількістю загроз.

Прикладом може бути резонансна справа Саєнко-Левченко, яка набула великого розголосу в країні. Але не менш відомим у цій справі був адвокат Д. С. Семеха, котрий у своєму пості досить не етично висловив свою думку стосовно полтавського суду. Відповідно до ст. 43 Правил адвокат не повинен залишати без уваги порушення закону, нетактовне і зневажливе ставлення суду та інших учасників процесу до свого клієнта. Нажаль, цей адвокат взагалі не дотримався цих правил. Пост Д. С. Семехи формує негативне ставлення до судової системи та підриває авторитет інституту адвокатури.

Присутня напруга була і в сумнозвісній справі Зайцевої і Дронова у Харкові, де в результаті ДТП загинуло шість осіб: «У справі #ЗайцеваДронов пройшло більше 60 судових засідань та більше 2 років до першого (але, нажаль, не останнього) вироку. Тут, мабуть, прагнуть перевищити взяту висоту та піти на рекорд». Цей текст містить велику кількість оціночних суджень, з якими ми можемо не погоджуватися, але на які адвокат безперечно має право. Проте, порушення етичних норм адвокатом – це не лише використання лайливих слів, а й, наприклад, прояв нестриманості і некоректності (ст. 45 Правил).

Адвокат не є пасивним спостерігачем, він є творцем національної політики. Звичайно, участь в обговоренні законопроектів не можу бути не присутня в сторінках адвокатів.

Наприклад, досліджуючи сторінку голови Ради адвокатів м. Києва І. В. Рафальської, можна засвідчити про небайдужість автора до професійних питань, наприклад, змін у законодавстві, до проблем столиці, до діяльності органів державної влади.

Керуючий партнер адвокатського об’єднання «Barristers» О. С. Шевчук напевно через надмірну зайнятість, не є надто активним дописувачем на своїй сторінці у Facebook. Але О. С. Шевчук інколи у соціальних мережах проявляє агресивність, порушуючи норми адвокатської етики.

Колега О. С. Шевчука та партнер того ж адвокатського об’єднання «Barristers» І. С. Новіков є напрочуд активним дописувачем у соцмережах. Під його постами у Facebook завжди точаться серйозні баталії, зважаючи на багатонаціональність коментаторів та різність їх політичних уподобань. Проте сам автор ніколи не вступає у полеміку, чим, на нашу думку, тільки виграє. Сам пан Новіков говорить, що доводити щось комусь – це його робота, яку він здійснює у залі суду, а топу поза його стінами не вважає за потрібне витрачати свої сили.

24 грудня 2019 р. гучний скандал розгорівся навколо адвоката Юлії

Кузьменко, яку звинувачують у причетності до вбивства журналіста Павла Шеремета, В. В. Добоша. Останній не стримав емоцій та бурхливо, з використанням лайливих слів на адресу правовохоронних органів та суддів, відреагував на судове рішення. При цьому в численних інтерв'ю, які давав адвокат, він не жалкував про висловлені образи. Аналіз контенту сторінки В. В. Добоша у мережі Facebook свідчить про вміння автором керувати своїми емоціями при формуванні постів та коментарів у обговоренні.

Адвокатські спільноти також присутні мережі Facebook. Найпопулярнішою та найчисельнішою є неформальна група «Рада адвокатів України», адміністратором якої є згадувана вище І. В. Рафальська. Вона налічує майже 54,5 тис. підписників. Кожного дня в ній публікується близько 60 нових постів.

Фахівці вважають, що в Україні наразі мало якісних юридичних профілів у соціальних мережах. Відповідальні за їх ведення економлять на SMM-фахівцях, покладаючись на власні трудові ресурси, не звертаються за допомогою у професійній розкрутці та наповненням високоякісним контентом. Етика ж спілкування адвокатів часто не відповідає нормам професійної етики.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність» від 05.07.2012 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2013. № 27. Ст. 282. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5076-17 (дата звернення: 01.04.2020).

2. Правила адвокатської етики затверджені Звітно-виборним з’їздом адвокатів України 2017 року від 09.06.2017 р. URL: https://unba.org.ua/assets/uploads/legislation/pravila/2017-06-09-pravila-2017_596f00dda53cd.pdf (дата звернення: 01.04.2020).

АНАЛІЗ І ВИБІР КРИТЕРІЇВ ІДЕНТИФІКАЦІЇ СЕНПОЛІЙ

Дмитренко О.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Калашник О.О.,
кандидат технічних наук, доцент

Ідентифікаційна діяльність здійснюється за певними критеріями. Завдання встановлення критеріїв і проведення досліджень за ними полягає у визначенні й порівнянні властивостей (показників) дослідних об’єктів. Критерій ідентифікації – ознака конкретного товару, яка придатна для встановлення його відповідності (тотожності) зразку, інформації в товаросупровідних документах, вимогам нормативним, технічним, а також приналежності до групи однорідних товарів [1].

Розглянемо перелік ознак на прикладі такого об’єкту дослідження як сенполія (Saintpaulia) – поширена кімнатна рослина, відома у квітникарстві також під назвою узамбарська фіалка. Існуючу величезну кількість сортів сенполій поділяють на кілька груп за різними ознаками [2].

Для побудови алгоритму ідентифікації нами були визначені та проаналізовані ознаки сенполій, за якими можна розпізнати досліджувані об’єкти ідентифікації [3]. Їх можна згрупувати таким чином:

– зовнішній вигляд – форма і габарити рослини;

– ознаки квітки: довжина квітконосу, тип, розмір та форма квітки, поверхня пелюсток, основний колір квітки та розташування іншого кольору;

– ознаки листової пластини: розмір, тип, текстура, поверхня, основний колір, колір і тип зворотного боку, тип жилкування.

Аналіз інформаційних джерел дав змогу охарактеризувати ці ознаки (параметри) ідентифікації [4-10]:

За формою і габарити сенполії поділяють на групи за діаметром розетки: до 6 см – mM (Microminiature) мікромініатюрні; від 10 до 15 см – M (Miniature) мініатюрні; від 15 до 20 см – Sm (Semiminiature) напівмініатюрні; від 20 до 40 см – S (Standard) звичайні або стандартні; віл 40 до 60 см –L (Large) крупна [7].

Залежно від кута нахилу квітконосів по відношенню до горизонтальної площини розрізняють: міцні (висхідні) – 45-90°; прилягаючі (відхилені) – 0-45° квітконоси.

Тип квіток сортів сенполій розрізняють залежно від ступеню махровості або за кількістю пелюсток:

– прості – 1 ряд пелюсток;

– махрові – 2 і більше повноцінних рядів пелюсток, кількість пелюсток перевищує 10, вони закривають собою тичинки;

– напівмахрові – проміжний варіант, має або 5 і менше 10 пелюсток, найчастіше 7-8, добре видно тичинки;

– гребінцеві – тип напівмахрових сенполій, при якому крім п'яти пелюсток є ще 1-3 додаткових недорозвинених;

– гвоздики – квітки схожі на махрові, більші за розміром, з великою кількістю пелюсток на квітконосі.

Розмір квітки – діаметр квітки, що вимірювали звичайною лінійкою. За розміром квітки сепполії поділяють на наступні групи: до 2 см – дрібноквіткові; від 2 до 4 см – середньоквіткові; від 4 до 6 см – великоквіткові; більше 6 см – особливо великоквіткові.

Форма квітки може бути наступною:

– анютка (Pansy) – найпростіша і ближча до природної форма квітки, в кожному ряду верхні дві пелюстки менше, ніж нижні три; в основі пелюстки з’єднані між собою;

– зірка (Star) – п'ять пелюсток злегка загострено і мають рівний розмір; може бути напівподвійною (напівмахровою) і подвійною (махровою);

– дзвоник (Bell) – має своєрідну форму, що нагадує дзвоник, і навіть злегка звисають вниз, і при цьому не повністю розкриваються;

– оса (Wasp) – має незвичайну форму: дві верхні пелюстки невеликі і вузькі, порівняно з трьома нижніми, верхні пелюстки прагнуть заломитися [5-7].

Основний колір відіграє велике значення для проведення ідентифікації сенполій. Для всієї колірної гами сортів використовується термінологія позначення забарвлень пелюсток фіалок, наприклад B (Blue) – блакитна, синя [2]. За цією ознакою сенполії класифікують на одно-, дво- та багатотонове забарвлення. Використовують лише поширені назви кольорів у поєднанні із словами блідий, світлий, темний, яскравий. На квітках сенполій можуть бути розташовані і інші кольри.

Краї пелюстки квітки сенполії можуть бути хвилястими, виїмчастими та торочкуватими [5-7].

Особливими ознаками ототожнення сенполій є тип листової пластини, її форма та забарвлення. Сенполії можуть мати такі *типи листової пластини*, причому кожен має свій номер,наприклад, 1 – довгі або павукоподібні (Longifolia або Spider) вузькі загострені ремінеподібні листя, як з гладкими, так і хвилястими краями, зустрічаються не дуже часто. Окрім того листові пластини відрізняються такими показниками як текстура (стьобана (quilted), пухирчата); поверхня (глянсова або матова), опушеність, тип жилкування («ялиночка», клекемас) [8-9].

Основний колір листової пластини у сенполій може бути: яскраво-зелені; середньо-зелені; темно-зелені іноді майже чорні або темно-коричневі. *Колір і тип зворотного боку* буває від майже білого і сріблястий-зеленого, світло-зеленого, рожевого до темно-пурпурового, лілового з пурпуровими або фіолетовими плямами на зеленому тлі тощо.

Завжди яскраво і незабутньо виглядають сенполії, що мають строкате листя. *За типом строкатості* сенполії поділяють на:

– спонтанна строкатість – самий нестійкий вид, може проявитися на одному або декількох листках рослини; може проявлятися від нестачі поживних речовин для нормального розвитку фіалки;

– облямовуюча строкатість зустрічається найчастіше, коли безхлорофільні ділянки більшою мірою зосереджені по краю листа і в меншій мірі в його центральній частині;

– крона строката з’являється тоді, коли на рослині молоде листя майже позбавлене хлорофілу, але з віком вони зеленіють;

– мозаїчна строкатість зустрічається рідше, безхлорофільні ділянки розкидані по всій листовій пластині і у поєднанні із зеленими областями створюють мозаїчний малюнок;

– химерна строкатість є екзотичною формою; на відміну від попередніх типів, які легко передаються при розмноженні живцем, химерна строкатість навіть при розмноженні пасинком не завжди передається [8-10]..

Кольори строкатості: білий; кремовий; жовтий; рожевий [10].

Таким чином, нами були визначені та проаналізовані ознаки класифікації сенполій, за якими можна розпізнати досліджувані об'єкти ідентифікації.

Список використаних джерел

1. Титаренко Л.Д., Павлова В.А. Ідентифікація та фальсифікація продовольчих товарів: конспект лекцій. URL: https://studfile.net/preview/5424152/. (дата звернення: 25.03.2020).

2. Сенполия – классификация типов и форм. URL: https://fialka.tomsk.ru/14-materials/214-classifier. (дата звернення: 25.03.2020).

3. Полікарпов І.С., Закусілов А.П. Ідентифікація товарів : підручник. К : Центр навчальної літератури, 2005. 344 с.

4.Классификация сенполий. URL: https://www.supersadovnik.ru/text/klassifikaciya-senpolij-1003612. (дата звернення: 26.03.2020).

5. Сенполии, классификация. URL: http://dimetris.com.ua/. (дата звернення: 26.03.2020).

6. Полная классификация видов и сортов Фиалок (Сенполий). URL: https://flowersadvice.ru/komnatnye-rasteniya/dekorativnocvetushhie/fialka-vidy-sorta-photo.html. (дата звернення: 23.03.2020).

7. Классификация узамбарской фиалки. URL: https://fialka65.ucoz.ru/publ/katologi_fialok/kak_sistematizirovat_uzambrskie_fialki/4-1-0-4. (дата звернення: 23.03.2020).

8. Поговорим о Листьях. URL: http://www.donnaflora.ru/?a=15. (дата звернення: 25.03.2020).

9. Классификация листьев сенполий. URL: http://www.fialki.ru/node/12552. (дата звернення: 25.03.2020).

10. Строкатість. Типи строкатості. URL: http://fialkalviv.ukrbb.net/viewtopic.php?f=11&t=551. (дата звернення: 25.03.2020).

ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ПАПЕРУ ЗА РАХУНОК ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ СИРОВИНИ

Чергінець С.А.
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Михайлова О. С.,
кандидат економічних наук, доцент

Однією із проблем підприємств целюлозно-паперової промисловості в Україні є нестача сировинних ресурсів [1]. Науковцями встановлено, що основ-

ними джерелами сировини для отримання волокнистих напівфабрикатів є такі групи (таблиця 1).

Таблиця 1

Характеристика джерел сировини для отримання волокнистих напівфабрикатів [складено за джерелами 2-3]

№ з/п	Група джерел	Представники, джерела	Характеристика
1	Деревина хвойних порід	Ялина, сосна, ялиця, модрина	Має довгі волокна, застосовують для виробництва міцного паперу
2	Деревина листяних порід	Береза, осика	Більш короткі волокна, тому має гірші механічні властивості, проте швидко відновлюються
3	Стебла однорічних рослин, енергетичні культури рослин	Солома злакових культур, очерету, багасса (віджата цукрова тростина), сорго, міскантус, гірчак гострокінцевий	Волокна невеликої довжини і містять клітини не волокнистої будови
4	Луб'яні волокна рослин і відходи бавовняного виробництва	Льон, технічні коноплі, джут, кенаф, абака, бамбук	Волокна мають високу міцність, велику довжину
5	Ганчіркова напівмаса	Відходи текстильного виробництва, які сортуються за типом волокон: прядивне, бавовняне, лляне	Використовують для виробництва спеціальних високоміцних видів паперу
6	Макулатура	Задрукована і не задрукована макулатура	Використовують для виробництва газетного паперу та картону

Україна як держава з розвиненим сільським господарством вирощує зернові та технічні культури, з яких після їх переробки кожного року утворюється значна кількість побічних волокнистих сировинних продуктів, придатних для виробництва паперу й картону. На жаль, у нас в крані не розробляють прогресивні інноваційні проекти в целюлозно-паперовій промисловості. Проте, у Національному технічному університету «КПІ» розробили технологію виготовлення екологічно чистого паперу з соломи. Також Дослідна станція луб’яних культур разом з Асоціацією «Українські технічні коноплі» провели Всеукраїнський галузевий майстер-клас із вирощування, перероблення та використання технічних конопель. Однією з галузей, які можуть використовувати цю сировину, є целюлозно-паперова (виготовлення високоякісного офісного паперу, картону, паперу для цигарок). Але для реалізації масового виробництва цього інноваційного виду паперу необхідно створити сучасний завод з виробництва целюлози (для наявного устаткування така технологія неможлива) [4].

Країни, які не мають значних запасів деревини, до яких відноситься і Україна, перспективним напрямом вирішення цієї проблеми вбачають використання для виробництва паперу й картону недеревної рослинної сировини. Світовими лідерами з використання у целюлозно-паперовій промисловості відходів сільського господарства та однорічних рослин є Китай (виробляє папір із рисової соломи), Індонезія, Австралія, Південна Корея, Індія, Японія [1]. Лідер-

ство зазначених країн зумовлене перспективними науковими розробками інноваційних продуктів целюлозно-паперової галузі.

Виконані багаточисельні дослідження з виділення целюлози із різноманітних джерел недеревної сировини: однорічних рослин, сільськогосподарської сировини, швидкорослих рослин та іншої целюлозовмісної сировини.

У розвинених країнах вже виробляють та реалізовують папір для друку із целюлози, що виготовляють із різноманітної сировини. Аналіз інформаційних джерел дав змогу згрупувати цей промисловий асортимент паперу для друку та подати його у вигляді таблиці 2.

Таблиця 2

Промисловий асортимент паперу із недеревної сировини [складено автором за джерелами 5-8]

Компанія	Асортимент паперу	Джерело отримання целюлози
Double A International Network Company	Double A, Smart Copy, Smartist	Із гібридних евкаліптів
Arjowiggins Graphic	Conqueror Connoisseur	Із додаванням бавовняних волокон
Gmind	Гмунд Коттон	
Ecopaper		Із листя бананів, манго, кофе
Arjowiggins Creative Papers	Conqueror Bamboo	із бамбуку
Nature's Paper (Сінгапур)	Nature's Paper	Із соломи пшениці
New Leaf Paper		Із бананових і пальмових волокон
Celulosa de Levante S.A. – Celesa (ІспанІя)		Із рисової соломи, льону та коноплі
Papeteries de Maudit s A.S. та Papeteries de Saint Girons (Франція) концерну Schweitzer-Maudit International, Inc.	Папір для друку 35 г/м^3, офсетний папір	Із льняного волокна
	Тонкий легкий папір для друку	
Turkiye Seluloz ve Kagit Febrikalari A.S. – SEKA Kastamonu Mill		Із конопель
RAPID NL b.v. (Голландія)		
Cartiera Magnani 2000 SPA (Італія)		Із бавовни та іншої високоякісної сировини
Papierfabrik Hainsberg (Німеччина)	Lettura Ecology Paper	Із макулатури
Arjowiggins Graphic (Франція)	Eural, Maine Gloss Green і матова Satimat Green	
Fabryka Papieru Spólka z o.o. w D?browicy (Польща)		
Fedrigoni (Італія)	Materica	Суміш 40% – термомеханічної, 25% – чистої целюлози, 20% – вторинних волокон
Cartiera Rossi SPA, Cartiera del Maglio SPA (Італія)		Суміш целюлози в поєднанні з льоном, коноплями та іншими луб’яними рослинами
Favini (Італія)	Crush	Суміш 15% органічних матеріалів – кукурудзи, оливок, апельсинів, ківі, мигдалю, фундука та кавових зерен; 30% –вторинної переробки

Отже, переглянувши нове в асортименті паперу для друку, бачимо, що світові виробники удосконалюють технологію виготовлення паперу та знаходять нову сировину, задля того, щоб папір мав кращі споживні властивості, невисоку ціну, ширший асортимент та був екологічно чистим.

Список використаних джерел

1. Дунська А.Р., Панасюк Т.П. Тенденції інноваційних процесів у целюлозно-паперовій галузі України. URL: http://global-national.in.ua/archive/11-2016/73.pdf. (дата звернення: 30.03.2020).
2. Сырье для производства бумаги. URL: https://msd.com.ua/laki-kraski-bumaga/syre-dlya-proizvodstva-bumagi/. (дата звернення: 29.03.2020).
3. Руководство по охране окружающей среды, здоровья и труда для целлюлозно-бумажной промышленности. URL: http://documents.worldbank.org/curated/en/754951489669192470/pdf/113557-WP-RUSSIAN-Pulp-and-Paper-Mills-PUBLIC.pdf. (дата звернення: 30.03.2020).
4. Тенденції інноваційних процесів у целюлозно-паперовій галузі України. URL: file:///C:/Users/Admin/Desktop/%D0%94%D0%98%D0%9F/73.pdf. (дата звернення: 03.04.2020).
5. Экологически чистая бумага Lettura Ecology Paper. URL: https://officepro.com.ua/news/84.html. (дата звернення: 30.03.2020)
6. Пополнение ассортимента собственного импорта. Бумага Double-A. URL: https://ak.ua/blog/popolnenie-assortimenta-sobstvennogo-importa-bumaga-double-a. (дата звернення: 30.03.2020)
7. Экологичные материалы в полиграфии URL: https://compuart.ru/article/24. (дата звернення: 30.03.2020).
8. Завод по производству целлюлозы из конопли URL: http://tku.org.ua. (дата звернення: 30.03.2020).

ЗАСТОСУВАННЯ АГРАРНОЇ РОЗПИСКИ, ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМКІВ МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Папірник Д.А.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник - Михайлова О.С
кандидат економічних наук, доцент

Поняття «аграрна розписка» вперше з’явилася в українському законодавстві саме у зв’язку прийняттям Закону України «Про аграрні розписки» (далі – Закон) від 06.11.2012 р., який набув чинності 19 березня 2013 року [1]. Саме

цим законом для аграріїв було запроваджено новий механізм залучення коштів для ведення агробізнесу – аграрні розписки.

Закон виділяє два види аграрних розписок: товарну та фінансову. Під товарною аграрною розпискою Закон розуміє таку аграрну розписку, що встановлює безумовне зобов'язання боржника за нею здійснити поставку узгодженої сільськогосподарської продукції, якість, кількість, місце та строк поставки якої визначені аграрною розпискою (ст. 3 Закону). У свою чергу, фінансовою аграрною розпискою визнається така аграрна розписка, що встановлює безумовне зобов'язання боржника сплатити грошову суму, розмір якої визначається за погодженою боржником і кредитором формулою, з урахуванням цін на сільськогосподарську продукцію у визначеній кількості та якості (ст. 5 Закону) [1].

Відповідно до Закону, «механізмом кредитування» за допомогою аграрних розписок можуть скористатися лише ті аграрії, яким на праві власності або на відповідному речовому праві належить земельна ділянка сільськогосподарського призначення.

Також необхідно відзначити, що аграрна розписка незалежно від виду, підлягає обов'язковому нотаріальному посвідченню та не може бути знерухомлена, тобто переведена у бездокументарну форму. З одного боку, нотаріальна форма аграрної розписки зміцнює впевненість учасників операції в її законності, непорушності дійсності, а з іншого – дорожчанню такого механізму, адже аграрій або кредитор (залежно від того, як останні домовляться) повинні будуть заплатити 1 % податку від вартості цієї розписки. В нинішніх умовах навіть 1 % інколи може стати перепоною для укладання правочину та, відповідно, зменшити привабливість використання аграрної розписки агровиробниками. Аграрну розписку можна видавати під земельну ділянку, яка має кадастровий номер і належним чином зареєстрована. Аграрну розписку можна видавати під всю земельну ділянку або її частину, за домовленістю сторін. Однак, відповідно до Закону України «Про аграрні розписки» розмір застави, тобто майбутній врожай, повинен бути не меншим за розмір зобов'язання за аграрної розписки.

Вартість оформлення аграрної розписки у нотаріуса визначається за домовленістю сторін і буде залежати від вартості аграрної розписки, а також обсягу документів, із якими буде працювати нотаріус. Розмір плати, яка справляється за вчинення нотаріальних дій приватними нотаріусами, не може бути меншим від розміру ставок державного мита, яке справляється державними нотаріусами за аналогічні нотаріальні дії. Державне мито за посвідчення аграрної розписки становить 0,01 % предмета застави, але не менше 5 і не більше 50 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Крім нотаріальних послуг, потрібно за внесення запису до Реєстру аграрних розписок.

Так, сторонами правовідносин можуть бути безпосередньо аграрії, дистриб'ютори та трейдери. Як правило, дистриб'ютори надають аграріям товари, необхідні для вирощування продукції (насіння, добрива, засоби боротьби зі шкідниками тощо) [3].

Якщо, дистриб'ютору, якому первісно видається аграрна розписка (у разі видачі саме товарної аграрної розписки), не потрібна сільськогосподарська продукція (для нього цінність мають кошти, які він бажає отримати за той товар, що був наданий аграрію).

Подібна схема взаємовідносин надає аграрію суттєву перевагу над кредитом у тому, що зобов'язання з поставки товару або сплати коштів у будь-якому разі прив'язано до збору урожаю. А у разі неврожаю дата виконання зобов'язань за погодженням з кредитором може бути перенесена на наступний маркетинговий рік.

Як превага аграрної розписки є те, що обмежень щодо строку дії її законодавством не передбачено. Строк дії аграрної розписки визначається за домовленістю сторін. Оскільки, як правило, аграрна розписка видається для поповнення обігових коштів, – це короткострокове кредитування.

Резюмуючи зауважимо, що аграрні розписки можуть стати для малого агробізнесу саме тим інструментом, який допоможе подолати системну кризу у сфері виробництва та збуту сільськогосподарської продукції, відкриє нові можливості для розвитку аграрної галузі.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про аграрні розписки» від 6 листопада 2012 р. № 5479-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5479-17 (дата звернення: 1.10.2019).

2. Про державну підтримку сільського господарства України : Закон України від 24. черв. 2004 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15 (дата звернення: 3.10.2019).

3. Державна підтримка підприємств АПК: веб-сайт. URL: https://agro.me.gov.ua/ua (дата звернення: 12.03.2020).

ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Коваленко Б.Т.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Шульженко І.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Важливість прийняття управлінських рішень для сучасного підприємства важко переоцінити. Тому що від того, які саме управлінські рішення розробляються і реалізуються, залежить поточна та перспективна конкурентоспроможність підприємства, ефективність діяльності в ринковому середовищі. Ідеальних управлінських рішень, які влаштовували б усі зацікавлені сторони без

виключення, не існує. На практиці досить рідко зустрічаються ситуації, в яких те або інше рішення керівника не мало б ніяких негативних наслідків. Кожне рішення повинне врівноважувати суперечливі цінності, цілі і критерії як працівників та керівництва підприємства, так і суспільства в цілому.

Окрім цього, прийняття рішення – це і психологічний процес, а оскільки поведінка людини не завжди є логічною, то способи прийняття та ухвалення управлінських рішень варіюються від спонтанних та інтуїтивних до високотехнологічних. Керівник, який приймає рішення, як правило, знаходиться під впливом таких психологічних чинників, як досвід (власний і колег), соціальні установки, особисті цінності тощо [1,с.42].

Одним з актуальних та важливих аргументів, на який повинен спиратися сучасний керівник при прийнятті управлінських рішень, є врахування принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Слід визначити, що корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність тих, хто приймає управлінські рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Науковцями визначається, що соціальна відповідальність – це концепція, що заохочує підприємства враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив його діяльності на споживачів, стейкохолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства [2, с.90].

У зовнішньому середовищі соціально-екологічна відповідальність тісно пов'язана з етичними нормами бізнесу, які доповнюють систему природоохоронних норм і вимог, встановлених в законодавстві. У внутрішньому – це прийняття відповідних управлінських рішень, які запроваджують етичні принципи відношення керівництва до персоналу підприємства, працівників до свого оточення тощо.

Треба зазначити, що зовнішня складова соціально-екологічної відповідальності тісно пов'язана з етичними нормами бізнесу, які доповнюють систему природоохоронних норм і вимог, встановлених в законодавстві, стандартах тощо. Вона являє собою усвідомлену і мотивовану участь бізнесу в різноманітних заходах, спрямованих на попередження та мінімізацію негативних впливів на навколишнє середовище, раціональне природокористування, економію сировинних і енергетичних ресурсів в процесі господарської діяльності, максимальне використання відходів, їх переробку, попередження аварійних і надзвичайних ситуацій, підтримка заходів з охорони здоров'я, збереженню культурно-історичної спадщини, біорізноманіття територій, збереження зникаючих біологічних видів і т. ін. [3,с. 325- 328].

Зазначимо, що певні особливості управлінських рішень пов'язані з прийняттям етичних управлінських рішень. Тут треба зазначити, що найбільш значущими є такі екологічні проблеми, які можна вирішити тільки за умови екологічно орієнтованої господарської діяльності. Також вирішити проблему етичності у прийнятті управлінських рішень можливо за умови виконання еко-

логічних, соціальних, ділових зобов'язань підприємства перед своїми працівниками, а також перед суспільством.

Дотримання цих етичних принципів може мати окрім позитивних соціальних наслідків також і комерційні вигоди, а саме: зменшення підприємницьких ризиків, підвищення ділової ефективності, зростання нематеріальних активів підприємства, підвищення морального рівня співробітників, формування кваліфікованої команди, розширення ринкового визнання, виявлення нових комерційних можливостей. Тобто, дотримання підприємством принципів корпоративної соціальної відповідальності, врахування важливості її екологічної компоненти у зовнішньому та внутрішньому

Список використаних джерел

1. Хрущ Н. А., Корпан О.С., Желіховська М.В. Проблеми прийняття управлінських рішень в системі стратегічного управління підприємствами. *Вісник Хмельницького національного університету,* 2010. № 1. С. 41-45.

2. Лазоренко Л. В. Корпоративна соціальна відповідальність як інноваційна стратегія бізнесу. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту.* Вип.1 (14), 2013. С. 89–96.

3. Петрашко Л.П. Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія. К.: КНЕУ, 2013. 372 с.

ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ

Пугін О.С.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Олійник А.С.,
кандидат економічних наук, старший викладач

Менеджмент все більш впевнено входить у виробниче та суспільне життя країн світу. З однієї сторони – це наука, яка опирається на об’єктивні закони та закономірності, чіткі правила й технології, що допомагає людям розібратись в реаліях виробничого процесу. З іншої, менеджмент визначає правила поведінки людських організацій, які суттєво відрізняються одна від одної звичками, традиціями, життєвими цінностями, інститутами, рівнем освіти, суспільною мораллю тощо. Тому, при переході від теорії менеджменту до практики, необхідно застосовувати такі моделі, які відповідають місцевим умовам, національним звичаям та устроям [3].

Українська ментальність і «психологічне неприйняття» працюючими вищої ланки управління як керівників виробничим процесом, привело до низької самооцінки своїх власних можливостей. Причиною такого стану є влада, яка

на протязі багатьох років розставляла пріоритети за наступною схемою: перше місце надавалось потокам ресурсів – фінансовим матеріальнотехнічним та паливно-енергетичним, друге місце – процесам (технологічним, навчально-виховним), третє – машинам, устаткуванню. В останню чергу - четверте місце віддавалось працівникам. Радянська суспільна (у першу чергу, економічна) наука обґрунтовувала соціалістичний спосіб виробництва так і не дослідивши природу праці як головного фактора багатства. Тим самим схоластичність і догматичність вітчизняної суспільної науки знайшли могутнє підтвердження саме в ігноруванні вчення про двоїсту природу праці та формуванні на цій основі механізму організації доцільної трудової діяльності персоналу на соціальних об'єктах. [1]

З розвитком ринкових відносин в економіці самостійної України менеджменту приділяється значна увага. При формуванні моделі менеджменту пострадянських країн, виникла необхідність у створенні національної системи управління на основі аналізу найбільш успішних моделей менеджменту з метою запозичення найбільш прийнятних форм для української економіки. Серед світових управлінських моделей найбільшою популярністю користується американська модель (англо-американська), яка сформувалась ще наприкінці 19 століття. Сьогодні у більшості країн відбувається процес творчого осмислення та адаптації американського менеджменту до національних особливостей, на цій основі виникають регіонально-національні моделі менеджменту. Американська модель ґрунтується на жорсткій організації системи управління організацією при зовнішній демократичності. В її основі лежить машиноконвеєрна, електронно-формалізована система управління виробничим сектором, що може стати в пригоді будь-якій економічній системі. Базою організаційної структури американської корпорації стала система децентралізованого управління виробничим процесом, створення більш розгалужених і складних організаційних структур

Для української моделі за необхідне є запозичення із американської моделі формування жорсткої організації із виділенням повноважень та обов'язків кожної ланки організаційної системи. Крім цього необхідним є початкове переконання працівників у тому, що успіх економіки залежить від різних факторів, які впливають на економічні об'єкти. Тому, необхідним є формування стратегії розвитку національної економіки, яка повинна включати в себе безперервний ріст економічних показників та поглиблення спеціалізації виробництва, а проведення контролю за всіма галузями національної економіки матиме велике суспільне значення.

Сучасний менеджмент супроводжується рядом важливих нових функцій, які багато в чому відрізняються, а в деякому своєму прояві доповнюють функції традиційного менеджменту, а саме [2]:

– інтелектуальний характер процесів прийняття рішення;

– розгалуження єдиної системи загального менеджменту на інвестиційний менеджмент, маркетинговий, інноваційний та інші;

– виникнення нових функцій менеджменту, що пов'язано з ускладненням середовища управління, необхідністю максимального використання всіх внутрішніх резервів менеджерів, зростанням впливу менеджерів на кінцеві результати, необхідністю зростання інтелектуального рівня керівництва та кваліфікації менеджерів;

– використання інформаційних технологій в менеджменті.

Отже, формування та функціонування системи менеджменту характеризує багатоваріантність можливих вирішень, гнучкість і неординарність господарських ситуацій та неповторність способів дії у конкретній ситуації. Менеджмент не дає універсальних вказівок, він лише навчає, як, знаючи прийоми, способи та шляхи вирішення тих чи інших управлінських завдань, досягти успіху в умовах конкретного підприємства.

Список використаних джерел

1. Лесечко М. Українська модель менеджменту. «Львівська газета» за 28.09.2005. Львів, 2005.

2. Окорський В. П. Основи менеджменту. Рівне: НУВГП, 2009. 400 с.

3. Орловська О. В. Формування та становлення системи менеджменту в Україні. Науковий вісник НЛТУ. Львів: РВВ НЛТУ України. 2014. Вип. 24.3. С. 180–186.

УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Рак А.Г.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Олійник Є.О.,
кандидат економічних наук

На сьогоднішній день управління бізнес-процесами дає можливість менеджерам визначати свої процеси, організувати їх виконання, а також кардинально підвищити якість, ефективність управління, налаштувавши кожен процес таким чином, щоб його результати приводили до досягнення поставлених бізнес-цілей за допомогою технологічної гнучкості та інтеграції [3, с. 61].

Управляти бізнес-процесами підприємства без урахування його характеристик некомпетентно. Таким чином, [4, с. 154] головними характеристиками бізнес-процесів підприємства є такі:

1) результативність (час протікання бізнес-процесу);

2) ефективність (мінімізація часу і витрат);

3) адаптивність (здатність реагувати на зміну навколишнього середовища);

4) антиціпативність (оптимальне співвідношення «ціна-якість») [1, с. 34].

Отже, управління бізнес-процесами організації передбачає їх постійне покращення та оптимізацію, тому найважливішими інструментами процесного управління є підходи і методи вдосконалення бізнес-процесів. Водночас [2, с. 300]:

1) управління бізнес-процесами на підприємстві повинно відбуватися у рамках діючої стратегії розвитку підприємства, і, у свою чергу, є досить складним процесом, який складається із сукупності послідовних взаємопов'язаних, періодично здійснюваних етапів і процедур;

2) з метою підвищення ефективності діяльності та забезпечення довгострокових конкурентних переваг вітчизняним підприємствам необхідно приділяти особливу увагу вирішенню питань оптимізації бізнес-процесів та їх приведенню у відповідність до поставлених стратегічних цілей з орієнтацією на зовнішніх і внутрішніх споживачів та обов'язковим урахуванням змін зовнішнього середовища, що можливо досягти шляхом безперервного покращення всіх ключових бізнес-процесів, локального покращення окремих «критичних» бізнес-процесів або радикальною зміною бізнес-процесів;

3) для формування та використання бажаної (ідеальної) моделі бізнес-процесів доцільно проводити бенчмаркінг, основними завданнями якого є усвідомлення необхідності змін; добір ідей щодо кардинального поліпшення бізнес-процесів; розроблення заходів з підвищення ефективності бізнес-процесів; розроблення інноваційних підходів до вдосконалення бізнес-процесів підприємства та на підставі цього підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства;

4) оптимізація та подальше впровадження бізнес-процесів потребує проведення відповідних змін на підприємстві, а тому необхідною стає розробка нової адекватної мотиваційної системи, спрямованої на підтримку цих організаційних змін і створення відповідної корпоративної культури;

5) ефективне управління бізнес-процесами на підприємстві, постійне їх удосконалення та оптимізація дозволяють досягти реального покращення основних показників (скорочення витрат, підвищення якості, оперативності, задоволеності споживачів тощо); інтегрування зі стратегією розвитку підприємства та ключовими показниками її ефективності; підвищення якості та ефективності системи управління підприємством; забезпечення прискореного впровадження інновацій; зростання інвестиційної привабливості підприємства; забезпечення адаптації підприємства до умов постійно змінюваного зовнішнього середовища; формування конкурентних переваг, збільшення рівня конкурентоспроможності, економічної ефективності та забезпечення стабільного розвитку підприємства;

6) вдосконалення бізнес-процесів на підприємстві з метою приведення у відповідність новим умовам, підвищення їх ефективності та доведення до еталону може відбуватися з використанням різноманітних методів та інструментів, основними серед яких є перепроектування; реінжиніринг; аутсорсинг.

Таким чином, ефективність бізнес-процесів підприємства повинна визначатися в сукупності та зіставленні результатів товарного обігу і тих загальноекономічних вигод, що несе в собі активне функціонування та позиціонування підприємства в ринковій ніші з урахуванням матеріальних і нематеріальних витрат. Ефективність залежить від ринків збуту, які, в свою чергу, впливають на обсяг продажів, середній рівень цін, дохід від реалізації і сумарний прибуток.

Список використаних джерел

1. Друкер П.Ф. Управление, нацеленное на результаты. Москва: Прогресс, 1992. 199 с.

2. Морщенок Т. С. Теоретичні аспекти управління бізнес-процесами в контексті реалізації стратегії розвитку підприємства. Бізнес Інформ. 2014. № 11. С. 295–302.

3. Ходаківський О. М. Управління бізнес-процесами підприємства. *Агросвіт*. 2017. № 22. С. 60–64

4. Ishikawa K. Guide to Quality Control. 2d ed. Tokyo: Asian Productivity Organization, 1986. 320 p.

ОСОБЛИВОСТІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Соколовська Ю.Є.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Олійник Є.О.,
кандидат економічних наук

Аграрне виробництво – одна з найважливіших галузей матеріального виробництва, в якій створюються матеріальні блага рослинного і тваринного походження для забезпечення населення продуктами харчування, а промисловості – сировиною [3].

Специфіка аграрного виробництва зумовлює особливості відтворення у сфері аграрної економіки, в усій системі агропромислового комплексу. Будучи складною системою, у якій тісно переплітаються економічні та природно-біологічні чинники, сільське господарство особливо потребує винятково вивіреної і збалансованої взаємодії з іншими галузями, що беруть участь у відтворювальному процесі агрокультури. Без такої взаємодії сучасне землеробство просто неможливе. Бо на певному етапі розвитку воно вичерпує внутрішні необхідні умови власного відтворення, знаходячи їх за межами сільського господарства, що з поглибленням агропромислової інтеграції призводить на вищому етапі її розвитку до формування агропромислового комплексу [1].

Аграрне виробництво як галузь має низку особливостей, що значною мірою визначають результати діяльності сільськогосподарських підприємств. Водночас, як і в інших галузях народного господарства, тут діють загальні економічні закони, хоча вони виявляються саме з урахуванням цих специфічних особливостей [2].

1. Особливість полягає в тому, що засобами виробництва тут є живі організми – рослини і тварини, які розвиваються згідно з біологічними законами. Тому у сільському господарстві дія економічних законів тісно переплітається з дією природних законів.

2. Ще одна особливість виявляється у тому, що головним засобом виробництва тут є земля. Якщо у промисловості, за винятком добувних галузей, земля – це лише просторовий операційний базис, місце розташування підприємств, то для аграрних підприємств вона головний і незамінний засіб виробництва. Процес праці та виробництво продукції в аграрних підприємствах безпосередньо пов'язані з землею, її якістю і родючістю, характером використання.

3. Аграрні підприємства працюють в умовах ризику та невизначеності, оскільки на результати виробництва значно впливають природні умови. І, як наслідок, кінцеві результати значною мірою залежать не лише від кількості та якості застосованих ресурсів, а й від конкретних умов, за яких здійснюється виробництво.

4. Виробництво в аграрних підприємствах діє на значній території. Територіальний спосіб виробництва пов'язаний з великим обсягом перевезень і техніки, матеріалів (насіння, пальне, добрива), і виробленої продукції (зерно, цукровий буряк, картопля).

5. Важливою особливістю роботи аграрних підприємств є те, що вироблена ними продукція й надалі бере участь у процесі виробництва. Як засоби виробництва використовують насіння і посадковий матеріал (зерно, картопля), корми, а також значна частина поголів'я тварин на відновлення і розширення основного стада.

6. У сільському господарстві робочий період не збігається з періодом виробництва. Тут процес виробництва здійснюється тоді, коли є безпосередня участь людей (оранка, посів, догляд, збирання врожаю) і коли він відбувається під прямою дією природних чинників (ріст, формування врожаю).

7. Неспівпадіння періоду виробництва і робочого періоду зумовлює сезонність виробництва, що значною мірою впливає на організацію праці, ефективне використання техніки, трудових ресурсів.

8. Особливість виробництва в аграрних підприємствах полягає ще й у тому, що у галузі особлива роль належить водним ресурсам. Вода тут – речовий і незамінний елемент. У тих районах, де спостерігається її дефіцит і воду подають штучно, вона підвищує вартість продукції.

9. Однією з головних особливостей є також те, що у сільському господарстві, зазвичай, пересуваються засоби виробництва (трактори, машини, комбайни, сільськогосподарська техніка), а предмети праці (рослини) перебувають

на одному місці. Це зумовлює велику потребу в енергетичних ресурсах і кількості техніки.

10. Працюючі переважно не мають постійного місця роботи. Механізатори виконують різні види робіт (посів, догляд, заготівля кормів, збирання врожаю) і тому вузької спеціалізації у них не існує.

Отже, економічний процес відтворення в аграрному виробництві тісно переплітається з природним. Однотипність законів, які регулюють економічний розвиток промисловості і сільського господарства, не включає особливості їх дії в різних галузях виробництва, особливо в такій, як сільське господарство.

Список використаних джерел

1. Економіка підприємств / Ф. В. Горбонос, Г. В. Черевко, Н. Ф. Павленчик, А. О. Павленчик. Київ: Знання, 2010. 463 с.

2. Економічна теорія / Під редакцією Предборського В. А. Київ: Кондор, 2003. 492 с.

3. Політична економія / К.Т. Кривенко, В.С. Савчук, О.О. Бєляєв та ін.; За ред. д-ра екон. наук, проф. К. Т. Кривенка. Київ: КНЕУ, 2001. 508 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ

Алейнікова В.С.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Лопушинська О.В.,
асистент

У сучасних соціально-економічних умовах функціонування ринків питання стратегічного управління і впливу функції маркетингу на них знаходяться в полі зору багатьох дослідників. У класичному сприйнятті теорії стратегічного управління маркетингова область розглядається як окрема вузька оперативна функція, що не дозволяє в повній мірі розкрити принципи інтеграції даних концепцій. Однак, основні ускладнення, що виникли в процесі вирішення дилеми маркетинг - стратегія, базується виключно на теоретичних труднощах.

Концепція стратегічного управління маркетингом виникла незабаром після впровадження в практику концепції стратегічного менеджменту - під впливом тих же причин. Обидві концепції відображають ускладнення процесу управління підприємством в умовах "турбулентного" (непередбачуваного, схильного до несподіваних випадкових змін) зовнішнього середовища.

Взаємозв'язок і взаємопроникнення між концепціями стратегічного менеджменту та маркетингу в даний час стоїть дуже гостро. В першу чергу, це

пов'язано з відношенням підпорядкованості даних концепцій, які ускладнюють управлінську діяльність підприємства в цілому.

Формування стратегії є складним творчим процесом, що вимагає з'єднання досягнень менеджменту і маркетингу в єдиному підході до визначення перспектив розвитку підприємства. Це відбувається тому, що формування стратегії базується на прогнозуванні умов зовнішнього середовища підприємства, в першу чергу, кон'юнктури споживчого ринку в цілому і обраного його сегмента, що є елементом маркетингу. Однак, при формуванні стратегії необхідні великий пошук і оцінка альтернативних варіантів стратегічних управлінських рішень, найбільш повно відповідних місії підприємства і завданням його розвитку, що є найважливішою складовою частиною менеджменту. Стратегія підприємства вимагає періодичного корегування з урахуванням мінливих умов зовнішнього середовища і виникаючих нових можливостей розвитку, що обумовлює взаємозв'язок стратегічно орієнтує діяльності вищого апарату управління з роботою маркетингових служб.

На думку науковців, стратегічний маркетинг являє собою «систему стратегічного управління виробничо-збутовою діяльністю фірми, яка спрямована на максимізацію прибутку за допомогою впливу на ринкові умови». При цьому важливо відзначити, що, хоча стратегічний маркетинг і розглядається як складова частина стратегічного менеджменту, визнається, що це особлива частина, оскільки розвиток кожної з цих двох стратегічних концепцій (менеджменту і маркетингу) відбувається відокремлено. Головна відмінність стратегічного менеджменту від стратегічного маркетингу полягає у різній природі фундаментальних теорій, які їх створили, тобто перша полягає у дослідженнях сфери виробництва, а друга – сфери обігу [1, с. 135].

Розглядаючи стратегічний маркетинг як процес, слід зазначити, що це інструмент, за допомогою якого обґрунтовуються управлінські рішення в області господарської діяльності. Його найважливіше завдання - забезпечити нововведення і організаційні зміни, необхідні для життєдіяльності підприємства.

Стратегічний маркетинг можна також розглядати як динамічну сукупність шести взаємозалежних управлінських процесів, що логічно випливають один з іншого. Він є одним з компонентів стратегічного управління. Головним завданням планування в системі маркетингу є зменшення ступеня невизначеності та ризику в господарській діяльності. Воно забезпечує збалансований зв’язок цілей маркетингу з цілями підприємства, з його потенційними можливостями виробництва та реалізації продукції [2, с. 14].

Процес розроблення стратегічного плану передбачає обґрунтування позиції для кожної функції з урахуванням їх внеску в забезпечення необхідними ресурсами підприємства. З урахуванням цих передумов сформульована роль стратегічного маркетингу:

– визначення позиції підприємства на ринку, яка забезпечить задоволення потреб цільових клієнтів з урахуванням зміни факторів зовнішнього оточення;

– розроблення конкурентних стратегій для забезпечення адекватної ринкової позиції та обґрунтування відповідних функціональних стратегій;

– укладення угоди з керівництвом і функціональними службами з метою інтеграції всіх стратегій і посилення орієнтації на споживача;

– формування спільно з фінансовою службою на основі короткострокових критеріїв ціннісних орієнтирів для всіх учасників підприємства.

Варто зазначити, що стратегічний маркетинг відіграє провідну роль на підприємстві, має інтегрований характер на основі об'єднання корпоративної, бізнес- і функціональної стратегій.

Список використаних джерел

1. Зайчук Т. О. Принципи та інструменти стратегічного маркетингу. *Вчені записки*. Випуск 12. 2010. С. 131-138

2. Бабаченко Л. В., Галяміна С. О. Прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Державне управління і національна безпека»*. Київ, 2016. С. 14-15.

ЗНАЧЕННЯ ВЕРБАЛЬНИХ ТА НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Борисенко Ю. В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Лопушинська О.В.,
асистент

Комунікацією вважається процес передачі певного роду інформації від відправника до отримувача, в ході якого можна дізнатися думки, досвід, уміння інших людей. Часом спілкування відіграє велику роль у житті суспільства, навіть існує думка, що інформація набагато сильніша і дієвіша, аніж фізична сила. Комунікація вирішує багато завдань, пов`язаних різного роду діяльності та займає найбільшу частину життя людини.

Виділяють вербальні та невербальні комунікації. Обидва способи передачі інформації використовуються з одними цілями. Вони доповнюють один одного, хоча мають ряд відмінностей та притаманну лише їм специфіку.

Вербальне спілкування – це процес взаємообміну інформацією за допомогою мови, який відбувається за своїми внутрішніми законами, вимагає активної розумової діяльності та ґрунтується на певній системі усталених норм [6]. Вербальні засоби комунікації (мова, мовлення) утворюють знакову систему, найменшою предметно-значущою одиницею якої є слово (вислів), поєднане з іншими словами за правилами цієї самої знакової системи. У своїй сукупності

слова, вислови є засобом розуміння думки того, хто говорить, й одночасно – засобом аперцепції (сприйняття на основі свого життєвого досвіду) змісту його думки. У своїй комунікативній практиці людина здійснює внутрішнє і зовнішнє мовлення, які становлять певну єдність, що не виключає специфічності кожної з форм мовленнєвої діяльності [1, с. 4].

Одним із аспектів вербальної комунікації є вербальне мислення. За його допомогою мовець може словесно донести хід своїх думок, мислення, ділитись догадками, аналізувати чи встановлювати гіпотези та робити певні висновки.

Вербальне спілкування може бути направлене до адресата, групи чи взагалі бути монологічним. Останнє означає донесення інформації без отримання зворотного зв`язку. Найчастіше такий вид вербального спілкування зустрічається при спілкуванні керівника і підлеглого, коли перший надає певні вказівки щодо роботи і ставить завдання перед працівником, а другий виконує.

Вербальні засоби комунікації відіграють основну роль в міжособистісній інтеракції, встановленні контактів і взаєморозумінні між мовцями. Але, крім основних мовних засобів існують і допоміжні, тобто невербальні. Ф. С. Бацевич зазначає, що "невербальні засоби спілкування – елементи комунікативного коду, які мають немовну (але знакову) природу і разом із засобами мовного коду служать для створення, передавання і сприйняття повідомлень" [2, 59]. Н. Якименко стверджує, що уміння читати несловесну мову – важлива умова взаєморозуміння [3, 42-44]. Це свідчить про важливість невербальних засобів комунікації у процесі діалогічного мовлення, оскільки вони допомагають точніше передати думку мовця, виразити його стан, почуття, емоції та передавати інформацію без використання вербальних складників. Г. М. Сагач стверджує: "Дійсно, ми сприймаємо людину, живу й динамічну, у великій сукупності вербальних і невербальних характеристик" [4, 192].

Невербальне спілкування – це система немовних знаків, що слугують засобами для обміну інформацією між людьми. Один з найвідоміших фахівців з питань спілкування А. Піз стверджує, що за допомогою слів передається всього 7% інформації, тоді як звуковими засобами – 38%, а за допомогою міміки, жестів і поз – 55% [5, с. 40].

У процесі ділового спілкування слід брати верх над проявами емоцій та вміти розуміти жести, міміку співбесідника, додаючи до отриманої словесної інформації невербальну.

Отже, проаналізувавши значення кожного виду комунікацій можна дійти наступного висновку. Вербальні та невербальні комунікації можуть існувати окремо та коли мовець їх поєднує, то повідомлення, яке він хоче донести набирає більшої яскравості та чіткіше розуміється отримувачем.

Комунікації значно полегшують життя людей у багатьох аспектах, від правильної постановки слів та керування своїми емоціями можна покращити або навпаки погіршити рівень свого життя. Важливо вміти говорити та чути в процесі спілкування, адже це принесе свої плоди у роботі, у суспільному, особистому чи навіть у житті іншої людини. Комунікації відіграють важливу роль

не лише у якості інформатора між союзниками, а й мають властивість змінювати хід подій, впливаючи на рішення чи поведінку оточуючих.

Список використаних джерел

1. Бутенко Н.Ю. Комунікативна майстерність викладача: навчальний посібник. К.:КНЕУ, 2005. 329 с.

2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Вид. центр "Академія", 2004. 344 с.

3. Якименко Н. Невербальні засоби ділового спілкування. *Дивослово*. 2003. № 5. С. 42-45.

4. Сагач Г. М. Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації. Київ, 2003. 255 с.

5. Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли других по их жестам. С.-П, 2000. 185 с.

6. Курило О. Й., Розман І. І. Вербальні на невербальні аспекти культури спілкування. *Науковий журнал «Молодий вчений».* № 4.3 (44.3), 2017. С. 114-118.

ЕКОЛОГІЧНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Стешенко К.В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Вараксіна О. В.,
кандидат економічних наук, доцент

У сучасному світі все більше уваги звертають на екологічність виробництва. Все більше підприємств переходять на екологічне виробництво продукції, тим самим удосконалюючи свою діяльність. Хоча виробництво екологічно чистої продукції супроводжується набагато більш високими витратами, в результаті ціни на цю продукцію є вищими в порівнянні з аналогами, проте вони є якіснішими.

Екологічною вважають продукцію [1]:

1) яка виготовлена з екологічно чистих матеріалів і не містить речовин, яка можуть мати негативний вплив на здоров'я людини;

2) коли вона проводиться з використанням технології з мінімальним негативним впливом на навколишнє середовище;

3) якщо виробники і постачальники повністю відповідають за безпеку використання продукт не тільки для споживання, а й за вплив на навколишнє середовище;

4) пакувальні матеріали для продуктів нешкідливі, тобто, є можливість утилізувати, або повторно використати.

В цілому, екологічно чисті продукти – це продукти, які сприймаються споживачами як безпечні для здоров'я і ті, які позитивно впливають на людський організм, вони не чинять негативного впливу на навколишнє середовище, і вони не містять небезпечних інгредієнтів [2].

Конкурентне підприємство – це те підприємство, яке підтримує сучасні тенденції, постійно удосконалюється та модернізується. Саме екологічність виробництва є пріоритетним напрямом діяльності, воно забезпечує конкурентоспроможність та фінансову стійкість підприємства.

В останні десятиліття можна спостерігати позитивну тенденцію до збільшення попиту саме на екологічно чисту продукцію. Адже дослідження, які проводилися останнім часом, визначають, що стан навколишнього середовища, а з ним і стан здоров'я людини досягнув критичної межі. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є саме виробництво екологічно чистих продуктів.

До показників, які визначають екологічність виробництва можна віднести [2]:

- рівень шкідливих домішок;
- імовірність викиду в атмосферу, чи гідросферу небезпечних відходів виробництва;
- органічність виробленої продукції.

В країнах з розвиненою економікою екологічність продукції контролюється на державному рівні, це забезпечує не тільки розвиток виробництва, а й захист навколишнього середовища.

Методика оцінки екологічної конкурентоспроможності підприємства має складатися з таких етапів [4]:

1. Збір і аналітична обробка вихідної інформації, що використовується для оцінки абсолютних фактичних показників, що характеризують окремі напрямки природоохоронної діяльності підприємства та процесу природокористування.
2. Розрахунок фактичних часткових показників (відносних і питомих) на базі абсолютних фактичних і формування еталонних показників.
3. Визначення співвідношення фактичних показників з еталонними приватними показниками.
4. Визначення узагальнювальних показників та інтегрального показника екологічної конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, запропонована методика оцінки екологічності підприємства дозволить створювати і накопичувати інформаційну базу, визначати «больові точки» в організації та управлінні природокористуванням на підприємстві та рівень його екологічної безпеки, конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості за екологічною складовою.

Список використаних джерел

1. Бурляй А. П. Роль України у формуванні пропозиції європейського ринку органічної продукції. *Економічний часопис – XXI*. 2013. № 11-12 (2). С. 15-18

2. Аверіхіна Т.В. Экологические факторы конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей. *Економічні інновації. Організаційно-управлінські інновації у природокористуванні та ресурсозбереженні*. 2009. Вип.37. С. 5-12.

3. Мельник Л.Г. Екологічна економіка: підруч. Суми: ВТД «Університетська книга», 2006. 367с.

4. Основи екології. Екологічна економіка та управління природокористуванням: підручник / за ред. Л.Г. Мельника, М.К. Шапочки; авт. колектив: Л.Г.Мельник, М.К.Шапочка, О.Ф.Балацький та ін. Суми: Університетська книга, 2006. 759 с

ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТНОЇ ПРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА

Мамчич І.С.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Вараксіна О. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Пошук форм, способів та методів організації виробництва, напрямів господарювання та виробничих альтернатив є пріоритетом у розробці конкурентної стратегії аграрних підприємства. Одним із найбільш перспективних альтернативних методів господарювання, що спрямований на економічне зростання та безпечний для навколишнього середовища є органічне агровиробництво. Продукція підприємств органічного сектору має потенційні та реальні можливості для задоволення зростаючої суспільної потреби на екологічно безпечний продукт [1].

Розвиток органічного сільського господарства є актуальним та водночас, суперечливим питанням функціонування підприємств аграрного сектору в конкурентних умовах. Органічне агровиробництво є цілісною системою господарювання та виробництва, яка поєднує в собі найкращі практики з огляду на збереження довкілля, рівень біологічного розмаїття, збереження природних ресурсів, застосування високих стандартів належного утримання тварин та методів виробництва, які відповідають певним вимогам до продуктів, виготовлених з використанням речовин та процесів природного походження [12].

У 2017 році загальна площа сільськогосподарських земель з органічним статусом та перехідного періоду складала близько 289 тис. га (0,7 % від загаль-

ної площі земель сільськогосподарського призначення України). При цьому нараховувалось 504 операторів органічного ринку.

Найбільше операторів органічного ринку нараховується у Київській, Херсонській, Вінницькій, Одеській, Житомирській та Харківській областях. Українські сертифіковані органічні господарства займають площі різного розміру: від кількох гектарів, як і в більшості країн Європи, до декількох тисяч гектарів ріллі [3].

Існуючий дисбаланс між попитом та пропозицією на ринках ЄС, динамічність розвитку національного розвитку органічного виробництва сприяють активізації просування української органічної продукції на світовий ринок. Розвиток органічного сектору є перспективним та економічно доцільним.

У 2017 році споживчий ринок органічних продуктів в Україні склав 29,4 млн. євро, а споживання на душу населення – 0,68 євро (для порівняння: пересічний європеєць витрачає на органічні продукти 40,8 євро в рік, а мешканець ЄС – 60,5 євро) [3].

Сьогодні внутрішній споживчий ринок органічних продуктів в Україні продовжує розширюватись через основні мережі супермаркетів, які дедалі активніше розвивають привабливу та іміджеву лінійку органічних продуктів. Основними видами органічної продукції, яка виробляється та споживається в Україні є зернові культури, м’ясо та молочні продукти, а також крупи [4].

Розвиток підприємств органічного сектору вимагає постійного удосконалення їх управління та виробничої діяльності з метою забезпечення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможний розвиток та формування стійких конкурентних переваг сприяє максимізації позитивного економічного ефекту господарювання, розкриттю сукупного виробничого потенціалу, економічному зростанню агроформувань [5].

Традиційно головними завданнями господарювання було підвищення економічної ефективності та результативності своєї діяльності, що досягалось екстенсивним шляхом суть якого полягає у використанні високоврожайних сортів та високопродуктивних порід. Сьогодні традиційні методи ведення сільського господарства в повній мірі не задовольняють суспільної потреби у продовольстві та виробничої у забезпеченні конкурентоспроможного розвитку та інтенсифікації виробництва. Крім того, зростає екологічна напруга в зв'язку з використанням хімічних речовин при виробництві продукції рослинництва [6].

Отже, екологічна органічна продукція безперечно не має цінових переваг у порівнянні із геномодифікованою, проте має стійкий платоспроможний попит на зовнішньому ринку попит, що зростає, при цьому конкурентні переваги у виробництві та при її збуті, формує конкурентний експортний потенціал країни в цілому. Тому цей напрям господарювання є перспективним та пріоритетним, також забезпечує їх конкурентоспроможний розвиток та зростання національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Артиш В.І. Сучасний стан виробництва екологічно чистої продукції в країнах світу. *Економіка АПК.* 2005. *№3. С. 50—53.*

2. Берлач Н.А. Правове забезпечення органічного сільського господарства в Україні. *Держава і право*. 2010. Вип. 48. С. 225—230.

3. Державний комітет статистики України. URL:http://www.ukrstat.gov.ua/. (дата звернення: 25.03.2020).

4. Бойко Є.О. Розвиток підприємств органічного сектора агробізнесу в контексті викликів глобалізації: монографія. Миколаїв: Дизайн та поліграфія, 2012. 172 с.

5. Дудар Т.Г. Розвиток органічного агровиробництва як основа забезпечення якості і безпечності сільськогосподарської продукції в Україні. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2014. №1. С. 11—15.

6. Кирилов Ю.Є. Концептуальні засади конкурентоспроможного розвитку аграрного сектору економіки України в умовах глобалізації. Херсон : ОЛДІПЛЮС, 2015. 420 с.

ОСОБЛИВОСТІ ГРУПОВОГО ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Іванченко М.С.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник - Зось-Кіор М. В.,
доктор економічних наук, доцент

Управлінське рішення – це результат творчого цілеспрямованого аналізу проблемної ситуації, вибору шляхів, методів і засобів її вирішення у відповідності з ціллю системи менеджменту [1]. Це початковий і основний момент в організації діяльності кожного керівника. У зв’язку з цим управлінське рішення може розглядатися як основний зміст процесу управління і важливий інструмент системного підходу до керованого об’єкту. Кожне підприємство є не тільки виробником продукції, але й складовою частиною суспільства. Тому при прийнятті управлінського рішення необхідно враховувати не тільки економічну сторону діяльності, а сукупність соціальних, ідеологічних, моральних та інших відносин [2].

Одним із найефективніших методів прийняття управлінських рішень є груповий метод. Групові рішення використовують для вирішення істотно складних проблем, при так званих ситуаціях з багатьма невідомими. Але чим різноманітніша за складом група, тим більше ідей та пропозицій буде розглянуто, але менше шансів дійти згоди. Група не може існувати як цілісність, не маючи єдиних підходів, думок

з принципових питань. Групова думка – це оптимальний для всіх індивідів спосіб розв'язання важливого завдання. Вона може визрівати різними способами. Найзначущим етапом цього процесу є прийняття рішення.

Прийняття рішення – волевиявлення індивіда або групи людей, спрямоване на формування послідовності дій і вибір альтернативи [3-9]. Групове обговорення проблеми сприяє зміцненню засадничих думок індивідів. При цьому середні перебувають на другорядних ролях, а крайні, розподілившись між двома полюсами, починають формувати групову думку.

Існує три методи групового приймання рішень, які обмежують проблеми групового мислення:

1) колективне обговорення проблем за умов вільного подання проектів рішення: спочатку стисла доповідь – пояснення ситуації учасникам; далі, за бажанням, кожен член групи по черзі без зауважень з боку інших викладає своє бачення, яке фіксується, а критика чи дискусія не допускається поки не будуть вислухані всі учасники. В цьому методі основним є право всіх учасників висувати ідеї.

2) номінальний груповий спосіб засновано на таких принципах:

а) після з'ясування суті проблеми, кожен член групи у письмовій формі подає свої ідеї з цього приводу;

б) кожен учасник має подати лише один варіант пропозиції, а дискусія почнеться після того, як всі учасники подадуть свої пропозиції;

в) групою треба підсумувати, увиразнити та оцінити подані пропозиції;

г) більшістю голосів приймається за найдосконалішу ідею з усіх поданих. Цей метод сприяє швидкому досягнення згоди без зайвих зволікань, зумовлених обговоренням.

3) Метод «дельфі» (дельфінський спосіб) застосовується, коли членів групи зібрати в одному місці важко. Він триваліший в часі за попередні методи та має такі етапи:

а) кожен учасник подає свої пропозиції анонімно у формі відповіді на питання;

б) таблицю зведених відповідей передають всім учасникам процесу;

в) учасники подають згоду з обраним рішенням, або пропонують нові ідеї чи шукають шляхи до компромісу;

г) ці етапи повторюються аж доки учасники не дійдуть до загального рішення. Недоліком даного методу є те, що він громіздкий та надто повільний для широкого застосування.

Отже, особливістю групового прийняття управлінських рішень є те , що тут береться до уваги більша кількість ідей і пропозицій, а відповідальність за прийняте рішення несуть усі члени групи.

Список використаних джерел

1. Гевко І.Б. Методи прийняття управлінських рішень: [підручник]. К.: Кондор, 2009. 187 с.

2. Кіцела Є.О. Удосконалення процесу прийняття та реалізації управлінських рішень на підприємстві. ULR: chrome-extension://mhjfbmdgcfjbbpaeojofohoefgiehj ai/index.html

3. Костирко Р. О. Контроль і аналіз в системі управління економічним потенціалом господарюючого суб'єкта: методологія та організація: монографія. Луганськ: СНУ ім. В.Даля, 2012. 728 с.

4. Лазечко Х. Групові методи прийняття управлінських рішень: зб. матеріалів V Всеукр. студ. наук. – техн. конф., 19-20 квіт. 2012 р. Тернопіль, 2012. С. 57

5. Мосов С., Рублюк О. Формирование и реализация управленческих решений: обоснование базовых принципов и структуры процесса. Персонал. 2004. № 8. С. 70-74.

6. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2005. 448 с.

7. Петренко С. М., Сіменко І. В. Контрольно-аналітичний механізм в управлінні бізнесом підприємства: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. 232 с

8. Рульєв В.А., Гуткевич С.О. Менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. С. 95

9. Яремко О.Ф. Методи прийняття управлінських рішень. ULR: https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=4118

ОРГАНІЗАЦІЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ФУНКЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Шкода В.В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник - Зось-Кіор М. В.,
доктор економічних наук, доцент

Підприємство в наші часи є великою складною економічною та соціальною системою. Воно створюється з метою виконання певних функцій. Серед них виділимо основні: мобілізаційну, організаційну, творчу і соціальну, які і розглянемо. Адже кожне підприємство може виділяти для себе свої, особисті функції. Але всі вони є суміжними і залежними одна від одної, бо вони всі виконуються з метою досягнення одного результату, а саме розвитку підприємства у всіх його сферах [1-12].

Мобілізаційна функція складається з того, що підприємство мобілізує необхідні ресурси для створення продукції чи послуги, якими займається організація. Кожен підприємець, що прагне розвитку своєї справи повинен розуміти, що чим найкращі умови для виробництва він мобілізує, тим ліпшим бу-

де результат. Адже зниження вартості та поліпшення якості на пряму пов'язане з: зниженням оренди шляхом вибору дешевшого місця виробництва, зниження вартості сировини шляхом підбору постачальника, зменшення термінів для перевезень та інші фактори на пряму пов'язані з обранням та мобілізацією ресурсів для виробництва.

Організаційна функція полягає у тому, що проведені раніше мобілізаційні процеси не мають ніякого сенсу без належного рівня їх реалізації. А для цього підприємство повинне проаналізувати всі етапи свого виробництва, всі зовнішні та внутрішні умови: ринок збуту, ринок постачальників, можливості оренди приміщення, компетенція та можливості виробництва і т. д. Виконавши ці дії організаційна функція набуває свого прямого значення, а саме організації всіх умов для впровадження мобілізованих ресурсів.

Творча функція складається з вміння власника певного підприємства знаходити нові, вигідні та перспективні ресурси та шляхи вирішення завдань, що ставляться для організації. Якщо дана функція виконується належним чином, попередньо перелічені функції безперечно будуть виконувати своє призначення з найбільшою вигодою для підприємства. Постійне виконання творчої функції безперечно не дасть підприємству гальмувати розвиток, що в свою чергу свідчить про те що воно буде розвиватися та виконувати поставлені перед ним цілі.

Соціальна функція полягає у покращенні умов в яких працює трудовий колектив. Складається вона з покращення атмосфери в колективі, умовах мотивування робітників, покращенні неформальних відносин (але до рівня який не буде заважати робочим відносинам та продуктивності праці), вирішені проблем які заважають праці та інших факторів що є не прямими виробничими, але відносяться до організації. Це в свою чергу призведе до покращення виробничого рівня підприємства, адже працівники матимуть менше подразників, які будуть відволікати їх від роботи чи знижувати продуктивність.

В умовах сучасного світового ринку «виживають» лише ті підприємства, які безупинно впроваджують нові функції та технології, якісно та своєчасно виконують функції, що потребує виробництво, та адаптуються в нових умовах, які створюються споживачами. Роль перелічених функцій підприємства певно одна з найважливіших в переліченому списку успіху організації.

Список використаних джерел

1. Ажнюк О. М., Передрій С. О. Основи економічної теорії. Київ: Знання, 2008. 368 с.
2. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 368 с.
3. Гріфін Р., Яцура В. Основи менеджменту: Підручник / Наук. ред. В. Яцура, Д. Олесневич. Львів: БаК, 2001. 624с.
4. Економіка підприємства: підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. [вид. 2-ге, перероб. та доп.]. К.: КНЕУ, 2011. 528 с.

5. Єрмошенко М., Єрохін С., Стороженко О. Менеджмент: Навчальний посібник. К.: Національна академія управління, 2006. 655 с.

6. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ. Вінниця, 2008. 397 с.

7. Лазеба Є.С. Основні функції управління підприємством та їх взаємозв'язок. Агросвіт. 2012. № 14. С. 81–85.

8. Лесько О. Й., Глущенко Л. Д., Мещерякова Т. К. Дерегуляція підприємницької діяльності та покращення умов ведення бізнесу в Україні. Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2016. № 1. С. 58–64.

9. Рибчак В. І. Аналіз сучасних підходів до державного регулювання підприємницької діяльності в Україні. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2015. № 1 (3). С. 41–45.

10. Смелянська Т. П., Мацюк І. Р. Сучасні тенденції та перспективи розвитку підприємництва в Україні за умов інтеграційних процесів. Вісник Хмельницького національного університету. 2015. № 3, Т. 3. С. 249–252.

11. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації: Монографія. К.: КНТЕУ, 2004. 344 с.

12. Стадник В., Петрицька О. Складові і чинники формування потенціалу розвитку малого підприємництва. Актуальні проблеми економіки. 2006. № 12. С. 124–128.

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА

Мокляк Л. В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Вараксіна О. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Поняття якості є одним з найскладніших, серед тих, що досліджуються вченими-науковцями, тому досить важко однозначно сформулювати її визначення та значення, так як дане поняття можна віднести до різноманітних об'єктів.

Під якістю продукції найчастіше розуміють сукупність її властивостей, які зумовлюють рівень здатності задовольняти певні потреби споживачів відповідно до їх призначення. Також якість можна охарактеризувати як сукупність характерних форм, зовнішнього вигляду й умов застосування, якими повинні бути наділені товари відповідно до свого призначення. Вищеперелічені елементи визначають вимоги до якості виробу, які конкретно закладені на етапі проектування в технічній характеристиці виробу, в конструкторській документації, в технічних умовах, що передбачають якість сировини, розміри тощо [1, с.27].

Основними причинами, що визначають необхідність забезпечення і підвищення якості є:

- безперервне і кількісне зростання потреб (особистих, суспільних, виробничих), їх якісний розвиток і видозміна;
- зростання ролі і темпів науково-технічного прогресу в розвитку науки, техніки, виробництва, економіки;
- удосконалення і ускладнення конструкцій виробів, що випускаються, підвищення значущості функцій, які виконуються ними; наслідок, можливе зростання вартості браку;
- посилення вимог до інтенсифікації виробництва і підвищення його ефективності;
- посилення конкуренції на внутрішніх і світових ринках [2, с.89].

Розглядаючи питання забезпечення якості, слід урахувати й те, що поліпшення якості продукції на підприємстві вимагає додаткових виробничих витрат, отже, зростає собівартість продукції і, відповідно, її ціна. Проте додаткові витрати повністю відшкодовуються у вищій ціні більш якісного товару, що забезпечує зростання рівня рентабельності й обсягу прибутку.

Дослідження, проведені в ряді країн, показали, що в компаніях, які мало приділяють уваги якості, до 60% часу може витрачатися на виправлення браку [3, с.37].

Рівень якості покращується при зацікавленій участі працівників усіх підрозділів підприємства, адже 80–90% заходів, спрямованих на підвищення якості, не контролюється відділом технічного контролю; для підвищення рівня якості продукції важливим є процес постійного навчання персоналу й підвищення мотивації його праці [4, с.37].

Більшість підприємств розглядають якість як високоефективний засіб обійти конкурентів за допомогою постійної пропозиції на ринок товарів та послуг, що за допомогою вищих якісних характеристик краще задовольнять потреби споживачів, ніж аналогічна продукція конкурентів.

Конкурентоспроможність продукції відображає сукупність властивостей, що показує міру задоволення конкурентної потреби стосовно аналогічної продукції, яка репрезентована на ринку. Конкурентоспроможність у найширшому розумінні визначає можливість Важливою умовою конкурентоспроможності підприємства є забезпечення відповідної якості та конкурентоспроможності продукції. Одним з ефективних засобів забезпечення конкурентоспроможності та стійкості вітчизняних підприємств є гнучкість його виробничих систем, здатність адаптуватись до змін умов функціонування з меншими витратами і без втрат.

Конкурентоспроможність продукції – це сукупність споживчих і вартісних характеристик виробленої продукції, що дозволяє їй витримати конкуренцію на конкретний ринок і в певному проміжку часу. На конкурентоспроможність продукції впливають зовнішні і внутрішні фактори. Під **внутрішніми** факторами ми розуміємо внутрішнє середовище підприємства: елементи, що становлять економічний потенціал підприємства, який визначається сукупністю ресурсів

підприємства та ефективність їх використання. **Зовнішні** фактори – це все, що знаходиться за межами підприємства [5, с.13].

Отже, якість є одним з основних факторів підвищення конкурентоспроможності на вітчизняних підприємствах. Додаткові витрати, які понесе підприємство при запровадженні системи управління якістю, повністю компенсуються за рахунок отримання додаткових прибутків, так як існує високий попит на високоякісну та екологічно безпечну продукцію харчування. А високі стандарти якості допоможуть вітчизняним підприємствам завоювати зарубіжні ринки та успішно конкурувати на цих ринках із європейськими товаровиробниками.

Список використаних джерел

1. Биба В. В. Якість продукції як чинник конкурентоспроможності підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. С171-176.

2. Білецький Е. В. Управління якістю продукції та послуг. Харків : ХТЕІ КНТЕУ, 2015. 222 с.

3. Овсяннікова Н. В. Стратегічні орієнтири підприємств зв'язку в процесі реалізації клієнтоорієнтованого управління. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2013. № 2(8). С 41- 46.

4. Орлова В. М. Стратегія інноваційного розвитку підприємства. *Економічний нобелівський вісник*. 2015. № 1 (8). С 79-84.

5. Цвьок Д. Р. Формування конкурентних переваг підприємства. *Економіка та управління підприємствами.* 2017. С.141-146.

ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ SMM ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Олексенко А. А.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент

У звіті Організації Об'єднаних Націй зазначено [1], що за останні десять років кількість користувачів світової мережі зросла вдвічі. Так, половина людей на Землі, а саме 4,1 млрд. – підключені до інтернету. Серед жінок інтернетом користуються 48 %, а серед чоловіків – 58%.

Згідно з дослідженням, кількість користувачів інтернету зросла з 25,8 % населення Землі у 2009 р. до 53,6 % у 2019 р. При цьому, найвищий відсоток користувачів світової павутини в Європі (82,5 %), а найнижчий – в Африці (28,2 %). Тоді як, без інтернету залишається близько 3,6 млрд. людей. Більшість із них мешкають у найменш розвинутих країнах.

Якщо ж звернутися до дослідження Factum Group для Інтернет-асоціації України [5], то варто проаналізувати дані, за якими кількість інтернет-користувачів в Україні становить 22,9 млн. людей. Уперше за три роки кількість інтернет-користувачів зросла на 7 % тобто до 71 %.

Серед головних причин такого зростання називають «смартфонізацію» населення. На сьогодні 22 % користувачів виходять в інтернет виключно за допомогою смартфонів.

Зокрема, зросла кількість інтернет-користувачів у селах та містах з населенням до 100 тис. Інтернет мають вдома 65 % українців. За даними того ж дослідження, майже все населення України віком до 35 років є інтернет-користувачами.

Саме тому надзвичайної актуальності набуває питання розвитку бізнесу за допомогою соціальних мереж. Дійсно, на сьогодні у соцмережах так чи інакше представлені практично всі: від державних організацій і великих корпорацій – до сімейного бізнесу і талановитих майстрів.

Для малого й середнього бізнесу значення соціальних мереж важко переоцінити: це і рекомендації, і реклама товарів і послуг, і сам процес продажу завдяки можливості безпосередньо спілкуватися з клієнтом.

У найбільш широкому розумінні, просування – це будь-яка форма комунікацій, що використовуються для інформування, нагадування, стимулювання збуту, формування позитивного ставлення та іміджу серед існуючих та потенційних споживачів [3].

Серед головних причин активного впровадження соціальних мереж в економічну діяльність можна виокремити: збільшення відвідувачів електронних сторінок компаній, полегшення пізнавальних операцій запам’ятовування та розпізнання логотипів чи торгових марок, розширення масштабів охоплення цільових аудиторій, пробудження цікавості потенційних споживачів, встановлення та налагодження зворотнього зв’язку з реальними та потенційними клієнтами, посилення ефекту «вірусного» розповсюдження інформації та її оперативне донесення до нових верств населення [2, с. 79].

Розглянемо переваги застосування соціальних мереж у функціонуванні суб’єктів господарювання, а саме [4; 6]:

1) соціальні мережі пропонують можливості для таргетингу – доступна велика кількість критеріїв для відбору цільової аудиторії, від віку та сімейного стану до музичних вподобань та політичних поглядів. Усе це може допомогти максимально точно відібрати цільову аудиторію;

2) рекламі у соціальних мережах найменшою мірою притаманна нав’язливість;

3) побудова взаємовідносин із громадськістю та ЗМІ, якою можуть бути як звичайні користувачі соціальних медіа, так і зацікавлені групи журналістів і блогерів, які становлять одну з основних цінностей соціальних медіа як таких. Виникає можливість поширення інформації про підприємство та його діяль-

ність у соціальних медіа, донесення до цільової аудиторії інформації про ту чи іншу подію, акцію;

4) клієнтська підтримка та зворотний зв'язок. Соціальні медіа дають можливість споживачу безпосередньо звертатися до виробника зі своїми питаннями, побажаннями, претензіями, пропозиціями;

5) співпраця зі споживачами. Підприємство з'ясовує, як можна вдосконалити продукцію, змінити канали комунікацій тощо у сфері соціальних медіа;

6) формування лояльності цільової аудиторії до суб'єкта господарювання не лише як до продавця, а й як до роботодавця. Взаємодіючи з аудиторією, що зацікавлена в отриманні інформації про бренди, компанії та конкурентні переваги їх продукцію, послуги, своєчасно відповідаючи на питання та скарги споживачів, підприємство отримує цінний ресурс – лояльність;

7) можливість виходу на міжнародний ринок;

8) заощадження витрат. SMM – один із найменш витратних способів просування товару на глобальному рівні.

Отже, необхідно констатувати, що динамічні тенденції в інтернет-комунікації (надмобільність та прагнення до максимальної та миттєвої інтерактивності) не тільки спровокувати додаткову популярність цих ресурсів у повсякденному спілкуванні користувачів Інтернету, а й істотно впливають на функціонування бізнесу. Як наслідок, – економіка переходить від масового виробництва до більш індивідуального формування пропозиції, і споживач отримує все більше впливу на виробника.

Список використаних джерел

1. В ООН підрахували, скільки людей на Землі користується інтернетом. 7.11.19. Веб-сайт. URL : https://glavcom.ua/world/hitech/v-oon-pidrahuvali-skilki-lyudey-na-zemli-koristujetsya-internetom-638123.html.
2. Вовк Н., Демків Х. Рекламні засоби просування торгових марок ТзОВ «Фокстрот» в мережі Інтернет. *Інформація, комунікація, суспільство 2017:* матер. VI Міжнарод. наук. конф. ПСС-2017. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. С. 79–80.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2002. 712 с.
4. Грищенко О.Ф., Нєшева А.Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. С. 86–98.
5. Скільки українців користуються інтернетом – дослідження. 13.10.19. Веб-сайт. URL : https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/290161-skilki-ukrayintsiv-koristuyutsya-internetom-doslidzhennya.
6. Lesidrenska S., Dicke P. Social-Media Platforms and Its Effect on Digital Marketing Activities. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. P. 44–52.

СТАН ТА ОСНОВНІ ПРИЧИНИ ПОГІРШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО СТАНУ ПРИРОДНИХ ВОД УКРАЇНИ

Тіщенко В. В.
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Вороніна В. Л.,
кандидат економічних наук, доцент

Екологічний стан поверхневих водних об’єктів і якість води в них є основними факторами санітарного та епідемічного благополуччя населення. Проблема забезпечення належного екологічного стану водно-ресурсного потенціалу залишається актуальною для всіх регіонів України.

Дослідженню різних проблемних питань управління екологічним станом водних ресурсів присвятили праці В. Поліщук, М. Паламарчук, О. Ревера, Г. Бачинський, Я. Мариняк, О. Мережко, Р. Хімко та інші. Незважаючи на досить широкий спектр зарубіжних та вітчизняних досліджень даної проблеми, вони вимагають комплексного системного узагальнення з урахуванням іноземного досвіду провідних держав світу, впровадження інноваційних методик та технологій.

За результатами узагальнення даних державного обліку водокористування у поверхневі водні об'єкти у 2018 р. скинуто 5 412 млн. м^3 стічних вод. Разом із стічними водами у поверхневі водні джерела потрапляє близько 3000 тис. т водорозчинних солей, сульфатів, хлоридів, нітритів, нітратів, азоту амонійного [4].

До основних забруднювачів води належать хімічні, нафтопереробні й целюлозно-паперові комбінати, великі тваринницькі комплекси, гірничорудна промисловість. Серед забруднювачів води особливе місце посідають синтетичні миючі засоби. Ці речовини надзвичайно стійкі, зберігаються у воді роками. Досить довгий період була і залишається сьогодні високою частка забруднених стічних вод у загальному водовідведенні, яка у 2018 р. становила 14,5 %.

Сучасний екологічний стан річок України детально описаний в роботі [1]:

«добрий» екологічний стан має лише одна мала річка українського Полісся;

«задовільний» мають басейни 6 середніх річок (10 %);

«поганий» − 25 (40 %);

«дуже поганий» − 19 (31 %);

«катастрофічний» стан відмічено в 11 річкових басейнах (18 % усіх досліджених).

Таким чином, 88 % малих та середніх річкових басейнів України мають екологічний стан, який класифікується як «поганий», «дуже поганий» та «катастрофічний» [3, 4].

Внаслідок хронічного недофінансування в Україні критично погіршуєть-

ся стан водопровідних мереж. За даними Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, сумарна протяжність водопровідних мереж (без Донецької та Луганської областей) у 2016 р. становила 101 тис. км, в т. ч. ветхих та аварійних – 36 тис. км або 35,3%; протягом року було замінено 729,1 км мереж, або лише 2% від потреби. З урахуванням названих областей ці показники складали: всього – 113 419,0 км, в т.ч. ветхих та аварійних – 44 112,0 км, або 38,9%; замінено 804,5 км, або близько 1,8% від потреби [5].

Хронічна збитковість українських підприємств ВГП стала правилом з моменту здобуття Україною незалежності, а фактична відсутність регулярного фінансування інвестиційних потреб галузі державою зумовила знос інфраструктурних об'єктів, низьку якість послуг водопостачання та величезні втрати води в мережах. Так, зокрема в 2016 р. у Чернівецькій області витрати та втрати води становили 60,4% до піднятої, у Житомирській – 49%.

Основними причинами погіршення екологічного стану природних вод є: забруднення їх зворотними водами промислових підприємств та комунальних господарств, поверхневим стоком з урбанізованих територій, промислових об'єктів, транспортних шляхів та сільськогосподарських угідь; недотримання норм щодо водоохоронних зон, великої розораності водозборів, антропогенної дії в межах заплав, трансформації та каналізування русла, створення меліоративних систем [6].

Список використаних джерел

1. Гребінь В. В. Методики гідрографічного та водогосподарського районування території України відповідно до вимог Водної рамкової директиви Європейського Союзу / В. В. Гребінь, В. Б. Мокін, В. К. Хільчевський та ін. К. : Інтерпрес, 2013. 55 с.

2. Водна стратегія України на період до 2025 року (наукові основи) / за ред. М. І. Ромащенка, М. А. Хвесика, Ю. О. Михайлова. К., 2015. 46 с.

3. Кулинич Я. І. Оцінка екологічної ємності природних водойм в умовах надмірного антропогенного навантаження. Pure water. Fundimental, applied and industrial aspects: Proceeding of the V International Scientific and Technical Conference (Kyiv, 26−27 October 2017). K.: 2017, p. 147−148.

4. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

5. Офіційний сайт Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України. URL: https://www.minregion.gov.ua/

6. Сташук В. А. Наукові засади раціонального використання водних ресурсів України за басейновим принципом : монографія / В. А. Сташук, В. Б. Мокін, В. В. Гребінь та ін. Херсон, 2014. 320 с.

СУТНІСТЬ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Шкода В.В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Олійник А.С.,
кандидат економічних наук, старший викладач

Аграрний менеджмент може бути визначений як діяльність з організації й координації виробництва на сільськогосподарських підприємствах з метою одержання зростаючого прибутку в довгостроковому періоді, а також досягнення інших специфічних для кожного власника підприємства чи менеджера цілей. Він може розглядатися і як комбінація окремих складових діяльності підприємства — виробництва, комерційної діяльності, фінансів, маркетингу, управління трудовими ресурсами.

Загалом менеджмент — це процес організації певної діяльності групи людей для досягнення поставлених перед нею цілей. Він потребує координації та стимулювання дій його учасників, що, у свою чергу, викликає необхідність існування певної влади в цій групі людей, яка може виступати як в офіційній, так і в неофіційній формах. Тому менеджмент — це також певна система, метод, підхід визначення і добору специфічних цілей, делегування та контроль певних виробничих і управлінських функцій, оцінка діяльності, згідно з якою можуть відбуватися певні зміни в планах і виробничій діяльності [1].

Для сільського господарства як специфічної галузі економіки дія ринкового механізму має свої особливості, які полягають у тому, що не завжди ціна на продукцію, визначена в точці перетину попиту й пропозиції, перевищує виробничі витрати сільськогосподарських підприємств. У такому випадку необхідне втручання держави, спрямоване на підтримку сільськогосподарського виробництва. Держава для цього може використовувати різні шляхи: наприклад, пряму допомогу через систему соціального забезпечення (фермерам, що опинилися у скрутному становищі); державні програми, спрямовані на збільшення попиту на сільськогосподарську продукцію або зниження виробничих витрат; програму обмеження посівних площ, унаслідок чого зменшується обсяг виробництва і виникають умови для підвищення цін; програми дотацій з метою покриття різниці між закупівельними цінами та цінами продажу і гарантування цін на сільськогосподарську продукцію; надання пільгових кредитів шляхом певної компенсації процентів за позику, інших диференційованих цільових субсидій сільськогосподарським товаровиробникам.

Особливості функціонування ринкової економіки в сільському господарстві та їхній вплив на прийняття управлінських рішень на рівні аграрного підприємства можна звести до трьох груп чинників [3]. Перша група стосується умов функціонування ринків у сільському господарстві, які наближені до чи-

стої конкуренції і передбачають наявність значної кількості виробників, що реалізують свою продукцію, котра є стандартизованою або однорідною, що унеможливлює нецінову конкуренцію, спроможність виробника впливати на рівень ринкової ціни своєї продукції (адже питома вага обсягів виробництва і реалізації незначна), вільне входження й вихід з ринку. Віднесення галузі до чистої конкуренції є значною мірою умовністю, тому що жоден з названих чинників у реальній економіці не існує в чистому вигляді. Таке припущення є надто важливим в економічній теорії та дозволяє проводити дослідження, робити висновки й прогнозування.

В умовах неможливості безпосередньо впливати на рівень сільськогосподарських цін з метою підвищення ефективності діяльності підприємства і зростання прибутку менеджер повинен сконцентрувати основну свою діяльність на питаннях організації виробництва та контролю з метою мінімізації собівартості продукції. Саме ці параметри діяльності підприємства безпосередньо залежать від нього.

Друга група чинників пов'язана з так званою довгостроковою проблемою у сільському господарстві і полягає в низьких доходах сільськогосподарських виробників порівняно з працівниками підприємств інших галузей. Основними причинами цієї проблеми є цінова нееластичність попиту на сільськогосподарську продукцію, дисбаланс попиту та пропозиції (пропозиція перевищує попит), а також відносна мобільність сільськогосподарських ресурсів.

Третя група чинників стосується короткострокової проблеми, суть якої полягає у нестабільності доходів сільськогосподарських виробників і виявляється у коливанні цін на сільськогосподарську продукцію і відповідно доходів. Причинами такого становища є як нееластичність попиту на сільськогосподарську продукцію, так і коливання обсягів виробництва та попиту на неї.

Загалом сільське господарство є специфічною галуззю, яка значною мірою відрізняється від інших галузей народного господарства. Виділяють наступні особливості цієї галузі, які визначають специфіку агарного менеджменту [2].

Отже, аграрний менеджмент, як складова системи управління підприємством, набуває дедалі більшого значення у сучасних умовах цифрових технологій, підвищуючи роль людини як інтелектуальної складової управлінського процесу.

Список використаних джерел

1. Дем’яненко С.І. Менеджмент аграрних підприємств. Київ: КНЕУ, 2005. 347 с.
2. Окорський В. П. Основи менеджменту. Рівне: НУВГП, 2009. 400 с.
3. Рогач С.М., Гуцул Т.А., Ткачук В.А. та ін. Економіка і підприємництво, менеджмент. Київ: Видавничий центр НУБіП України, 2015. 726 с.

ІМІДЖ ЛЮДИНИ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

Ткачова І.В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент

У наш час, так само як і в минулі століття, зв'язок одягу й соціальної ролі людини є й досі. Ми йдемо по шаблону, який нам нав'язали. Нам кажуть як одягатися, як вести себе, як правильно харчуватися, як голосно говорити, як естетично виглядати і ким потрібно працювати щоб тебе сприймали інші.

Кажуть, що одяг – візитна картка людини і підприємства, на якому вона працює. Але чому підприємства цього не враховують? Люди нижчих рангів не можуть дозволити собі одяг з модних магазинів, а лише з ринків, інтернет-магазинів, секонд-хендів. Чому так ? Тому що більшість підприємств не згодні платити за це додаткові кошти. У них є люди, які заключають договори, ходять на бесіди і все це у гарному брендовому одягу. Але працівники нижчих рангів це і є підприємство, вони формують його імідж, і те, що більшість з них не слідкує за модою, – відповідальність підприємства.

Прислів'я «зустрічають по одягу, а проводжують по розуму», є наглядним прикладом того, що перше ми бачимо в людині. Так було завжди і буде продовжуватися. Адже соціальна верхівка, мода, влада диктують нам свої правила. Але все ж таки зовнішній вигляд не є самодостатнім у формуванні сприятливого іміджу людини. Він не компенсує духовну і інтелектуальну бідність [2].

Згідно із Г. Зіммелем, мода є засобом диференціації, ознакою певної групи. Це ієрархія у суспільстві: « Мода не існує у племінних та безкласових суспільствах». Виходячи з цього, люди нижче середнього класу не можуть мати свого стилю, іміджу і не можуть користуватися порадами від кутюр'є. Доволі смішно, чи не так ? Адже чим ми гірші за інших? [1]

Також гендерна рівність багато значить у моді. Але чому жінок і досі не сприймають як належне? Нас заганяють у рамки. І при цьому жінка повинна вміти смачно готувати, вміти управляти бізнесом і бути при цьому гарною ідеальною дружиною і матір'ю.

Д. Стенлі, узагальнивши результати тестів здібностей і тестів досягнень, дійшов до висновку, що «у середньому розходження між статями невеликі…». Отже, здібності чоловіків і жінок можуть бути однаковими. Статева розбіжність це скоріше соціальний фактор, а ніж психофізіологічний [1].

Здатність досягати високих результатів швидше пов'язана із статевою роллю. Ми звикли вважати, що жінка – м'яка, слабка, залежна, емоційна, інтуїтивна. Але вона також може бути сильною, стійкою, вольовою, раціональ-

ною з чітким орієнтиром. Щодо іміджу, то як жінки, так і чоловіки повинні дотримуватися певних правил у виборі свого гардеробу.

Отже, як висновок необхідно зазначити, що стереотипи потрібно ламати, бо ми назавжди залишимося лише шаблоном, який нам намалювали і подали як за належне.

Список використаних джерел

1. Simmel G. Fashion. Georg Simmel. The American Journal of Sociology. 1957. Vol. 62.№ 6. P. 541–548.

2. Прикладна іміджелогія: мистецтво створення образу. URL : https://studfile.net/preview/5166974/page:14/

СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Сухорук К. В.
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Іщейкін Т.Є.,
кандидат економічних наук

На сучасному етапі розвитку суспільства консалтинг є надзвичайно важливим елементом ринкової інфраструктури розвинених країн світу. Становлення та розвиток консалтингу в Україні зумовлені процесами ринкової трансформації економічної системи, реформування відносин власності, започаткуванням інституту підприємництва. Причому поступове надбання вітчизняним бізнесом рис цивілізованої діяльності потребує відповідної професіоналізації консалтингу.

Сьогоднішні українські підприємці, менеджери чітко усвідомлюють необхідність такого консультування, при якому фахівець-консультант здійснює не лише локальне вирішення вузьких проблем, а і поглиблено займається комплексними питаннями стратегічного розвитку певного підприємства, організації, установи. Саме тому постає питання вдосконалення управлінського консультування на українському ринку і адаптації зарубіжного досвіду до національних проблем, що повною мірою визначає актуальність дослідження.[2]

Консалтинг початку XXI ст. характеризується системним і ситуаційним підходом до вивчення і розв’язання управлінських проблем підприємств, створенням інтелектуальних продуктів, що розробляються на стиках функціональних аспектів менеджменту, у межах міжгалузевої взаємодії, завдяки розвитку кластерної економіки. У теперішній час консультування по економіці та управлінню в більшій кількості країн світу виступає як окремий сектор послуг [1].

Більшість українських консультаційних компаній знаходяться на тому етапі розвитку, коли вони можуть визначити власну спеціалізацію, компетенції,

потреби потенційних клієнтів. З'явилися вітчизняні консалтингові компанії, які сформували власну методологію роботи, мають унікальні консалтингові технології, розробили нові методи і підходи вирішення управлінських проблем, притаманних українському бізнесу.

На сьогоднішній день в Україні функціонують понад 200 консалтингових фірм,вони невеликі, з чисельністю робітників до 10 чоловік. Серед них є вузькоспеціалізовані за видами послуг (маркетинг, податкове планування), загалузями та напрямами (наприклад, приватизація земельних ділянок). Є й такі, що надають повний комплекс послуг з управлінського консультування, проводять навчання менеджерів. Близько 150 консультаційних фірм України нині об'єднує Асоціація «Укрконсалтинг». Також в країні представлені зарубіжні консалтингові фірми, до них входять: Deloitte&Touch, Tohmatsu International, Arthur Andersen & Co,SC, Preice Waterhouse, Coopers & Librand, Ernst&Young, A.C. Nielsen, DR.Wieselhuber&Partner, RolandBerger & Partners, Mazar Ukraine. Найкрупніший регіон консультаційних послуг зосереджено в м. Київ, вньому зосереджено 80 % послуг.[3].

Однак, незважаючи на те, що значна кількість компаній відчуває необхідність консультаційної допомоги з питань управління, попит на консалтингові послуги в Україні залишається низьким. Основними причинами такої ситуації є:

– складна макроекономічна ситуація та загальне зниження ділової підприємницької активності в Україні;

– відсутність культури роботи з незалежними експертами;

– низька платоспроможність клієнтів;

– неспроможність оцінити корисність консалтингових послуг;

– відсутність гарантій конкретних результатів і позитивного ефекту від консультування;

– складність отримання об'єктивної інформації про консультаційні фірми та їх можливості.[2]

Для ефективного розвитку консалтингових послуг в Україні потрібно намагатися постійно вдосконалювати консалтингові компанії та їхні послуги, шляхом застосування «ноу-хау»; підвищувати знання своїх працівників та мотивувати їх; фірмам запозичувати знання у іноземних- експертів з надання консалтингових послуг та застосовувати їх на вітчизняному ринку; збільшити та відрегулювати нормативно- правову базу.

Українським консалтинговим компаніям слід почати досягати світового рівня, за рахунок високої самоорганізації, взаємодії та інтеграції з досвідом провідних країн світу.

Список використаних джерел

1. Верба В. А., Решетняк Т. І. Організація консалтингової діяльності : навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2000. 244 с.

2. Капильцова В.В., Курган Т.Г. Стан, проблеми та тенденції розвитку консалтингу в Україні. Вісник Запорізького національного університету. 2010. .№4 (8). С.189-193.

3. Інтернет-портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://delo.ua/

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ІМІДЖУ

Сухорук К. В
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Динамічні зміни у ринкових відносинах, розвиток конкуренції в усіх сферах життя призвели до актуалізації іміджу як навмисного формування образу у свідомості людей, як ефекту особистої презентації. Робота зі створення іміджу позитивно відбивається на особистісній і професійній характеристиці ділової людини, з'являється бажання співпрацювати не тільки з такою людиною, але й з організацією, яку вона представляє. Отже, позитивний імідж є головним критерієм успішності та ефективного розвитку організації.

Є очевидно, що ділові якості, фаховість і компетентність, високій рівень знань і навички управлінської діяльності, уміння привернути до себе колег, мати достойний вигляд та позитивну поведінку, ціннісні орієнтації є важливою умовою успішного управління.

Технології цілеспрямованого формування індивідуального та корпоративного іміджу є подібними і включають наступні етапи:

1) формулювання іміджевих цілей. Необхідно чітко сформулювати послання, яке міститься в бажаний імідж;

2) аналіз іміджевої аудиторії. На цьому етапі проводяться кількісні та якісні дослідження іміджевої аудиторії;

3) формування іміджевих характеристик. Складається список якостей, які необхідно транслювати іміджевої аудиторії;

4) співвідношення існуючих і бажаних характеристик [2].

Гарні манери включають, крім іншого, і те, як ми виглядаємо та поводимо себе. Хоча не всі чітко усвідомлюють це, етикет включає наш професійний вигляд та те, яким чином ми поводимося з іншими. Відповідний, адекватний зовнішній вигляд демонструє повагу до себе, до інших і до конкретної ситуації та подій [1].

Якщо ваша зовнішність, одяг, жести та міміка передають адекватні сигнали, вони працюють на вас, у протилежному випадку – проти вас. У діловому

світі надзвичайно важливо, щоб зорові сигнали, які отримують від вас інші, передавали необхідну інформацію і характеризували вас як професіонала. Розглядайте себе як члена команди. Ви хочете грати за правилами, а відповідна форма – частина цієї гри. Якщо ви раптом прийдете без форми, вам, можливо, і не дозволять грати [3].

Таким чином, можемо стверджувати, що імідж – це здатність спілкуватися з навколишнім світом за допомогою зовнішнього вигляду, мови, міміки, жестів, манер й ароматів. Відтак, імідж завжди є індивідуальним, оскільки включає внутрішні властивості й характеристики особистості, які ми підкреслюємо.

Список використаних джерел

1. Кравцов Ю. С. Конспект лекцій з курсу «Професіональна та корпоративна етика» освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти для всіх спеціальностей. Кам'янське, ДДТУ, 2017. 176 с.
2. Семенчук Т. Б., Басараб Н. А. Формування іміджу підприємства. Мукачівський державний університет. 2016. № 7. С. 473–477. URL : http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/79.pdf.
3. Герасимчук А., Тимошенко О., Дашкевич Я. Етика й етикет сучасного бізнесу – запорука економічної безпеки підприємств. Київ : Вид-во Європейського університету, 2007. 285 с.

ЗНАЧЕННЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ, ЇЇ ЦІЛІ ТА ТЕХНІКИ

Кривчун Р.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Загальновідомо, що презентація себе – особливо важлива частина професійної діяльності як керівника, так і співробітника організації. І неважливо, кому ви себе будете презентувати, головне, чим докладніше і цікавіше ви розповісте про себе і про те, чим ви займаєтеся, тим краще враження залишите. Чим краще ви залишите про себе враження, тим вище шанс, що вас запам'ятають і порекомендують.

Необхідно відмітити, що поняття «самопрезентація» походить від англійського «самоподача», тобто представлення себе іншим людям. Англійський енциклопедичний словник надає наступне трактування терміну: «самопрезентація – це вміння подавати себе, притягуючи до себе увагу, актуалізуючи інтерес людей до своїх відео- та аудіоякостей» [1, с. 49].

Вибір конкретної техніки самопрезентації залежить від її цілей. Виділяють три основні цілі й відповідно три групи технік самопрезентації [2, с. 244]:

1) техніки піднесення в самопрезентації; мета – підвищити значущість, що сприймається статус, авторитетність, переконливість образу; частіше використовуються при створенні іміджу керівника, політика;

2) техніки створення неповторного образу в самопрезентації; мета – привернути увагу, запам'ятатися, стати неповторним; використовуються найчастіше в шоу-бізнесі, мистецтві;

3) техніки формування позитивного ставлення; мета – викликати позитивні почуття: довіру, симпатію, інтерес.

Безумовно, важливим у самопрезентації вважається мова тіла. Співрозмовники навіть не здогадуються, як багато інформації про них можна почерпнути, виходячи з невербальних сигналів: міміки, жестів, рухів тіла. Те, як ви відкриваєте двері, тримайте поставу, сідаєте на стілець, професіонал помітить і зробить відповідні висновки. Досить пари репетицій перед дзеркалом, правильного дихання і внутрішнього спокою.

Грамотний співрозмовник за вашою позою завжди зуміє визначити, говорите ви правду чи лукавите, боїтеся або ведете себе нахабно, готові до дії чи вам все набридло [3].

Окремі деталі в зовнішньому вигляді можуть значно впливати на формування першого враження. Тому, важливими є одяг, аксесуари, зачіска тощо. Ще одним чинником в одязі, який є ознакою статусу, є її колір. Значення кольорів різняться в різних культурах. У європейських країнах існує негласне правило: вважають, що чим яскравіший «колір», тим нижчий статус [4].

Темп і манера мови, гучність голосу, інтонація і чіткість вимови – це те, на підставі чого про вас складеться думка в перші хвилини розмови. Темпоритм мови має бути спокійним, без зайвої експресії.

Щоб слова дійшли до свідомості слухачів, потрібно вкласти в них силу за допомогою ритму, тембру, висоти голосу, дикції, інтонації. Рекомендується говорити короткими і простими реченнями, в яких не більше 10-12 слів. Якщо у вимові пропозицій немає паузи більше 6 секунд, то таку промову розуміти складно. Погіршується сприйняття змісту сказаного при високій швидкості вимови – понад 150 слів на хвилину.

Якщо хочете перевірити, як ви вмієте вербально подавати себе, запишіть власну мову на диктофон, а потім прослухайте запис. При необхідності відкоригуйте свою промову в бік більшої рішучості та визначеності. Головне – будьте щирі. Коли народжується чітка картина самопрезентації, з'являються легкість і впевненість, усвідомлення власної сили.

Таким чином, самопрезентація дає особистості, професіоналу додаткову можливість представити себе, заявити про свої досягнення, наміри, уміння і навички.

Список використаних джерел

1. Михайлова Е.В. Самопрезентация: теории, исследования, тренинг. СПб. : Речь, 2007. 224 с
2. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций : монограф. Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. 495 с.
3. Луньов О. Формування власного позитивного іміджу. Київ : Ін-т громад, суспільства, 2001. 70 с.
4. Данильчук Л.А. Основы имиджа и этикета. Київ : Кондор, 2004. 234 с.

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ КОНФЛІКТІВ У КОЛЕКТИВІ

Стешенко К.В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Конфлікт - суперечність, яка виникає між окремими людьми, неформальними і формальними об'єднаннями у процесі їх спільної трудової діяльності за умови протилежності інтересів, відсутності взаєморозуміння між двома й більше сторонами. Слово «конфлікт» походить від латинського слова «conflictus», що в достовірному перекладі означає «зіткнення», а в довільному – «протидія», «протиборство».

Безумовно, конфлікти між колегами негативно впливають на атмосферу в колективі, а також породжують образи, які можуть призвести до жорстокості. Отже, серед причин виникнення конфлікту можуть бути питання розбіжності поглядів з питань рівня заробітної плати, працевлаштування, протилежності поглядів та інтересів; психологічну несумісність. Коли у колективі є люди зовсім з різними, навіть протилежними характерами та темпераментами [1].

Для вирішення проблеми конфліктів у колективі необхідне знаходження керівником головних напрямків роботи щодо попередження конфлікту.

У найбільш розповсюдженому, найширшому розумінні попередження конфлікту передбачає дії, що виключають зародження конфліктної ситуації чи усувають причини, джерела конфлікту, які призводять до розрядки конфліктної напруженості, запобігання формуванню конфліктної свідомості, кризи і конфліктних дій. Керівник повинен володіти знаннями про методи правильної та своєчасної діагностики, а також запобігання конфлікту, якими є регулярне ділове спілкування із співробітниками та диференційований підхід до людей; засновані на діловій аргументації та відсутності емоцій індивідуальні бесіди; прийняття управлінського рішення, здатного усунути базу конфлікту. І чим

точнішим буде визначення істотних елементів конфлікту, тим легше знайти способи ефективної поведінки в ньому [2]

Існують декілька способів (стратегій) вирішення конфліктів:

1) ухилення – це прагнення уникати виникнення конфлікту;

2) згладжування – тип поведінки, при якому не помічають знаки майбутнього конфлікту, йде активне попередження його вияву, врегульовуються або приглушуються суперечності сторін;

3) примус – це контроль над ситуацією і регулювання її розвитку;

4) компроміс – це вирішення проблеми, яке тимчасово задовольняє всі сторони, які беруть участь у конфлікті;

5) вирішення конфлікту – це найбажаніший шлях розвитку подій. Сторони детально ознайомлюються з аргументацією як «за», так і «проти», йдуть на взаємні компроміси, вузлові питання вирішують колективним ухваленням рішень;

6) переговори – спільна діяльність двох або більше суб'єктів, налаштована на ефективне розв'язання спірних питань з оптимальним урахуванням потреб кожної із сторін [3].

Отже, при високому професійному досвіді керівника можна запобігти чи швидко усунути конфлікти та навіть покращити відносини у будь-якому трудовому колективі. Завдання кожного керівника полягає не відійти від конфлікту, а прагнути розпізнати причини конфлікту, його протікання для одержання ефективної роботи та дружньої атмосфери в колективі.

Список використаних джерел

1. Здойма А. М. Вміння вирішувати конфлікти в колективі як важливий аспект діяльності сучасного менеджера. URL : http://www.rusnauka.com/11_EISN_2011/Economics/6_85134.doc.htm.
2. Ложкін Г. В., Повякель Н. І. Практична психологія конфлікту : навч. посіб. Київ : МАУП, 2008. 256 с.
3. Шаленко В. Н. Конфлікти в трудових колективах. Київ : Скіф, 2008. 255 с.

ПРИНЦИПИ ТА ТЕОРІЇ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Козелько М.О.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Шульженко І.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Принципи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) – це система конкурентоспроможності підприємств, яка пов'язана з тісними зв'язками міжгалузевих корпоративних об'єднань й представників держави та суспільства. Вибір підприємством курсу на корпоративну соціальну відповідальність є стратегічно важливий вибір. Впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) дозволить знизити витрати, операційні ризики, збільшить виручку, стимулює інноваційний розвиток, полегшить доступ на товарні ринки та ринки капіталу, покращить репутацію.

Основними принципами корпоративної соціальної відповідальності є [1,с.42]:

1) налагодження тісних та довгострокових відносин зі споживачами, робітниками, постачальниками та іншими діловими партнерами;

2) отримання репутації надійної організації, яка відповідально відноситься до соціальних та екологічних проблем;

3) орієнтація на споживача, лідерство у якості, сервісному обслуговуванні та надійності;

4) прискорення розробки високоякісних товарів і послуг та скорочення термінів їх просування на світовий ринок;

5) новаторство, безперервне удосконалення;

6) формування банку кваліфікованої та мотивованої на високу продуктивність робочої сили.

Відповідальність, як випливає з концепції, що розглядаються – це категорія і етики, і права, котра відображає особливе соціальне і морально-правове ставлення людини або іншого суб'єкта, наприклад організації, до іншої людини або спільноти, певного інституту або суспільства в цілому. Відповідальність, з одного боку, це залежність від когось або чогось, а з другого – здатність, готовність до виконання морально-духового обов'язку і правових норм.

Концепції ведення бізнесу має три теорії:[2]

1) заснована на збільшенні прибутку для своїх акціонерів, власників та інвесторів і носить назву теорії корпоративного егоїзму. Максимізація прибутку компанії є інструментом суспільного розвитку, оскільки із зростанням ринкової вартості компанії та її доходів зростає оплата праці, реалізується більше бізнес-

проектів, збільшуються податкові надходження до бюджетів, отже, відбувається розвиток суспільства.

2) з'явилася практично одночасно з теорією корпоративного егоїзму, але повністю суперечить їй. Ця теорія носить назву теорії корпоративного альтруїзму і її суть полягає в обов'язку бізнесу вносити значний внесок у поліпшення якості життя персоналу, населення і суспільства в цілому, підвищуючи загальний добробут.

3) теорія розумного егоїзму. Ця теорія заснована на тому, що соціальна відповідальність являє собою ефективний інструмент стратегічного розвитку компанії, тому що скорочує довгострокові втрати прибутку. Соціальна відповідальність з позиції теорії розумного егоїзму - це можливість для компанії реалізувати свої основні потреби у виживанні, безпеки і стійкості.

У бізнесі крім дотримання законів і виробляти якісну продукцію або послугу повинно брати на себе відповідальність з етичними нормами перед суспільством і працівниками. Тобто, повинно одночасно сприяти гармонійному розвитку суспільства в цілому.

Список використаних джерел

1. Охріменко О. О., Іванова Т. В., Соціальна відповідальність : навчальний посібник; *Міністерство освіти і науки України Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»,* 2015, 42с.

2. Сутність корпоративної соціальної відповідальності URL: https://stud.com.ua/39625/menedzhment/sutnist_korporativnoyi_sotsialnoyi_vidpovidalnosti

ПРИЧИНИ ТРУДОВИХ КОНФЛІКТІВ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Онищенко Т.В.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Помаз О.М.,
кандидат економічних наук, доцент

В сучасних умовах управління підприємством суттєво ускладнюється. Суб’єкти господарювання постійно стикаються зі змінами, ризиками і викликами. Наслідком цих нових реалій є перегляд стереотипів, що вкоренилися в уявленнях як суспільства вцілому, так і науковців чи підприємців зокрема. До таких стереотипів в тому числі належить сприйняття трудових конфліктів. Так, зокрема, сучасні погляди на конфлікти, на відміну від традиційних, визначають конфлікт не лише як однозначно негативне явище. Відповідно до цього, стає

зрозумілим, що конфлікти піддаються контролю менеджерів, ними можна і потрібно управляти.

Об'єктом дослідження було обрано систему управління трудовими конфліктами в підрозділах державного підприємства «Дослідне господарство «Степне» Полтавського інституту агропромислового виробництва ім. М. І. Вавілова Національної академії аграрних наук України». Головною галуззю в ДП «ДГ «Степне» є виробництво молока, що займає перше місце за питомою вагою в товарній продукції (40,1 %). Виробничий напрям – молочно-зерновий.

В ДП «ДГ «Степне» 64 % працівників визнають існування конфліктів в їх трудовому колективі, але їх кількість вважають прийнятною. В основному працівники надають перевагу вирішенню конфліктів деструктивними способами, що не сприяє налагодженню сприятливого мікроклімату в колективі галузі. Для підприємства важливо сформувати індивідуальну систему управління конфліктами, яка враховує особливості та причини конфліктів.

Основними шляхами запобігання виникненню конфліктів на підприємстві можуть бути:

– налагодження взаємодії між керівництвом і підлеглими за принципом «керівництво та персонал – партнери, які працюють для досягнення спільної мети»;

– підбір і розстановка працівників з урахуванням їхніх індивідуально-психологічних особливостей;

– дотримання принципу справедливості в будь-яких рішеннях, що торкаються інтересів колективу й особистості;

– всебічний розвиток корпоративної культури, налагодження дружніх стосунків між працівниками.

Список використаних джерел

1. Біловодська О.А., Кириченко Т.В. Управління конфліктами в системі управління людським потенціалом підприємств. Економіка і суспільство. 2017. № 10. С. 177-182.

2. Дарендорф Р. Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы / пер. с нем. Л. Ю. Пантиной. Москва : «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2002. 208 с.

3. Кравчук О. Трансформація соціально-трудових відносин в умовах формування мережевої економіки. Україна: аспекти праці. 2014. № 6. С. 11-21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2014_6_4 (дата звернення: 15.11.2019)

4. Криса О. Й. Управління конфліктами як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». 2008. № 633: Логістика. 915 с.

5. Сівчук І. Особливості та передумови виникнення конфліктів в регіоні. Соціально-економічні проблеми і держава. 2010. Випуск 1 (3). С. 99-103

6. Яремчук, С. С. Сучасні теорії в конфліктології [Текст] : навч. посіб. Чернівці : Рута, 2008. 72 с.

ЗМІЦНЕННЯ ДОВІРИ ГРОМАДЯН ДО ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЗА РАХУНОК ІМІДЖЕВИХ ФУНКЦІЙ Е-ВЗАЄМОДІЇ

Клименко А. В.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Сердюк О. І.,
кандидат економічних наук, доцент

Е-демократія та е-урядування, як новітні форми організації управління, ґрунтуються передусім на принципах прозорості, відкритості та підзвітності влади громаді, а також громадському контролі за діяльністю.

Як відомо, суть електронної демократії зводиться до використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) з метою посилення демократичних процесів в умовах існування представницької демократії. Мета електронної демократії полягає в створенні фундаменту для участі людини та громадянина в ухваленні державних рішень, посилення впливу на формування і реалізацію державної політики вирішення питань місцевого значення, посилення прозорості та підзвітності органів влади громадянам.

Е-демократія, як спосіб організації місцевої влади, забезпечує функціонування органів влади в режимі реального часу та робить максимально простим і доступним щоденне спілкування з ними громадян, юридичних осіб, неурядових організацій [2].

Серед функцій електронного урядування варто виділити: забезпечення контролю за результативністю діяльності органів місцевого самоврядування з одночасним забезпеченням належного рівня інформаційної безпеки; забезпечення відкритості інформації про діяльність органів місцевого самоврядування, розширення доступу до неї та надання можливості безпосередньої участі громадян та інститутів громадянського суспільства у процесах підготовки та експертизи проектів рішень, які приймаються [3].

Суттєвою перепоною для реалізації форм електронної демократії є загальний рівень розвитку інформаційного суспільства в Україні, який не створює рівного доступу громадян до отримання інформації, доступності для громадян різних форм електронної демократії [1].

Впровадження елементів електронного урядування та електронної демократії в Україні та в її окремих територіальних громадах, і Глобинській міській територіальній громаді, зокрема, суттєво полегшило б процедури доступу до

публічної інформації для громадян і разом з тим посилило підконтрольність органів влади суспільству та довіру до них.

Глобинською міською радою активно використовує е-петиції та е-голосування (як механізм забезпечення е-петиції). Офіційний сайт Глобинської міської територіальної громади підтримує онлайн трансляцію засідань міської ради та використовує сервіс Платформи електронної демократії «Консультації з громадськістю», що дозволяє технічно забезпечити проведення консультацій, простого та складного опитування, обговорення нормативно-правових актів.

Застосування елементів електронної демократії для розширення участі громадян у прийнятті рішень на рівні Глобинської громади в перспективі може бути розширене за рахунок:

– звернень та запитів до місцевого органу самоврядування через електронну пошту і/або веб-сайт (спеціальна форма, інтернет-приймальня тощо), в разі чого відповідь авторові надсилається на електронну адресу або (за бажанням заявника) письмово – на поштову адресу, які вказані ним у зверненні чи запиті;

– моніторинг місцевих рад (інформація про прийняті рішення та хід їх виконання, бюджет, місцеві програми, вивчення протоколів засідань ради та комісій, проведення громадських слухань тощо), аналіз відповідності їх діяльності чинним нормативно-правовим документам та ін.;

– електронне голосування, в т. ч. при проведенні конкурсу на визначення кращих громадських ініціатив;

– мережева комунікація громадян і колективне обговорення соціально значущих питань в режимі on-line;

– формування онлайн-спільнот (онлайн-ком'юніті), включаючи механізми планування та реалізації громадських ініціатив та різноманітних проектів, мережева комунікація громадян з органами влади;

– електронні громадські слухання.

Зазначимо, що в результаті удосконалення е-взаємовідносин Глобинської міської ради з громадськістю можна очікувати на такі короткотермінові та довготермінові результати: підвищення відкритості та прозорості в діяльності органу місцевого самоврядування; підвищення рівня контролю з боку громадськості за діяльністю органу місцевого самоврядування; підвищення достовірності, повноти та оперативності подання громадянам інформації; підвищення суспільно-корисної активності громадян, залучення їх до вирішення місцевих соціально-економічних, екологічних проблем; підвищення рівня правової та економічної освіти населення; зростання довіри суспільства до діяльності органів місцевого самоврядування.

Список використаних джерел

1.Лопушинський І. Електронна демократія та електронне урядування : досвід США і України. URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2011-2/doc/2/03.pdf (дата доступу: 02.04.2020).

2. Електронне урядування та електронна демократія : навч. посіб. : у 15 ч. / за заг. ред. А. І. Семенченка, В. М. Дрешпака. К., 2017. Частина 3 : Електронна демократія: основи та стратегії реалізації / Н. В. Грицяк, А. І. Семенченко, І. Б. Жиляєв. К.: ФОП Москаленко О. М., 2017. 84 с.

3. Електронне урядування. Опорний конспект лекцій / Дзюба С. В та ін. За ред. А. І. Семенченка. К., 2012. 264 с.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОСАДОВИХ ОСІБ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЧЕРЕЗ ЕТИЧНІСТЬ ПОВЕДІНКИ

Кулинич В.І.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Шупта І.М.,
кандидат педагогічних наук, доцент

Імідж посадових осіб органів місцевого самоврядування в кінцевому рахунку формує через етичність поведінки в населення орієнтацію на співпрацю з представниками органів місцевого самоврядування, або, навпаки, може сформувати негативну установку, і, як наслідок, небажання вступати в будь-яку взаємодію з ними з боку конкретного громадянина. Дані обставини одночасно виступають і факторами розвитку етичної поведінки корпусу посадових осіб.

Важливе значення має виконання нормативних правових актів, які регламентують професійну діяльність посадових осіб органів місцевого самоврядування і передбачають відповідальність за порушення встановлених приписів. Сюди слід також віднести Кодекс етики і службової поведінки, який встановлює вимоги до діяльності посадових осіб органів місцевого самоврядування, принципи і правила їх службової поведінки.

Ми ведемо мову про служіння державі, громадським інтересам, повазі до особистості, дотриманні принципів законності, лояльності, політичної нейтральності, особистої відповідальності, загальних моральних принципів, виконанні службових обов’язків, відкритості для суспільства, неприпустимість корисливих і корупційних дій.

Дані правила необхідно не лише знати, проте й задовольняти. Імідж як вираз суспільних очікувань сам по собі диктує вимоги до посадової особи органу місцевого самоврядування, задаючи формат найбільш ефективного представлення перед аудиторією. Очевидним є те, що професійна підготовка посадових осіб органів місцевого самоврядування передбачає не лише високий рівень знань і певних практичних умінь при вирішенні складних управлінських завдань, проте й комунікативних навичок, здатності проводити наради й вести

ділові бесіди, впевнено триматися перед опонентами на дискусійних майданчиках, а також мати навички спілкування з пресою.

Обов'язковою умовою створення позитивного іміджу є значні правила поведінки, встановлених етикетом, вміння вести себе відповідно до них. Як і мораль, так і етикет є однією з найважливіших форм регулювання людської поведінки. Як зазначає В.В. Лола: «… слід пам'ятати, що позитивний імідж та авторитет органів влади, персоналу публічної влади – це не тільки мета, якої намагаються досягти суб'єктивні носії державно-владних повноважень, але, перш за все, і результати їх конкретної роботи, взаємодії влади та суспільства, влади та населення» [1].

Серед основних причин неетичної поведінки учасники опитування, проведеного серед посадових осіб Кринківської сільської ради Глобинського району, називали (табл. 1): низький рівень загальної культури (42,8 % опитаних); недостатня громадянська вихованість посадових осіб (на думку 34,7 % респондентів), а також неналежні матеріальні умови життя посадових осіб (28,1 % учасників опитування).

Таблиця 1

Основні причини неетичної поведінки посадових осіб органів місцевого самоврядування (за результатами опитування, 2019 р.)

Причини неетичної поведінки	Думки респондентів	
	кількість відданих голосів	%
1. Слабка правова регламентація поведінки	2	16,5
2. Недостатній розвиток соціальних норм в органах місцевого самоврядування	2	18,3
3. Відсутність посадової вимогливості керівництва в органах місцевого самоврядування	2	19,8
4. Низький рівень загальної культури посадових осіб органів місцевого самоврядування	4	42,8
5. Недостатня громадянська вихованість посадових осіб органів місцевого самоврядування	3	34,7
6. Неналежні матеріальні умови життя посадових осіб органів місцевого самоврядування	3	28,1
7. Загальне падіння моралі в суспільстві	4	41,5
8. Відсутність належного громадського контролю	1	11,6

Серед особистісних рис, якими повинен володіти публічний службовець, респонденти виокремили: вміння спілкуватися з людьми – 22,8 %, порядність – 19,2 %, надійність – 9,8 %, небайдужість та чуйність по 7,8 %, привітність – 9,4 %, дипломатичність – 7 %, справедливість та вміння слухати – відповідно по 8,7 % і 7,8 %.

Таким чином, імідж посадових осіб органів місцевого самоврядування формує в населення через етичність поведінки орієнтацію на співпрацю з представниками органів місцевого самоврядування, а обов'язковою умовою створення позитивного іміджа є значні правила поведінки, встановлених етикетом, вміння вести себе відповідно до них, яких необхідно не лише знати, проте й до-

тримуватися. На нашу думку, для формування позитивного іміджу публічному службовцю необхідно звернути увагу на формування таких особистісних якостей у відповідності до службової поведінки, як порядність, надійність та небайдужість, чуйність, дипломатичність, справедливість та привітність, терпимість, а також вміння спілкуватися з людьми.

Список використаних джерел

1. Лола В.В. Громадська оцінка професійної діяльності персоналу органів публічної влади. URL: http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2010-01/10lvvppv.pdf. (дата звернення 28.03.2020).

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПАТРОНАТНОГО ВИХОВАННЯ: НЕДОЛІКИ ТА ПЕРЕВАГИ

Мирна Н. Л.
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Щетініна Т.О.,
кандидат історичних наук, доцент

26 січня 2016 року був прийнятий Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення соціального захисту дітей та підтримки сімей з дітьми», який уперше в українському законодавстві закріпив таку сімейну форму влаштування дітей, як патронатна сім'я [1].

Сімейний патронат – інновація у сімейному праві України, проте в розвинутих країнах завдяки такій формі влаштування дітей практично не існує дитячих будинків.

Патронат над дитиною (у закордонній практиці – фостерний догляд) – це тимчасовий догляд, виховання та реабілітація дитини в сім'ї патронатного вихователя на період подолання дитиною, її батьками або іншими законними представниками складних життєвих обставин. Метою патронату є забезпечення захисту прав дитини, яка через складні життєві обставини тимчасово не може проживати разом із її законними представниками.

Патронатний вихователь – це особа, яка за участю членів своєї сім'ї надає послуги з догляду, виховання й реабілітації дитини у своїй родині. Патронатним вихователем може бути повнолітній громадянин України, який має досвід виховання дитини й відповідні житлові умови для надання послуг з догляду, виховання й реабілітації дитини у своїй домівці.

Рішення про введення послуги з патронату над дитиною приймають виконавчі органи місцевих рад або місцеві державні адміністрації.

Установою, на яку покладається функція з організації надання такої по-

слуги, може бути Центр соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді, інша установа, заклад чи організація, яка надає соціальні послуги дітям.

Одночасно під патронат (в одну патронатну сім'ю) влаштовуються виключно діти (не залежно від їхньої кількості), які є братами-сестрами або до влаштування під патронат проживали в одній родині. Це принципово, оскільки лише так можна здійснювати догляд, який відповідає потребам дитини.

Відповідно до вимог статей 252-253 Сімейного кодексу України термін перебування дитини в сім'ї патронатного вихователя встановлюється органом опіки та піклування і не може перевищувати трьох місяців [2].

Оплата послуг зі здійснення патронату над дитиною здійснюється шляхом щомісячних виплат грошового забезпечення патронатним вихователям. Розмір оплати за послугу патронату над дітьми прирівняний до п'яти прожиткових мінімумів для працездатної особи. У разі перебування у сім'ї патронатного вихователя дітей віком до 1 року, дітей-інвалідів та одночасно двох і більше дітей розмір грошового забезпечення збільшується на 10 відсотків за кожну дитину та категорію, проте сумарно не більше ніж на 50 відсотків. Нарахування та сплата єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування патронатних вихователів із сум їх грошового забезпечення здійснюються у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Отже, держава на законодавчому рівні гарантує підтримку патронатним вихователям і зацікавлена в забезпеченні прав дітей на родинне виховання. Таким чином вона сприяє запобіганню соціальному сирітству, допомагає родинам пережити періоди криз, дбає про майбутнє дітей та родин, як того вимагає Закон України «Про охорону дитинства» [3].

Але законодавство у цій сфері має й суттєві прогалини. Стримувальним чинником для розгортання сімейного патронату є відсутність соціальної реклами. З боку держави варто було б передбачити таку рекламу на телебаченні, виготовити та розповсюдити банери. Бо люди не поінформовані про таку соціальну послугу, як сімейний патронат.

До відмови потенційних патронатних вихователів укладати договори на співпрацю призводять і такі фактори:

– законодавчо не передбачено фінансова підтримка патронатного вихователя на період відсутності дітей у родині. Тобто на невизначений час патронатний вихователь залишається без засобів на існування;

– не урегульовано питання потрапляння дітей із проблемних сімей у патронатну родину через лікувальні заклади (карантин), а отже існує ризик зараження вихователя та помічника;

– діти із сімей, які потрапили у складні життєві обставини як правило потребують корекційної, реабілітаційної і соціально-педагогічної допомоги.

У сільській місцевості таких фахівців просто немає, що ускладнює процес реабілітації та соціальної інтеграції.

Виконання вимог міжнародного права щодо забезпечення права дітей зростати в сім'ї, в атмосфері доброзичливості та любові, вимагає впровадження

ще низки законодавчих, фінансових та організаційних алгоритмів, а також доопрацювання вже існуючого правового забезпечення.

Список використаних джерел

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення соціального захисту дітей та підтримки сімей з дітьми: Закон України від 26 січня 2016 року № 936-VIII; редакція 01.01.2020. *Верховна Рада України. Законодавство: офіційний сайт*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/936-19.

2. Сімейний кодекс України: Закон України від 26 січня 2016 року № 2947-III; редакція 02.04.2020. *Верховна Рада України. Законодавство: офіційний сайт*. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2947-14.

3. Про охорону дитинства: Закон України від 26 квітня 2005 року № 2342-IV; редакція 09.08.2019. *Верховна Рада України. Законодавство: офіційний сайт*. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/2402-14.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ

Ступенко С.Г.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Лозинська Т.М.,
доктор наук з державного управління, професор

Система професійного навчання державних службовців в Україні складалася, виходячи з принципу неперервності навчання, оскільки запорукою професійного розвитку посадовців в усіх органах влади є оволодіння сучасними управлінськими знаннями, нормами законодавства та іншою інформацією, що стосується розвитку суспільства. Удосконалення системи професійного навчання публічних службовців на основі чіткої нормативно-правової бази є одним з пріоритетів реформи державної служби в Україні. У даний час система професійного навчання державних службовців в Україні перебуває в стадії модернізації, мета якої – забезпечення вчасного реагування на потреби слухачів на основі зміни моделі фінансування, викликаної фінансовою децентралізацією.

Удосконалення нормативно-правового забезпечення професійного навчання публічних службовців останніми роками знаходилося в полі зору багатьох учених, зокрема: Є. Бородіна, Н. Гончарука, Н. Нижник, О. Оболенського, Л. Прокопенка, С. Серьогіна, В. Сороко та ін. Здебільшого науковці розглядають правові проблеми з точки зору виявлення їх впливу на розвиток і функціонування системи професійного навчання державних службовців. Поряд з цим Л. Гогіна та Ю. Іванченко аналізували стан нормативно-правового забез-

печення процесу професійного навчання з позиції розмежування підготовки кадрів для різних управлінських рівнів. У роботах Г. Лелікова, В. Лугового, С. Калашнікової, В. Куценка, Г. Мостового, О. Мельникова, М. Міненка, П. Назимка, Г. Опанасюка, О. Оболенського висвітлені питання організаційно-правового забезпечення навчання і підвищення кваліфікації державних службовців [1]. Не зважаючи на активні наукові пошуки шляхів удосконалення нормативно-правового забезпечення системи підвищення кваліфікації публічних службовців, значна частина правових проблем усе ще залишається актуальною.

На сьогодні діяльність органів влади у галузі підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації публічних службовців регламентується близько 90 нормативно-правовими актами, положення яких нерідко дублюються або суперечать одне одному. В Програмі кадрового забезпечення державної служби, затвердженої Указом Президента України від 10 листопада 1995 р. №1035/95 державна система підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців визначена як сукупність освітньо-професійних і професійних програм підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців; акредитованих навчальних закладів, інститутів і центрів підвищення кваліфікації, які реалізують зазначені програми; органів, що здійснюють управління системою підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців [2]. Комплексною програмою підготовки державних службовців, затвердженою Указом Президента України від 9 листопада 2000 р. № 1212/2000, конкретизовано вимоги щодо освітньо-професійних і професійних програм підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців, дотримання яких вимагатиме консолідації зусиль усіх суб'єктів, причетних до підвищення кваліфікації публічних службовців. Зміни щодо управління системою перепідготовки посадових осіб публічної сфери передбачені також Постановою Кабінету Міністрів України «Про фінансове забезпечення підготовки і підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування та органів військового управління Збройних Сил» від 14 липня 1999 р. № 1262; Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку прийому на навчання за освітньо-професійною програмою підготовки магістрів за спеціальністю «Публічне управління та адміністрування» галузі знань «Публічне управління та адміністрування» від 29 липня 2009 р. № 789; Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про систему підготовки та підвищення кваліфікації державних службовців і посадових осіб органів місцевого самоврядування» від 7 липня 2010 р. № 564; Постановою Кабінету Міністрів України від 27 вересня 2016 р. № 674 «Деякі питання реформування системи професійного навчання державних службовців і посадових осіб органів місцевого самоврядування», якою було внесено зміни до низки чинних нормативно-правових актів у зв'язку з набуттям чинності нової редакції Закону України «Про державну службу» [3]; Указом президента України «Про стратегію державної кадрової політики на 2012-2020 роки» тощо [1].

Отже, можна констатувати, що чинне нормативно-правове забезпечення системи підвищення кваліфікації публічних службовців модифікується разом із реформою державної служби, яка покликана сприяти підвищенню ефективності публічного управління. Загострення усіх суспільних проблем не може не відбиватися на фаховій підготовці кадрів для публічної сфери, які покликані знаходити непрості рішення щодо подолання сучасних викликів.

Список використаних джерел

1. Серченко К. С. Нормативно-правові засади функціонування системи професійного навчання державних службовці в Україні. *Державне управління та місцеве самоврядування. 2016. №1. С 126-134.*

2. Про затвердження Програми кадрового забезпечення державної служби: Указ Президента України від 10.11. 1995 р. №1035/95. URL: http://search.ligazakon.ua.

3. Аналіз ситуації щодо професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців і посадових осіб органів місцевого самоврядування в Україні: Інформаційно-аналітичний звіт. URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/07/ Analytical-report_Institution-Training-2017_7July_Final.pdf.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ОПОРНИХ ШКІЛ У ПРОЦЕСІ РЕФОРМИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Колотій І. С.,
здобувач вищої освіти СВО Магістр,
ННІ ЕУПІТ

Науковий керівник – Щетініна Т.О.,
кандидат історичних наук, доцент

Головною ідеєю щодо освітнього процесу в рамках реформи децентралізації в першу чергу є демонтаж системи управління та фінансування галузі крізь певну вертикаль влади та передача повноважень на місця, безпосередньо до об’єднаних територіальних громад. Такі зміни вплинуть на районні та обласні органи управління освітою [1, с.55]. Значною мірою цьому сприяють норми законодавства щодо децентралізації місцевого самоврядування та нові закони у сфері освіти. У відповідності до визначених у них нових підходах посилюється відповідальність та звітність органів управління та навчальних закладів перед суспільством.

Шкільна реформа передбачає новий тип управління як на рівні громади, так і на рівні школи. Це означає, що керівник не може приймати рішення самостійно. Те ж саме стосується місцевої влади. Тобто, при визначенні щорічного

бюджету на освіту або відкритті опорної школи відділ освіти чи голова громади має залучити всі зацікавлені сторони: вчителів, батьків та учнів. Коли мова йде про школи та дитячі садки, то межі їхньої автономії поки що не визначені законом чітко. Проте закон стверджує, що навчальний заклад має самостійно розробити освітню програму та навчальний план, а також формує внутрішню систему забезпечення якості освіти. Коротко кажучи, все, що стосується освітнього процесу, вирішується саме в навчальному закладі. Щодо умов для такого навчального процесу, то створювати їх повинні саме органи влади [2].

У процесі децентралізації особливу увагу приділяють ідеї створення та налагодження належного рівня функціонування опорних навчальних закладів. Така концепція стала найбільш вдалим проєктом Міністерства освіти і науки України, що вже цілком реально та позитивно впливає на забезпечення умов для якісної освіти, особливо у сільській місцевості.

За даними Міністерства освіти і науки України станом на 01.06.2019 р. у Полтавській області було створено 53 опорні шкільні заклади, які мають 43 філії. У цих школах навчається 19851 учень, а також 4683 учня у ці опорні школи довозять. Найбільшими в області є Пирятинський ліцей (929 учнів), Опорний заклад «Новосанжарська ЗОШ І-ІІІ ступенів» (892 учня) та Опорний заклад «Гребінківська ЗОШ І-ІІІ ступенів № 4» (852 учня). Для порівняння, зазначимо, що найменшим опорним закладом області за чисельністю учнів є Новомартиновицька загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів Пирятинської районної ради, там навчається лише 125 осіб [3].

Матеріально-технічне забезпечення опорних навчальних закладів є одним із найважливіших чинників, які визначають їх ефективне функціонування та доцільність відкриття. При відсутності передумов для організації освітнього середовища відбувається зниження мотивації місцевої влади і громади щодо створення опорних закладів.

Науковці та фахівці-практики як у сфері публічного управління, так і у сфері освіти у цілому ряді досліджень, враховуючи міжнародний досвід утворення мережі опорних шкіл, узагальнили основні помилки і ризики організації опорних шкіл: відсутність стратегії розвитку опорної школи; невизначеність мети функціонування школи; відсутність плану управління інфраструктурою; недостатній рівень автономії навчальних закладів, що підпорядковуються місцевим органам; нераціональний розподіл коштів; відсутність надійних статистичних даних для здійснення аналізу і прогнозів щодо оптимізації навчальних закладів; відсутність інституту відкритих даних щодо функціонування опорних шкіл; відсутність налагодженої системи моніторингу діяльності опорних шкіл; спротив громади створенню таких навчальних закладів.

Враховуючи вище вказані помилки та ризики організації опорних закладів, запропоновано чимало варіантів їх подолання. Вважаємо, що першочерговими кроками у цьому питанні повинні стати розробка нормативно-правової бази забезпечення функціонування системи опорних шкіл та перехід на державно-громадське управління освітою, а також створення реєстру опорних

шкіл.

Отже, оцінивши сферу освіти у процесі децентралізації в громадах, можна сказати, що забезпечення якості освітніх послуг стало одним із основних критеріїв, за якими суспільство оцінюватиме ефективність реформи у своїй громаді. Оскільки процес формування опорних навчальних закладів продовжується, тож запропоновані шляхи подолання основних помилок і ризиків організації опорних шкіл дозволяють вже створеним громадам якісно реалізувати проекти, які стосуються утворенню опорних закладів та філій.

Список використаних джерел

1. Стрільчук В. І. Децентралізація школи: соціологічний погляд на проблему. *Методичні публікації: школа очима соціолога. Педагогічний пошук. 2017. № 3 (95). С.55-60.*

2. Когут І. Місцеві органи влади повинні створювати умови для автономії шкіл. *Щомісячний вісник програми «U-LEAD з Європою». 2018. Випуск № 5 (вересень).* URL: https://donors.decentralization.gov.ua/uploads/admin/news_digest/file_uk/files/5be94abbc043247f0bfbe0e5/U-LEAD_Dynamics_Issue_5_ua.pdf

3. Повний перелік опорних шкіл (станом на 01.06.2019 р.). *Міністерства освіти і науки України: офіційний портал.* URL: https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/oporni-shkoli

ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Коваленко Б.Т.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та
інформаційних технологій

Науковий керівник – Шульженко І.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Важливість прийняття управлінських рішень для сучасного підприємства важко переоцінити. Тому що від того, які саме управлінські рішення розробляються і реалізуються, залежить поточна та перспективна конкурентоспроможність підприємства, ефективність діяльності в ринковому середовищі. Ідеальних управлінських рішень, які влаштовували б усі зацікавлені сторони без виключення, не існує. На практиці досить рідко зустрічаються ситуації, в яких те або інше рішення керівника не мало б ніяких негативних наслідків. Кожне рішення повинне врівноважувати суперечливі цінності, цілі і критерії як працівників та керівництва підприємства, так і суспільства в цілому.

Окрім цього, прийняття рішення – це і психологічний процес, а оскільки поведінка людини не завжди є логічною, то способи прийняття та ухвалення управлінських рішень варіюються від спонтанних та інтуїтивних до високотехнологічних. Керівник, який приймає рішення, як правило, знаходиться під впливом таких психологічних чинників, як досвід (власний і колег), соціальні установки, особисті цінності тощо [1,с.42].

Одним з актуальних та важливих аргументів, на який повинен спиратися сучасний керівник при прийнятті управлінських рішень, є врахування принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Слід визначити, що корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність тих, хто приймає управлінські рішення, за тих, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають. Науковцями визначається, що соціальна відповідальність – це концепція, що заохочує підприємства враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив його діяльності на споживачів, стейкохолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства [2, с.90].

У зовнішньому середовищі соціально-екологічна відповідальність тісно пов'язана з етичними нормами бізнесу, які доповнюють систему природоохоронних норм і вимог, встановлених в законодавстві. У внутрішньому – це прийняття відповідних управлінських рішень, які запроваджують етичні принципи відношення керівництва до персоналу підприємства, працівників до свого оточення тощо.

Треба зазначити, що зовнішня складова соціально-екологічної відповідальності тісно пов'язана з етичними нормами бізнесу, які доповнюють систему природоохоронних норм і вимог, встановлених в законодавстві, стандартах тощо. Вона являє собою усвідомлену і мотивовану участь бізнесу в різноманітних заходах, спрямованих на попередження та мінімізацію негативних впливів на навколишнє середовище, раціональне природокористування, економію сировинних і енергетичних ресурсів в процесі господарської діяльності, максимальне використання відходів, їх переробку, попередження аварійних і надзвичайних ситуацій, підтримка заходів з охорони здоров'я, збереженню культурно-історичної спадщини, біорізноманіття територій, збереження зникаючих біологічних видів і т. ін. [3,с. 325- 328].

Зазначимо, що певні особливості управлінських рішень пов'язані з прийняттям етичних управлінських рішень. Тут треба зазначити, що найбільш значущими є такі екологічні проблеми, які можна вирішити тільки за умови екологічно орієнтованої господарської діяльності. Також вирішити проблему етичності у прийнятті управлінських рішень можливо за умови виконання екологічних, соціальних, ділових зобов'язань підприємства перед своїми працівниками, а також перед суспільством.

Дотримання цих етичних принципів може мати окрім позитивних соціальних наслідків також і комерційні вигоди, а саме: зменшення підприєм-

ницьких ризиків, підвищення ділової ефективності, зростання нематеріальних активів підприємства, підвищення морального рівня співробітників, формування кваліфікованої команди, розширення ринкового визнання, виявлення нових комерційних можливостей. Тобто, дотримання підприємством принципів корпоративної соціальної відповідальності, врахування важливості її екологічної компоненти у зовнішньому та внутрішньому

Список використаних джерел

4. Хрущ Н. А., Корпан О.С., Желіховська М.В. Проблеми прийняття управлінських рішень в системі стратегічного управління підприємствами. *Вісник Хмельницького національного університету,* 2010. № 1. С. 41-45.
5. Лазоренко Л. В. Корпоративна соціальна відповідальність як інноваційна стратегія бізнесу. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту.* Вип.1 (14), 2013. С. 89–96.
6. Петрашко Л.П. Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія. К.: КНЕУ, 2013. 372 с.

ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ

Пугін О.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Олійник А.С.,
кандидат економічних наук, старший викладач

Менеджмент все більш впевнено входить у виробниче та суспільне життя країн світу. З однієї сторони – це наука, яка опирається на об’єктивні закони та закономірності, чіткі правила й технології, що допомагає людям розібратись в реаліях виробничого процесу. З іншої, менеджмент визначає правила поведінки людських організацій, які суттєво відрізняються одна від одної звичками, традиціями, життєвими цінностями, інститутами, рівнем освіти, суспільною мораллю тощо. Тому, при переході від теорії менеджменту до практики, необхідно застосовувати такі моделі, які відповідають місцевим умовам, національним звичаям та устроям [3].

Українська ментальність і «психологічне неприйняття» працюючими вищої ланки управління як керівників виробничим процесом, привело до низької самооцінки своїх власних можливостей. Причиною такого стану є влада, яка на протязі багатьох років розставляла пріоритети за наступною схемою: перше місце надавалось потокам ресурсів – фінансовим матеріальнотехнічним та паливно-енергетичним, друге місце – процесам (технологічним, навчально-

виховним), третє – машинам, устаткуванню. В останню чергу - четверте місце віддавалось працівникам. Радянська суспільна (у першу чергу, економічна) наука обґрунтовувала соціалістичний спосіб виробництва так і не дослідивши природу праці як головного фактора багатства. Тим самим схоластичність і догматичність вітчизняної суспільної науки знайшли могутнє підтвердження саме в ігноруванні вчення про двоїсту природу праці та формуванні на цій основі механізму організації доцільної трудової діяльності персоналу на соціальних об'єктах. [1]

З розвитком ринкових відносин в економіці самостійної України менеджменту приділяється значна увага. При формуванні моделі менеджменту пострадянських країн, виникла необхідність у створенні національної системи управління на основі аналізу найбільш успішних моделей менеджменту з метою запозичення найбільш прийнятних форм для української економіки. Серед світових управлінських моделей найбільшою популярністю користується американська модель (англо-американська), яка сформувалась ще наприкінці 19 століття. Сьогодні у більшості країн відбувається процес творчого осмислення та адаптації американського менеджменту до національних особливостей, на цій основі виникають регіонально-національні моделі менеджменту. Американська модель ґрунтується на жорсткій організації системи управління організацією при зовнішній демократичності. В її основі лежить машиноконвеєрна, електронно-формалізована система управління виробничим сектором, що може стати в пригоді будь-якій економічній системі. Базою організаційної структури американської корпорації стала система децентралізованого управління виробничим процесом, створення більш розгалужених і складних організаційних структур

Для української моделі за необхідне є запозичення із американської моделі формування жорсткої організації із виділенням повноважень та обов'язків кожної ланки організаційної системи. Крім цього необхідним є початкове переконання працівників у тому, що успіх економіки залежить від різних факторів, які впливають на економічні об'єкти. Тому, необхідним є формування стратегії розвитку національної економіки, яка повинна включати в себе безперервний ріст економічних показників та поглиблення спеціалізації виробництва, а проведення контролю за всіма галузями національної економіки матиме велике суспільне значення.

Сучасний менеджмент супроводжується рядом важливих нових функцій, які багато в чому відрізняються, а в деякому своєму прояві доповнюють функції традиційного менеджменту, а саме [2]:

– інтелектуальний характер процесів прийняття рішення;

– розгалуження єдиної системи загального менеджменту на інвестиційний менеджмент, маркетинговий, інноваційний та інші;

– виникнення нових функцій менеджменту, що пов'язано з ускладненням середовища управління, необхідністю максимального використання всіх внутрішніх резервів менеджерів, зростанням впливу менеджерів на кінцеві ре-

зультати, необхідністю зростання інтелектуального рівня керівництва та кваліфікації менеджерів;

– використання інформаційних технологій в менеджменті.

Отже, формування та функціонування системи менеджменту характеризує багатоваріантність можливих вирішень, гнучкість і неординарність господарських ситуацій та неповторність способів дії у конкретній ситуації. Менеджмент не дає універсальних вказівок, він лише навчає, як, знаючи прийоми, способи та шляхи вирішення тих чи інших управлінських завдань, досягти успіху в умовах конкретного підприємства.

Список використаних джерел:

4. Лесечко М. Українська модель менеджменту. «Львівська газета» за 28.09.2005. Львів, 2005.

5. Окорський В. П. Основи менеджменту. Рівне: НУВГП, 2009. 400 с.

6. Орловська О. В. Формування та становлення системи менеджменту в Україні. Науковий вісник НЛТУ. Львів: РВВ НЛТУ України. 2014. Вип. 24.3. С. 180–186.

СЕКЦІЯ ФАКУЛЬТЕТУ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ФРИЛАНСУ ЯК ФОРМИ САМООРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ

Ведмідь М. О., Голобородько В. В.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Єгорова О. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Фриланс (або фріланс) – вид організації праці, при якому використовується віддалена робота з фіксованим обсягом робіт [3].

Сучасний ринок праці неможливо уявити без фрилансерів – вільних спеціалістів, які працюють в організації не як штатні працівники, а залучаються на короткий термін для виконання певних робіт. Найчастіше вони шукають роботу самостійно (пропонують свої послуги на спеціалізованих інтернет-ресурсах, як рекламу в газетах або за допомогою особистих зв'язків) або використовують професійні асоціації чи веб-сайти. Іноді інтереси фрилансерів представляють компанії або агентства, які перепродають позаштатну роботу клієнтам (форма аутсорсингу).

Найбільш популярними галузями для фрилансерів в Україні є маркетинг, створення мультимедіа, графічний та веб-дизайн, програмування, IT та копірайтинг, в яких працює 79% фрилансерів. Середньомісячний дохід фрилансерів, що працюють у цих сферах становить від 650 до 2100$. [4]

Займаються фрилансом також представники так званих творчих професій (письменники, журналісти, перекладачі, дизайнери, художники, фотографи), архітектори, інженери, маркетологи, спеціалісти з реклами, консультанти з різних питань.

Широке розповсюдження фрилансу зумовлене його перевагами у порівнянні з традиційними формами організації праці, найголовнішими з яких є:

1) гнучкий графік. Фрилансер сам собі керівник: він самостійно розпоряджається своїм часом, визначає що й коли робити, планує час відпочинку та праці, може працювати тільки в найбільш продуктивні години;

2) можливість обирати завдання та клієнтів. Якщо самозайнятому спеціалісту не подобається завдання чи споживач послуг – їх можна змінити;

3) робота не має територіального обмеження. Можна виконувати свою роботу в будь-якому місці. Фриланс розширює міжнародну співпрацю, що дозволяє обмінюватися досвідом та отримувати валюту для країни;

4) відсутня транспортна проблема, а отже є змога заощадити свій час і гроші;

5) створення оптимального балансу між роботою та сім'єю;

6) можливість виконувати одночасно декілька робіт тощо.

Дистанційна робота є особливо актуальною під час карантину чи інших

надзвичайних ситуацій, вона розв'язує транспортні проблеми та мінімізує ризик погіршити стан свого здоров'я та стан здоров'я оточуючих.

Використання праці фрилансерів надає певні переваги й роботодавцям:

1) економія на оренді та обслуговуванні приміщень та на обладнанні робочих місць;

2) економія на оплаті праці зайвих штатних працівників та відсутність соціальної відповідальності та зобов'язань перед працівником щодо оплати відпустки та лікарняних;

3) можливість швидко залучати фахівців високого класу з інших регіонів;

4) можливість мінімізувати документообіг та звітність;

5) можливість швидкого припинення співпраці з фрилансером, у порівнянні зі звільненням штатного працівника;

6) можливість оптимізувати податки.

Крім перерахованих вище переваг цього способу зайнятості, є й недоліки:

1) нестабільність доходів: можливі ситуації, коли відповідних пропозицій для роботи багато або, навпаки, вони відсутні;

2) не завжди гарантована оплата за виконану роботу. Замовнику може не сподобатись робота, відповідно оплату за неї працівник не отримає;

3) відсутність соціального захисту щодо оплати відпустки та лікарняних;

4) необхідність самостійно планувати графік робіт, результат роботи залежить від власної відповідальності та самоконтролю;

5) часто фрилансери не сплачують податки взагалі або у повному обсязі, тіньові доходи породжують розвиток тіньової економіки;

6) висока конкуренція та висока комісійна плата за користування фриланс-платформами;

7) необхідність самостійного введення бухгалтерії та організації робочого місця;

8) проблема захисту конфіденційної інформації та авторських прав, відсутність живого спілкування і колективу;

9) треба бути готовим до того, що інвестиції у вигляді знань (чи певного обладнання) принесуть реальний прибуток лише за два-три роки.

Головними загрозами для роботодавця, який обирає таку форму відносин з працівниками є: відсутність контролю за процесом виконання роботи; не зацікавленість фрилансера в розвитку організації та менша відповідальність самозайнятого у порівнянні зі штатним працівником.

Отже, фриланс – нова прогресивна форма зайнятості. Він має велику кількість як переваг, так і недоліків. Державі необхідно створювати умови, які б стимулювали фрилансерів реєструватись, сплачувати податки, і головне залишатись в Україні.

Список використаних джерел

1. Зайченко К. С. Ринок фрілансу в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2017. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5994 (дата звернення: 24.03.2020).

2. Лєскова Л. Ф. Фріланс та його перспективи на українському ринку праці. *TopicalIssuesofScienceandEducation* : ProceedingsoftheInternationalScientificConference (Warsaw, Poland, July 17, 2017). Warsaw : RS Global S. z O.O., 2017. Vol. 3. С. 22-26. URL: http://archive.ws-conference.com/wp-content/uploads/pw0111.pdf (дата звернення: 24.03.2020).

3. Тертичний О. О. Фриланс як сучасний вид трудових відносин. *Вісник економіки, транспорту і промисловості*. 2016. № 55. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/frilans-yak-suchasniy-vid-trudovih-vidnosin (дата звернення: 23.03.2020).

4. Як заробляють фрілансери в Україні та світі (інфографіка). *Дивись info.* 2020. URL : https://dyvys.info/2020/02/10/yak-zaroblyayut-frilansery-v-ukrayini-ta-sviti-infografika (дата звернення: 24.03.2020).

ЗНАЧЕННЯ ГРАФІЧНОГО МЕТОДУ В НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Горбань В.К.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Рудич А. І.,
кандидат економічних наук, доцент

Статистичний графік являє собою систему подання інформації про соціально-економічні явища за допомогою наочного зображення статистичних числових величин та їх співвідношень з використанням знакових систем: крапок, знаків, ліній, геометричних фігур, малюнків з метою їх узагальнення й подальшого аналізу. Графіки мають перевагу перед текстовим викладом і статистичними таблицями, що дають наочні результати статистичного зведення і обробки матеріалу. За допомогою графіків легко виявити і наочно подати закономірності, які важко вловити в складних статистичних таблицях [2, с. 68].

Графічний метод вважається досить важливим та ефективним знаряддям сучасної науки. Графічна мова вважається специфічною формою наукового мислення та узагальнення. Це особлива форма інформації, яка трактується в сучасних поняттях теорії пізнання як своєрідна знакова система. Мова статистичних графіків належить до умовних символічних мов і має такі особливості [3]:

1) двомірність графічних знаків, тобто домірність запису. Це основна ознака графічної мови як знакової системи, джерело інформації та пізнавальної сили. Так, у двомірному символічному записі «працює на інформацію» як послідовність розташування знаків у лінійному ряду, так і їх розташування в просторі. Це, безумовно, розширює інформаційні й пізнавальні можливості графічної мови;

2) безперервність виразу. У статистичних графіках відповідна інформація

представлена не окремими дискретними знаками, а взаємопов'язаною системою, геометрично орієнтованою у просторі. Цим графічна мова відрізняється, наприклад, від мови математичних формул, яка зберігає дискретність знаків і лінійну послідовність їх виразу;

3) відокремленість викладу. Статистичні графіки як знаряддя наукової інформації відособлюються від тексту взаємопов'язаної за змістом інформації, яка подається в усній або письмовій формі. Тимчасом як мова математики (фізики чи хімії), як правило пов'язана з такими формами подання інформації.

Для кращого сприйняття закономірностей явищ і процесів у економічному аналізі широко застосовуються графічні способи зображення інформації, для цього існують спеціальні види графіків. Наявність зручних програм для аналізу статистичних даних на комп'ютерах (наприклад, електронні таблиці Microsoft Excel для Windows) розширює коло споживачів методів графічного зображення інформації. Застосування графічного методу при вивченні соціально-економічних явищ досить різнопланове.

Прикладом може бути графічне зображення складу спеціалістів певної галузі національної економіки за віком, статтю, фахом або обсягів і галузевого складу валової продукції сільського господарства, агарної сфери, промисловості тощо. Специфічною особливістю графічних зображень є їх лаконічність та простота кодування інформації. До окремих особливостей статистичних графіків належать також їх виразність, універсальність доступність для огляду [1].

Графіки в статистиці, як правило, використовуються для широкої популяризації даних і полегшення їх сприйняття неспеціалістами, тому в доповідях, промовах і повідомленнях використання статистичних даних часто здійснюється за допомогою графіків. Графіки полегшують ознайомлення мас зі статистичними даними, оживляють таблицю, роблять її більш доступною. Графіки широко використовуються для узагальнення та аналізу статистичних даних. Вони знаходять собі велике застосування в дослідницькій роботі. Саме за допомогою графіків легше усвідомити закономірності розвитку, розподілу та розміщення явищ і можна зробити висновки, які на базі табличного матеріалу були б скрутними. Крім того, треба ще вказати і на контрольне значення графіків. Під цим слід розуміти той факт, що в багатьох випадках різного роду помилки і неточності виявляються при застосуванні графіків, тобто вони іноді є контролером різних процесів [4, с. 69].

Особливу роль відіграє графічний метод при вивченні динаміки соціально економічних явищ, де використовують графічні характеристики рядів динаміки; у статистико-географічних дослідженнях, де статистичні дані зображують у вигляді статистичних карт. Побудовою останніх займається прикладна наука – економічна картографія, в якій тісно поєднуються статистичні і географічні аспекти дослідження явищ [3,с. 35].

Отже, графіки здавна і широко застосовуються у найрізноманітніших сферах людської діяльності. Вони є необхідним інструментом для статистики й

економічного аналізу. Відповідний графік, якщо він правильно побудований, являє собою особливий образ, який активізує процес аналітично-статистичного мислення. На допомогу логічним асоціаціям приходять органи зору, які серед усіх органів чуття мають найбільшу здатність засвоювати інформацію.

Список використаних джерел

1. Акімова О.В., Дубинська О. С. Статистика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 168 с.

2. Бек В. Л. Теорія статистики: курс лекцій: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 288 с.

3. Тарасенко О. І. Статистика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 34 с.

4. Череп А. В. Економічний аналіз: навч. посіб. Київ: Кондор, 2015. 160 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА

Дерикаптан О.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Чіп Л.О.,
кандидат економічних наук, доцент

Дохід визначається під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлене зростанням власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена.

Критерії визнання доходів:

1) надходження від інших підприємств та осіб: сума податку на додану вартість, акцизів, інших податків і обов'язкових платежів, які підлягають перерахуванню до бюджету і позабюджетних фондів;

2) сума, отримана як попередня оплата за продукцію, роботи і послуги;

3) суми завдатку під заставу або в погашення позики, якщо ця операція передбачена відповідним договором;

4) надходження, які належать іншим підприємствам і особам. Слід зазначити, що позитивний фінансовий результат є основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування [1].

Діяльність підприємства спрямовується на те, щоб забезпечити зростання прибутку або принаймні стабілізацію його на певному рівні. Підприємства мають фінансову самостійність і самі вирішують, на які цілі і в яких розмірах після сплати податків і обов'язкових платежів, використовувати прибуток. Прибуток є якісним показником. В його розмірі відображається зміна обсягу

реалізації, доходів підприємства, рівня використання ресурсів, величини витрат діяльності. Таким чином, прибуток синтезує в собі всі сторони діяльності підприємства, характеризує ефективність його діяльності [3].

Основними джерелами резервів збільшення розміру доходів є:

– збільшення обсягу реалізації продукції, сума таких резервів за різними видами продукції складе загальний резерв зростання прибутку, джерелами інформації для визначення резерву є результати реалізації продукції;

– зниження собівартості продукції (робіт, послуг) на підставі порівняння нормативів витрат, використання виробничих потужностей з фактичними витратами визначається резерв їх зниження і як наслідок – зростання прибутку;

– підвищення ціни реалізації при підвищенні якості продукції, продажу на більш вигідних ринках збуту [2].

Підприємство має також можливість збільшити прибуток за рахунок зміни ринків збуту продукції. Моніторинг ринків збуту дає змогу виявити незадоволені потреби споживачів, коригувати цінову політику з метою підвищення ефективності діяльності підприємства. У зв'язку з можливістю розрахунку резервів зростання абсолютного показника ефективності діяльності – прибутку – можна визначити й резерви зростання відносного показника – рентабельності. Ці резерви обчислюються на підставі визначених резервів збільшення прибутку та зниження собівартості реалізованої продукції. Для підприємства, яке бажає досягти стійкого положення на ринку, встановлення ціни має ключове значення для успіху обраної стратегії. Ціна є інструментом стимулювання попиту і одночасно представляє собою головний фактор довгострокової рентабельності. Ціна визначає рентабельність всієї діяльності, не тільки визначаючи рівень прибутку, але і фіксуючи через обсяг продаж ті умови, за яких досягається окупність всіх витрат (точка беззбитковості). Аналіз зазначених факторів дає можливість активізувати внутрішні джерела покращення фінансового стану підприємства, підвищити його прибутковість [3].

Одним із резервів росту фінансового результату, зокрема прибутку, є підвищення рівня доходів, за рахунок збільшення об'єму реалізації продукції. Між прибутком та об'ємом реалізації існує пряма залежність, тобто чим більше продукції реалізується, при інших рівних умовах, тим більшою є сума прибутку, і навпаки, невиконання плану по реалізації зменшує прибуток. Збільшення прибутку в результаті виробничої діяльності дає можливість підприємству оновити матеріально-технічну базу, покращити стан соціального розвитку та матеріальне заохочення, а комплексний аналіз фінансового стану підприємства забезпечить покращення організації фінансових ресурсів і підвищення ефективності їх використання, що передбачає збільшення рівня фінансових результатів [4].

Отже, доходи підприємств відіграють значну роль у процесі кругообігу капіталу. Доходи формуються в результаті економічних взаємовідносин суб'єктів господарювання. Рівень доходів підприємств визначається головним чином рівнем цін на товари, що встановлюється на ринку. Для нормальної

діяльності підприємства важливо, щоб обмін був еквівалентним. Відшкодовуючи авансовані у виробництво вкладення, формуючи доходи й грошові фонди, вони створюють економічні умови для нового циклу виробництва та реалізації продукції, удосконалення й розширення власного господарства, збільшення власного капіталу.

Список використаних джерел

1. Лихолат С. М., МаделикП.Р. Економічна сутність прибутку підприємства. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portalchem_biol/nvnltu/16_2/186_Lycholat_16_2.pdf/ekonomichna-sutnist-pributku-pidpriemstva.pdf(дата звернення:24.03.2020).

2. Булонська В. І. Прибуток підприємства та чинники, які впливають на його розвиток. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem/nvnltu/167/2-Blonska167 (дата звернення: 24.03.2020).

3. Павлишенко М. М., Сивуля Л.А. Значення прибутку підприємства в ринковій економіці. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/17_4/Pawlyszenko.pdf (дата звернення: 24.03.2020).

4. Нагайчук В. В. Показники оцінки якості прибутку підприємства та їх залежність від обраної стратегії.URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/2011_2_1/NV-2011-V2_23.pdf (дата звернення: 24.03.2020).

РОЛЬ ОБЛІКУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ АНАЛІЗУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

КанцедалЮ. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Єгорова О. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Наявність нематеріальних активів у складі майна характеризує обрану підприємством стратегію як інноваційну, чим пояснюється зростання питомої ваги нематеріальних активів у діяльності підприємств.

У бухгалтерському обліку нематеріальний актив – це немонетарний актив, який не має фізичної субстанції та може бути ідентифікований [2].

У ринковому середовищі частка нематеріальних активів поступово збільшується, зокрема про це свідчать дані зростання нематеріальних активів у ринковій капіталізації компаній «розвинених» ринків з 20% до 74% [4].

Таке зростання актуалізує потребу ефективного управління нематеріальними активами, що забезпечується реалізацією комплексу заходів на рівні підприємства, первинними з яких є:

1) формування інформаційної бази щодо нематеріальних активів;

2) аналіз ефективності використання наявних нематеріальних активів.

У подальшому це дає можливість планувати результати управління, організовувати бізнес-процеси й оцінювати ефективність та результативність управління нематеріальними активами.

Як зазначає Райковська І.Т., економічний аналіз нематеріальних активів включає дві складові [3]:

1. Аналіз забезпеченості нематеріальними активами (1.1. Аналіз структури нематеріальних активів за видами та їх використання у процесі діяльності; 1.2. Аналіз динаміки нематеріальних активів; 1.3. Узагальнююча оцінка стану нематеріальних активів і формування рекомендацій з їх експлуатації);

2. Аналіз ефективності використання нематеріальних активів (2.1 Аналіз віддачі та доходності нематеріальних активів та виявлення резервів зростання ефективності їх використання; 2.2. Аналіз ліквідності нематеріальних активів та ризиків капітальних вкладень у них).

Інформаційною базою для аналізу забезпеченості та ефективності використання нематеріальних активів є:

1. Первинні документи – акти приймання-передачі нематеріальних активів; інвентарні картки обліку, акти на списання нематеріальних активів та інші.

2. Дані рахунків бухгалтерського обліку – рахунок 12 «Нематеріальні активи», 133 «Накопичена амортизація нематеріальних активів».

3. Облікові регістри – журнали-ордери, відомості.

4. Фінансова і статистична звітність – Баланс та інші форми фінансової, управлінської та статистичної звітності.

5. Інші джерела – результати інвентаризацій, дані аудиторських перевірок та інші.

Інституційна взаємодія обліку й аналізу нематеріальних активів, як і будь-яких інших об’єктів обліку й аналізу, проявляється у зв’язку: документування → облік → контроль → підтвердження достовірності даних → звітність → імпорт даних для аналізу. Ключова роль у цьому взаємозв’язку належить контролю, адже він забезпечує достовірність облікової інформації. Функція контролю досягається шляхом проведення інвентаризації.

Завдання та методика інвентаризації нематеріальних активів зводяться до наступного:

1) конкретизація переліку об’єктів, що підлягають інвентаризації та відповідають критеріям визнання нематеріального активу;

2) ідентифікація об’єктів права інтелектуальної власності шляхом виявлення документів, що засвідчують права власності;

3) перевірка чинності документів, щодо правомірності набуття прав та строків користування нематеріальними активами;

4) інвентаризаційні процедури щодо виявлення наявності та встановлення взаємозв’язку між «правами на об’єкти» і «об’єктами права», документування

інвентаризаційного процесу;

5) виявлення, визнання та документування результатів інвентаризації [1].

У ході інвентаризації може бути виявлено невідповідність «об'єктів права» і «прав на об'єкти» господарських засобів підприємства, що обліковуються як нематеріальні активи. Виправлення зазначеного недоліку суттєво покращить показники фінансової звітності, що беруться за основу для аналізу. Таким чином буде забезпечена достовірність аналітичних показників, що в подальшому використовуватимуться управлінським персоналом підприємства.

Список використаних джерел

1. Канцедал Н. А. Особливості методики інвентаризації нематеріальних активів та визнання її результатів. *Облік і фінанси.* 2014. №4 (66). С. 29-34. URL: http://www.afj.org.ua/ua/article/219/ (дата звернення: 20.03.2020).

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи», затверджене Наказом МФУ № 242 від 18 жовт. 1999 р. *Верховна Рада України.* URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99 (дата звернення: 20.03.2020).

3. Райковська І.Т. Економічний аналіз забезпеченості та ефективності використання нематеріальних активів: методичний підхід.*Вісник ЖДТУ*. № 1 (47). URL: http://ven.ztu.edu.ua/article/view/94249(дата звернення: 20.03.2020).

4. Стояненко. І.В. Управління нематеріальними активами підприємства: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. № 7, 2013. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2196 (дата звернення 20.03.2020).

ВНЕСОК ЛУКИ ПАЧОЛІ В РОЗВИТОК БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Кіяниця Є.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Литвин О. Ю.,
кандидат економічних наук, доцент

Бухгалтерський облік є невід'ємною частиною діяльності будь-якої установи чи підприємства. Значний внесок в його розвиток зробив Лука Пачолі.Він своєю працею відкрив шлях для майбутніх поколінь. Його вчення застосувалося не тільки в торгівлі, а і в багатьох інших видах діяльності. Він перший чітко й повно передав практичні засоби подвійного запису. Праця Луки Пачолі– перша друкована книга у якій розглядалися всі сучасні досягнення в галузі математики, бухгалтерії. Вона служила узагальненням всіх досягнень

того часу. Це видатне джерело дало поштовх розвитку бухгалтерського обліку [1].

По суті, це була книга з математики і називалася «Сума арифметики, геометрії, вчення про пропорції і відношення», що у 1494 році вийшла друком у Венеції. Однак, для нас ця робота цікава не стільки викладом математичних відомостей, скільки її розділом «Трактат про рахунки і записи», де був описаний спосіб ведення подвійної бухгалтерії. Система подвійної бухгалтерії (подвійного запису) поступово поширилася з Італії в країни Центральної і Західної Європи [2].Особливо важливим у цій книзі є XI трактат "Про рахунки і записи», бо це був перший опис подвійної бухгалтерії – основи економічної діяльності сучасного підприємства [3].

Лука Пачолі сформулював дві мети обліку:

1) одержання інформації про стан справ, бо облік слід вести так, «щоб можна було без затримки одержувати всякі зведення як щодо боргів, так і вимог»;

2) обчислення фінансового результату, тому що «ціль усякого купця полягає в тому, щоб придбати дозволену відповідну вигоду для свого змісту».

Перша мета характеризується тим, що вона трактує все, що писав Пачолі про бухгалтерський облік, як фіксацію дій і подій, що відбуваються на підприємстві, для управління ним. У самій «Сумі» можна зустріти розбір безлічі чисто комерційних завдань, вирішення яких вимагає від адміністратора або власника облікових знань [3].

Друга мета підкреслює роль прибутку, не стільки як показника, що оцінює успішність господарської діяльності, скільки як засобу, що обмежує зростання цін, і приборкання непродуктивного і марнотратного споживання купців, з одного боку, і припинення експлуатації покупців, з іншого. Тут Пачолі не оригінальний і, по суті повторює ідеї Св. Фоми Аквінського (1225-1274), який вважав, що ціна повинна бути справедливою, розуміючи під нею собівартість і прибуток, що забезпечує прожитковий мінімум купця (мінімум відповідає суспільному становищу того чи іншого купця) [3].Обидві цілі, які стоять перед обліком, досягаються за допомогою подвійного запису рахунків.

Система обліку за подвійного запису, описана Л. Пачолі, діє й донині в усіх країнах Це основа системи відображення господарських операцій бухгалтерського обліку за методом подвійного запису. Протягом понад 500 років ідеї, викладені у працях Луки Пачолі, впливали і продовжують впливати на розвиток обліку [2].

Луці Пачолі належить авторство п'яти головних положень бухгалтерського обліку як науки, що не втратили свого значення і тепер.

Основними положеннями бухгалтерського обліку як науки, запропонованими Лукою Пачолі є:

1. Теоретичне тлумачення подвійного запису. Без вживання термінів «дебет» і «кредит», він створив персоналістичну модель обліку і заклав основи для його юридичного тлумачення.

2. Персоналістична модель обліку, яка привела до можливості самостійного розгляду таких абстрактних бухгалтерських категорій, як дебет і кредит. Тим самим, створювалися умови для виділення бухгалтерського обліку в самостійну науку.

3. Бухгалтерський облік розглядався як самостійний метод. Ґрунтувався він на застосуванні подвійного запису і застосовується для відображення господарських процесів.

4. Подвійний запис на рахунках. Розглядається як система обліку. На його думку, організація системи не могла бути постійною, а повинна була залежати від мети, поставленої адміністрацією.

5. Моделювання, що ґрунтувлося на комбінаториці. Воно дає змогу побудувати загальну модель, у рамках якої будь-яке облікове завдання тлумачиться як окремий випадок [2].

З моменту появи подвійного запису і до XVI ст. бухгалтерський облік набув вигляду стрункої і логічною системи, що включала в себе: інвентарний рахунок, прибутково-видаткові операції та розрахунки між боржниками та їх кредиторами. Оскільки обсяги обліку зростали, виникла потреба у подальшому вдосконаленні облікових операцій [2].

Отже, важливість робіт Пачолі пов'язана з описом подвійної бухгалтерії. Його праці є одними з фундаментальних та активно використовуються нині.

Список використаних джерел

1. Васільєва Л. М. Внесок Луки Пачолі в розвиток бухгалтерського обліку *Агросвіт*. 2014. № 7. URL: http://www.agrosvit.info (дата звернення: 05.03.2020).

2. Виникнення бухгалтерського обліку: веб-сайт. URL: https://www.pidruchniki.com(дата звернення: 05.03.2020).

3. Лука Пачолі–«батько сучасного обліку»: веб-сайт.URL: https://www.revolution.allbest.ru (дата звернення: 05.03.2020).

СУТНІСТЬ, ЦІЛІ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Колотій В.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Литвин О. Ю.,
кандидат економічних наук, доцент

Економічна політика держави є елементом загальної державної політики, яка включає соціальний, гуманітарний, оборонний, екологічний та інші напрямки. Якою б не була державна політика за своїми напрямками, характеристиками та пріоритетами, вона має бути комплексною, охоплювати всі сфери суспільного життя [1].

Економічна політика – це система ретельно спланованих, науково

обґрунтованих заходів, спрямованих на зміну господарських процесів і явищ, що мають місце в національній економіці, метою яких є досягнення конкретних цілей [1].

До найбільш загальних економічних цілей держави можна віднести наступні: забезпечити економічний ріст; створити умови економічної свободи (право господарюючих суб'єктів самим вибирати вид, форму і сферу економічної діяльності, методи її здійснення і використання доходу від неї); забезпечувати економічну безпеку й економічну ефективність (здатність всієї економіки одержати максимальний результат з наявних обмежених ресурсів); піклуватися про забезпечення повної зайнятості (кожний, хто може і хоче працювати, повинен мати роботу); здійснювати допомогу тим, хто не може себе цілком забезпечити тощо [2].

Економічна політика будується на вмілому сполученні перспективних і поточних цілей. До перспективних цілей української економічної політики відноситься, наприклад, формування соціально-орієнтованого ринкового варіанту економіки. До поточних завдань можна віднести, наприклад, вирішення проблем державного боргу, дефіциту бюджету тощо [2].

До основних напрямів економічної політики, що визначаються державою, українське законодавство відносить:

– структурно-галузеву політику, що спрямована на здійснення державою прогресивних змін у структурі економіки, удосконалення міжгалузевих та внутрішньогалузевих пропорцій, стимулювання розвитку галузей, які визначають науково-технічний прогрес;

– інвестиційну політику, яка передбачає створення суб'єктам господарювання необхідних умов для залучення і концентрації коштів на потреби розширеного відтворення основних засобів виробництва;

– амортизаційну політику, яка орієнтована на створення суб'єктам господарювання найбільш сприятливих та рівноцінних умов забезпечення процесу простого відтворення основних виробничих і невиробничих фондів;

– політику інституційних перетворень, що спрямована на формування раціональної багатоукладної економічної системи шляхом трансформування відносин власності, здійснення роздержавлення економіки;

– цінову політику, яка орієнтована на регулювання державою відносин обміну між суб'єктами ринку з метою забезпечення еквівалентності в процесі реалізації національного продукту, дотримання необхідної паритетності цін між галузями та видами господарської діяльності, а також забезпечення стабільності оптових та роздрібних цін;

– антимонопольно-конкурентну політику, яка передбачає створення оптимального конкурентного середовища діяльності суб'єктів господарювання, забезпечення їх взаємодії на умовах недопущення проявів дискримінації одних суб'єктів іншими, насамперед у сфері монопольного ціноутворення та за рахунок зниження якості продукції, послуг, сприяння зростанню ефективної соціально орієнтованої економіки;

– бюджетну політику, яка спрямована на оптимізацію та раціоналізацію

формування доходів і використання державних фінансових ресурсів, підвищення ефективності державних інвестицій у економіку;

– податкову політику, яка передбачає забезпечення економічно обґрунтованого податкового навантаження на суб'єктів господарювання, стимулювання суспільно необхідної економічної діяльності суб'єктів, а також дотримання принципу соціальної справедливості та конституційних гарантій прав громадян при оподаткуванні їх доходів;

– грошово-кредитну політику, яка орієнтована на забезпечення економіки економічно необхідним обсягом грошової маси, досягнення ефективного готівкового обігу, залучення коштів суб'єктів господарювання та населення до банківської системи;

– валютну політику, щодо встановлення і підтримання паритетного курсу національної валюти щодо іноземних валют, стимулювання зростання державних валютних резервів та їх ефективне використання;

– зовнішньоекономічну політику, спрямовану на регулювання державою відносин суб'єктів господарювання з іноземними суб'єктами господарювання та захист національного ринку і вітчизняного товаровиробника [3].

В сучасних умовах для України особливо важливе значення має проведення науково обґрунтованої структурної, аграрної, інвестиційної, соціальної, регіональної, а також політики роздержавлення і приватизації.

Список використаних джерел

1. Основні напрями економічної політики та її завдання: веб-сайт. URL: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/7856/1/429pdf.PDF (дата звернення: 19.03.2020).

2. Економічна політика держави: веб-сайт.URL: https://pidruchniki.com/16250212/sotsiologiya/ekonomichna_politika_derzhavi (дата звернення: 19.03.2020).

3. Економічна політика: веб-сайт. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/ (дата звернення: 19.03.2020).

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СТРУКТУРНОЇ ПОЛІТИКИ

Колотій В.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Литвин О. Ю.,
кандидат економічних наук, доцент

Структурна політика держави – це обґрунтування цілей і характеру структурних перетворень в економіці країни, визначення комплексу заходів щодо підтримки розвитку тих структурних елементів національної економічної

системи, які забезпечують економічне зростання та вирішення актуальних соціально-економічних проблем [1].

Головною метою державної структурної політики є формування й підтримка сучасної ефективної екологічно безпечної раціональної структури економіки, яка конкретизується за такими основними узагальненими (на прикладі національної економічної системи України) напрямками державної структурної політики:

– установлення оптимальних макроекономічних пропорцій;
– розвиток конкуренції й обмеження монополізму;
– формування енергозберігаючої інноваційної моделі розвитку економіки;
– ліквідація диспропорцій між галузевими комплексами;
– ліквідація диспропорцій технічного рівня виробництв різних галузей;
– зниження енерго- та матеріаломісткості виробництва;
– підвищення інноваційності й конкурентоспроможності продукції;
– раціональне розміщення виробництва та збалансований розвиток регіонів;
– посилення соціальної орієнтації економіки;
– створення розвинутого національного ринку;
– охорона навколишнього середовища [2].

Слід зауважити, що перелік основних напрямків державної структурної політики постійно змінюється залежно від актуальних завдань та умов розвитку національної економіки. Реалізація державної структурної політики залежно від міри втручання держави у структурні зрушення в економіці може відбуватися за двома сценаріями, які визначають тип структурної політики: пасивний та активний [2].

Пасивна структурна політика полягає в тому, що держава створює правову базу для вільного переливання капіталу та праці з одних галузей в інші, але безпосередньо не втручається в інвестиційні процеси в окремих галузях. Структура змінюється внаслідок змін у нормах прибутку. Якщо в певній галузі попит перевищує пропозицію, то в цій галузі норма прибутку зростає проти інших галузей. Капітал з інших галузей вилучається власниками і вкладається в галузі з підвищеною нормою прибутку. Виробництво товарів цієї галузі збільшується і пропозиція їх поступово починає перевищувати попит. При цьому норма прибутку в цій галузі спочатку знижується до середньої величини, а потім стає менше за середню. Власники капіталів починають вилучати їх з цієї галузі і вкладати в іншу, де забезпечується норма прибутку не менша за середню. Отже, закон попиту і пропозиції поряд з іншими об’єктивними законами ринкової економіки забезпечує найвідповіднішу вимогам ринку структуру економіки, створює конкурентне середовище, підвищує ефективність суспільного виробництва.

У такий спосіб формувалась структура економіки США і Великобританії. Але цей шлях надто тривалий і пов’язаний зі значними соціальними втратами [3].

Активна структурна політика полягає в тому, що держава широко застосовує державні важелі для прискорення прогресивних структурних зрушень. Цим шляхом ідуть Японія, Південна Корея, Сінгапур та інші нові індустріальні країни. Концепція активної структурної політики ґрунтується на чіткому визначенні найбільш ефективних напрямків структурної трансформації економіки [3].

Здійснення активної структурної політики забезпечується за допомогою засобів прямого й непрямого регулювання.

До засобів прямого регулювання належать: надання фінансової допомоги у вигляді інвестиційних субсидій, дотацій, надбавок, позик на розвиток окремих галузей, виробництв, регіонів; використання системи державних замовлень, контрактів, закупівель; індикативне планування; державні плани й програми; централізоване встановлення цін; цінова дотація окремих видів продукції, окремих галузей і виробництв; цільове фінансування сфер і суб'єктів діяльності тощо.

До засобів непрямого (опосередкованого) регулювання належать: надання податкових і кредитних пільг з диференціацією щодо певних (пріоритетних) галузей виробництв; здійснення політики прискореної амортизації; реалізація митної політики (встановлення різних імпортних та експортних тарифів); правове регулювання; створення спеціальних економічних зон тощо [2].

Отже, структурна перебудова у розвинених країнах здійснюється еволюційно, на основі активного і постійного впровадження адекватних НТР досягнень техніки, технології, методів господарювання та організації управління. Важливими умовами структурних перетворень економіки є макроекономічне збалансування і досягнення прийнятного співвідношення у доходах найбагатших та найбідніших верств населення. Структурні перетворення дають найбільший ефект, коли поєднуються ринкові та регулюючі механізми.

Список використаних джерел

1. Структурна _політика: веб-сайт. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/ (дата звернення: 31.03.2020).

2. Структурна _політика держави: веб-сайт. URL: https://pidruchniki.com/15660212/ekonomika/strukturna_politika_derzhavi (дата звернення: 31.03.2020).

3. Регулювання економіки: веб-сайт. URL: https://knigi.studio/regulyuvannya-ekonomiki-derjavne/pasivna-aktivna-strukturna-84810.html (дата звернення: 31.03.2020).

ІНДЕКС ЩАСТЯ - 2019

Костельна Л.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Рудич А. І.,
кандидат економічних наук, доцент

Міжнародний індекс щастя (англ. HappyPlanetIndex) – являє собою індекс, що відображає добробут людей та стан навколишнього середовища в різних країнах світу, який був запропонований NewEconimicsFoundation (NEF) в липні 2006 року. Головне завдання індексу відобразити «реальний» добробут націй. Для порівняння рівня життя в різних країнах використовується значення ВВП на душу населення або ІРЛП, але ці індекси не завжди можуть відобразити реальний стан речей. Зокрема порівняння значення ВВП вважається недоречним, оскільки кінцева мета більшості людей не бути багатими, а бути щасливими та здоровими.

Кожна людина хоче бути щасливою, і у кожного з нас своє розуміння щастя. В одних – це коли здорові рідні, багато грошей, є кохана людина. А в інших – це просто коли все добре і є їда і вода. Тож що ж таке щастя ?

Щастя – це відчуття людини яке приносить нам радість і задоволення від життя та від даної ситуації. Але чи всі ми щасливі? Чи наша країна є щасливою? Судячи з статистичних даних компанії Gallupза участю ООН Україна посіла 133 місце по індексу щастя. Це свідчить про те, що ми не вміємо бути щасливими і у нас є ціла низка факторів які активно сприяють цьому, а саме: війна на сході країни; безробіття громадян; мала заробітна плата та низький рівень доходів населення; незадовільний рівень екології; суспільні проблеми; психологічний клімат оточення; низька народжуваність; відсутність свободи вибору; ставлення членів суспільства один до одного.

Враховуючи дані фактори, станом на сьогодні Україна і досі не може стати справді щасливою. Хоча, як стверджують політологи в засобах масової інформації для того, щоб наша країна стала щасливою слід зважати на реалізацію таких факторів як:

1) припинити війну на Донбасі;
2) покінчити з бідністю населення;
3) припинити розвивати корупцію [1].

Великий відсоток громадян України вважає, що сьогоднішнє покоління живе в набагато кращих умовах, ніж у період 90-х років. Це свідчить про те, що люди сподіваються, що їхні діти та внуки будуть жити набагато краще ніж вони.

Також якщо звернутись до пріоритетів які ставлять перед собою українці, то за їх результатами можна сказати, що на першому місці в нас віра в те, що наші діти будуть щасливими, хоча ми самі не можемо такими стати. Наступне

це те, що ми просто не вміємо бути щасливими і нарешті те, що якщо ми живі та здорові – то це для нас не є щастя. Слід відзначити, що в більшості європейських країн цей перелік іде в інакшому порядку, там більше людей хочуть і про те стають щасливими ніж у нас.

Досліджуючи кількісний вимір щастя, виникає потреба розглянути і протилежний бік даної категорії. Нещастя – це необхідність виживати, «крутитися», це низька зарплата, розуміння, що про тебе не те що не піклуються, а також не захищають, і гнітюча думка, що і завтра, і через роки все буде так само. Тому дані рейтингу не дивують – більшості українців важко в цьому, а в світле майбутнє вони вже не вірять [2].

На відміну від політологів, щоб створити умови для відчуття щастя, експерти з економічного аналізу «Українського інституту майбутнього» виділяють потрібні п'ять чинників:

1) гармонійний соціальний і економічний розвиток, тобто, українці повинні мати гарне медичне обслуговування, при цьому всі повинні мати можливість поліпшувати свій дохід;

2) робота. Робота займає значну частину нашого часу і, якщо вона не приносить задоволення, людина щасливою не буде. В Україні не створено умов для вибору, коли безробіття, нові робочі місця не створюються: фактично люди йдуть не на роботу, яка приносить задоволення, а на ту, яка попадеться, щоб прогодувати себе і родину. І саме це суттєво впливає на сприйняття того, щаслива людина, чи ні;

3) можливість життєвого вибору, зокрема, умови для малого і середнього бізнесу. Тобто, потрібні податкові канікули, доступне кредитування, щоб в країні формувався середній клас;

4) дбайливе ставлення до довкілля та екологічна культура населення;

5) технології, потрібно, щоб українці мали доступ до світових новинок, ставали мобільнішими, технологічно розвиненішими [3].

Отже, всі ми хочемо бути щасливими так само, як і наша країна, тому ми зобов'язані зробити усе, аби вийти на новий рівень серед країн по індексу щастя, та найголовніше стати самими щасливими. А для цього нам просто слід вирішити усі проблеми життя, та створити відповідні умови для нашого щастя.

Список використаних джерел

1. Щастя як політтехнологія: що українцям заважає бути задоволеними життям. URL: https://www.slovoidilo.ua/2019/09/17/kolonka/aleksandr-radchuk/suspilstvo/shhastya-yak-polittexnolohiya-ukrayincyam-zavazhaye-buty-zadovolenymy-zhyttyam(дата звернення: 31.03.2020).

2. Індекс щастя: українці – одні з найбільш згорьованих у світі.URL:https://zbruc.eu/node/77730(дата звернення: 31.03.2020).

3. Індекс щастя 2019: є сумніви, що Україна така вже й «нещасна». URL:https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2666960-indeks-sasta2019-e-sumnivi-so-ukraina-taka-vze-j-nesasna.html(дата звернення: 31.03.2020).

РОЗРАХУНКОВІ ВІДНОСИНИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТА ЇХ НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ

Олефір І.В.,
здобувач вищої освіти СВО«Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Дорошенко А.П.,
кандидат економічних наук, доцент

Досить недавно переважне використання під час розрахунків (платежів) безготівкових коштів було головною прерогативою юридичних осіб. Стрімкий та динамічний розвиток новітніх технологій та техніки сприяло поширенню безготівкових розрахунків, швидко витісняючи наявні. Однак слід зауважити, що наявні кошти досить таки гідно витримують «конкуренцію» з безготівковими грошима, особливо у випадках коли мова йде про виплату заробітної плати працівникам, компенсації різноманітних витрат на відрядження, а також при забезпеченні інших господарських витрат, що, проведених через касу підприємства.

Враховуючи той факт, що використання готівки суб'єктом господарювання викликає спокусу витрати їх не за цільовим призначенням, держава повинна контролювати цей процес шляхом введення різноманітних нормативних актів. Так, у повній відповідності до ст. 40 Закону України «Про Національний банк України» № 679/XIV від 20.05.1999 р. зі змінами і подальшими доповненнями від 20 березня 2020 року, Національний банк України встановлює загальні правила, форми та стандарти розрахунків банків та решти юридичних та фізичних осіб в економічному обороті України з використанням як паперових, так і різноманітних електронних документів та готівки, забезпечує координацію та організацію розрахунків [1].

Розрахунки між суб'єктами господарювання, а також з різними фізичними особами підприємства зазвичай здійснюються як у готівковій так і безготівковій формах. При цьому конкретний порядок розрахунку безготівковими коштами регламентовані Постановою НБУ «Про внесення змін до Інструкції про безготівкові розрахунки в Україні» № 127 від 16.11.2019 р., зі змінами і доповненнями [3], а готівковими коштами – Положенням «Про ведення касових операцій в національній валюті України» Постанова НБУ № 148 від 29.12.2017 р., зі змінами і доповненнями [2].

З метою забезпечення зберігання грошових коштів підприємства, а також здійснення різноманітних грошових банківських операцій, як з численними юридичними та фізичними особами, підприємство повинно відкрити розрахункові розрахунки в банківській установі. При цьому основними нормативно-правовими документами, що регулюють дані питання є Закон України «Про банки і банківську діяльність» № 2221/III зі змінами від 25 березня 2020 р.

Для здійснення підприємством безготівкових грошових розрахунків не-

обхідно відкрити рахунки в банку у національній та іноземній валюті. Сам порядок відкриття банками рахунків для підприємств, установ чи організацій визначений Інструкцією «Про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземній валютах» Постанова НБУ № 159 від 28 грудня 2018 р.

Рахунки, що необхідні для зберігання грошових коштів та проведення всіх видів банківських операцій, можуть бути відкриті в будь-яких банках України відповідно до вибору клієнта і за наявності згоди самого банку. Між установою та банком укладається відповідний договір щодо надання банківських послуг, в якому обумовлюється як предмет договору так і обов'язки та відповідальність кожної зі сторін.

Розрахунки що здійснюються між юридичними особами та пов'язані з провадженням ними відповідної підприємницької діяльності, регулюються Цивільним кодексом України.

Порядок здійснення розрахунків в національній валюті встановлений Інструкцією «Про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті», затвердженою постановою Правління Національного банку України № 127 від 06.11.2019 р., (з подальшими змінами та доповненнями).

Як найбільш ліквідні (абсолютноліквідні) активи, грошові кошти є досить важливим елементом сучасної економіки, тобто певна частина майна підприємства – кошти, що уособлюють її робочий капітал. Від його розміру та чіткості бухгалтерського обліку залежить як рівень фінансової стійкості підприємства так і його платоспроможність.Ліквідність та платоспроможність є одними із важливих умов забезпечення безперебійної діяльності та оптимального рівня фінансової стійкості підприємств, саме від означених показників залежить сам факт довготривалого існування підприємств, адже більшість підприємства припиняють свою операційну діяльність здебільшого врезультаті нестачі грошових (обігових) коштів, а не через недостатній рівень рентабельності.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про Національний банк України» / Верховна РадаУкраїни. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14 (дата звернення: 12.30.2020).

2. Постанова НБУ Положення «Про ведення касових операцій в національній валюті України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14(дата звернення: 12.30.2020).

3. Постанова НБУ «Про внесення змін до Інструкції про безготівкові розрахунки в Україні» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14 (дата звернення: 12.30.2020).

ФОРМУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ВАГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Остапенко А. О.,
здобувач вищої освіти СВО«Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Чіп Л.О.,
кандидат економічних наук, доцент

Обов'язкова умова створення ефективної системи мотивації в сільському господарстві є встановлення раціонального співвідношення доходів від праці та власності [3].

Заробітна плата відіграє важливу роль в стимуляції поведінки персоналу, так як, отримуючи заробітну плату, людина задовольняє свої потреби. Але розглянемо більш детально зміст та особливості заробітної плати. У Законі України «Про оплату праці» зміст заробітної плати трактується як винагорода, розрахована, у грошовому вимірі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу [2].

За визначенням Гайворонського В. М., Жушмана В. П., Корнієнко В. М., оплата праці – це винагорода за працю, яку вкладає працівник у сільськогосподарське виробництво. В умовах ринкових відносин значно зростає роль нормування праці. За його допомогою можна оцінити трудовий внесок працівників з урахуванням кількості та якості, витраченої на виробництво певної продукції. Для цього необхідно застосовувати обґрунтовані нормативи часу, виробітку, обслуговування, точного обліку праці кожного працівника, обсягу виробленої ним продукції [1].

Слід відмітити наступне, що фонд оплати праці аграрного підприємства поділяється на три частини: фонд основної, додаткової заробітної плати, заохочувальні та компенсаційні виплати.

Основна заробітна плата – це винагорода за виконану працівником роботу з урахуванням кількості та якості виробленої продукції. Вона встановлюється у вигляді тарифних ставок та відрядних розцінок для робітників; посадових окладів для службовців та керівників.

Додаткова заробітна плата являє собою винагороду за працю понад установлену норму, за винахідливість, трудові успіхи, особливі умови праці тощо. До цієї категорії належать премії, що пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій; доплати і надбавки.

Інші заохочувальні та компенсаційні виплати включають грошові винагороди у формі виплат за підсумками роботи за рік, премії за високі показники в роботі, компенсаційні та інші матеріальні виплати, які провадяться понад встановлені норми.

Динаміка розміру та складу фонду оплати праці в ДП «ДГ «Степне» представлена в табл. 1

Таблиця 1

Динаміка показників фонду оплати праці та інших виплат ДП «ДГ «Степне»Полтавського району, 2014-2018 рр.

Показники	Роки					Відхилення 2018 р., до 2014 р.	
	2014	2015	2016	2017	2018	+,-	%
Фонд оплати праці працівників – всього	7373,0	8527,0	11980,0	15681,0	17864,0	10491,0	242,3
фонд основної заробітної плати	5448,6	5363,5	8002,6	12905,5	15291,6	9842,9	280,6
у % до загального фонду	73,9	62,9	66,8	82,3	85,6	11,7	115,8
фонд додаткової заробітної плати – всього	1924,4	3163,5	3977,4	2775,5	2572,4	648,1	133,7
у % до загального фонду	26,1	37,1	33,2	17,7	14,4	-11,7	55,2
з нього: надбавки та доплати до тарифних ставок та посадових окладів	1539,5	2530,8	3181,9	2220,4	2057,9	518,5	133,7
премії та винагороди, що носять систематичний характер	384,9	632,7	795,5	555,1	514,5	129,6	133,7
Оплата за невідпрацьований час	398,7	368,1	434	460	491,4	92,7	123,3
Нараховано виплат працівникам за загальнообов’язковим соціальним страхуванням у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності	156,3	145,1	166,7	161,5	168,2	11,9	107,6

Провівши аналіз показників табл. 1, слід зауважити на наступному. Загальний фонд оплати праці працівників у 2014 р. становив 7373,0 грн, а в 2018 р. 17864,0 грн, що вище на 142,3 %.Фонд основної заробітної плати також зростає на 9842,9 грн. Надбавки та доплати до тарифних ставок та посадових окладів у 2018 р. становлять 2057,9 грн, що вище від 2014 р. на 518,5 грн. Премії та винагороди, що носять систематичний характер не досить високі, але за досліджуваний період зростають, хоча і не істотно на 129,6 грн.В підприємстві нараховуються виплати працівникам за загальнообов’язковим соціальним страхуванням у зв’язку з тимчасовою втратою працездатності, такі виплати зросли лише на 7,6 %.

Список використаних джерел

1. Аграрне право України : підруч. для студ. юридичних спец. вищих закладів освіти. Х. : Право, 2003. 240 с.

2. Закон України «Про оплату праці» : за станом на 12 груд. 2016 р. Верховна Рада України. Офіц. вид. Київ : Парлам. вид-во, 2016. С.189.

3. Майданевич П. Организация и основныенаправлениясовершенство-ваниясистемыоплаты труда на сельскохрзяйственныхпредприятияхКрыма. Культура народовПричерноморья. 2009. № 171. С. 146-148.

ПОРЯДОК ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Панченко І.Г.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Тютюнник Ю.М.,
кандидат економічних наук, доцент

У бухгалтерському обліку структура і порядок формування фінансового результату є одним із найважливіших питань. Достовірна звітність про фінансові результати є об'єктивною основою для аналізу фінансового стану підприємства, його прибутковості. Важливо, щоб були враховані всі господарські операції, доходи і витрати в розрізі видів діяльності підприємства. Фінансові результати підприємства можуть виявлятися у вигляді прибутків (у разі ефективної діяльності) чи збитків (у протилежному випадку).

Згідно з НП(С)БО 1, фінансовим результатом може бути прибуток або збиток: прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати; збиток – перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати. Визначення фінансового результату полягає у розрахунку чистого прибутку (збитку) звітного періоду. З цією метою в бухгалтерському обліку передбачається послідовне зіставлення доходів та витрат [1].

Чистий фінансовий результат (прибуток, збиток) формується поступово протягом фінансово-господарського року від усіх видів звичайної діяльності та включає:

– чистий дохід (виручку) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
– валовий прибуток (збиток);
– фінансовий результат від операційної діяльності;
– фінансовий результат до оподаткування;
– чистий прибуток (збиток).

Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначається шляхом вирахування з доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) податку на додану вартість, акцизного збору, інших зборів, знижок тощо. Як різниця між чистим доходом і собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) визначається валовий прибуток (збиток). Що стосується фінансового результату від операційної діяльності, то він визначаються як сума валового прибутку (збитку), іншого операційного

доходу за мінусом адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат. Фінансовий результат до оподаткування визначається як сума прибутку (збитку) від операційної діяльності, фінансових та інших доходів за мінусом фінансових та інших витрат. Чистий прибуток (збиток) визначається як різниця між фінансовим результатом до оподаткування та витратами з податку на прибуток.

Забезпечення потреб ведення поточного бухгалтерського обліку та узагальнення інформації про доходи та витрати від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності беруть на себе рахунки класу 7 «Доходи і результати діяльності» і класу 9 «Витрати діяльності». Відображення дохідної частини підприємства здійснюється за кредитом рахунків 7 класу. Накопичення витрат операційної та інших видів діяльності переймають на себе рахунки 9 класу за дебетом. На початку року дані за рахунками 7 і 9 класів у будь-який момент є готовою інформацією для заповнення відповідних рядків I розділу форми № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)».

Фінансові результати діяльності відображаються на субрахунках рахунку 79 «Фінансові результати». Визначення фінансових результатів проводиться через закриття субрахунків за окремими видами діяльності рахунку 79, водночас проводиться визначення кінцевого сальдо, яке списують на рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)» [2, с. 109].

Синтетичний рахунок 79 «Фінансові результати» у своєму складі містить три субрахунки: 791 «Результат операційної діяльності», 792 «Результат фінансових операцій» та 793 «Результат іншої діяльності». Прибуток діяльності підприємства відображається за кредитом рахунку 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», а збиток – за дебетом рахунку 44. При цьому підприємство може самостійно розробляти додаткові субрахунки та аналітичні рахунки, які враховують специфіку діяльності, завдання управління й контролю тощо.

Отже, по кредиту рахунка 79 «Фінансові результати» та його субрахунків відображаються суми в порядку закриття рахунків обліку доходів, а по дебету – суми в порядку закриття рахунків обліку витрат, а також належна сума нарахованого податку на прибуток.

Сучасна практика аналітичної деталізації обліку доходів та фінансових результатів діяльності та їх відображення у звітності має забезпечувати можливість оперативного аналізу отриманих доходів і бути зручною та надійною базою для прийняття ефективних рішень в управлінні фінансовими результатами. Оскільки метою діяльності кожного суб’єкта господарювання є одержання та максимізація прибутку, то необхідно більш ретельно та кваліфіковано підходити до формування його складників – доходів та витрат, детально вивчаючи та аналізуючи фактори, під впливом яких формується фінансовий результат, досліджувати динаміку, тенденції, резерви, що впливають на ефективність діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні

вимоги до фінансової звітності»: наказ Міністерства фінансів України від 7 лютого 2013 р. № 73 / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0336-13 (дата звернення 27.03.2020).

2. Сотник Н.С. Облік фінансових результатів діяльності підприємств відповідно для потреб управління. *Облік, аналіз і контроль в умовах сучасних концепцій управління економічним потенціалом і ринковою вартістю підприємства*: зб. наук. пр. ЖНАЕУ. Т. IV. Ч. II. 2017. С. 108-111.

РОЗВИТОК ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНІ

Рудик В. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Кононенко Ж.А.,
кандидат економічних наук, доцент

Виробництво продукції сільського господарства посідає вагоме місце у житті суспільства та національній економіці України. Виробництво сільськогосподарської продукції здійснюється як в крупних підприємствах, так і в фермерських господарствах, а також в особистих селянських господарствах. Останні мають велике значення у виробництві продукції рослинництва та тваринництва, без перебільшення можна сказати, що кожен українець споживає продукцію вироблену індивідуальним господарством населення.

Поняття «індивідуальне домогосподарство» ґрунтується на побутовому укладі, в рамках якого окремі особи або їх групи забезпечують себе всім необхідним для життя, у першу чергу – харчуванням.

Індивідуальні домогосподарства можуть складатися з однієї або кількох осіб, що проживають сумісно, об’єднують повністю або частково свої доходи й ведуть спільне господарство. На відміну від сім’ї, відносні спорідненості або свояцтва між членами одного індивідуального домогосподарства не обов’язкові [1].

У табл. 1 зображено динаміку чисельності особистих селянські господарств України за останні роки.

Отже, за останні роки кількість особистих селянських господарств несуттєво, але зменшилась (на 56,6 тис. грн або 1,4%). Так само незначно зменшилась і площа земельних ділянок у їх користуванні – на 42 тис. га або 0,7%. Незначні скорочення спостерігаються по усіх видах земельних ділянок, окрім узятих в оренду – їх площа стала більше на 9,7 тис. га або 2,9%. Зауважимо, що дані свідчать про відносну стабільність усіх показників.

Таблиця 1

Динаміка особистих селянських господарств (станом на 1 січня)
[розраховано за даними 2, 3]

Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Відхилення	
				абсолютне	відносне, %
Кількість господарств, тис.	4031,7	3996,5	3975,1	-56,6	-1,4
Площа земельних ділянок, тис. га	6175,6	6132,2	6133,6	-42,0	-0,7
у тому числі з цільовим призначенням для будівництва й обслуговування житлового будинку, господарських будівель і споруд	793,3	791,0	788,3	-5,0	-0,6
для ведення особистого селянського господарства	2551,3	2513,4	2512,6	-38,7	-1,5
для ведення товарного сільськогосподарського виробництва	2799,3	2777,1	2781,8	-17,5	-0,6
з них узятих в оренду	338,5	345,0	348,2	+9,7	+2,9

Дані наведені без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Населення виробляє в особистих господарствах переважно продукцію рослинництва, вартість продукції тваринництва набагато менша (табл. 2).

Таблиця 2

Виробництво продукції в господарствах населення України, млн. грн
[розраховано за даними 4]

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р	Відхилення	
					абсо-лютне	відносне, %
Продукція сільського господарства	107548,7	109521,5	108621,8	111101,6	+3552,9	+3,3
продукція рослинництва	68854,3	71659,5	70873,5	73939,1	+5084,8	+7,4
продукція тваринництва	38694,4	37862,0	37748,3	37162,5	-1531,5	-4,0

Ми бачимо, що виробництво продукції тваринництва, у порівнянні із

зазначеними роками, зменшилось (на 1531,5 млн. грн або 4,0%), в той час, коли виробництво продукції рослинництва зросло (на 5084,8 млн. грн або 7.4%). Також спостерігаються зміни у виробництві усієї продукції сільського господарства, яке збільшилось на 3552,9 млн. грн або 3,3%.

Отже, індивідуальні господарства населення мають велику роль у виробництві сільськогосподарських продуктів в Україні. Завдяки особистим господарствам ми маємо змогу харчуватися корисними для здоров'я продуктами. Розвиток особистих селянських господарств має стратегічну роль у розвитку нашої країни: воно дає значну частку вітчизняного ВВП, забезпечує надходження до державного бюджету та формує продовольчу безпеку країни.

Список використаних джерел

1. Кількість та склад домогосподарств. Головне управління статистики у Миколаївській області. URL: http://www.mk.ukrstat.gov.ua/perepis/2001/z08.htm (дата звернення: 30.03.2020).

2. Особисті селянські господарства на 1 січня 2019 року. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019 /sg/osg/osg_u/osg_0119_u.html (дата звернення: 30.03.2020).

3. Особисті селянські господарства на 1 січня 2020 року. Державна служба статистики України. URL:http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/ operativ2020/sg/osg/osg_u/osg_0120_u.html (дата звернення: 30.03.2020).

4. Сільське господарство України за 2018 рік. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. 2019. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/Zb_sg_2018%20.pdf(дата звернення: 30.03.2020).

ОСНОВНІ ЗАСОБИ ПІДПРИЄМСТВА ЇХ ОБЛІК ТА КОНТРОЛЬ

Савченко Л. А.,
здобувач вищої освіти СВО«Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Чіп Л.О.,
кандидат економічних наук, доцент

Досить вагомим фактором, який впливає на результати діяльності кожного підприємства, є наявність основних засобів, без яких неможливо уявити виробництво продукції (товарів, послуг). Від правильності документального оформлення надходження основних засобів залежить весь подальший процес обліку та використання основних засобів на підприємстві.

Основнізасоби є сукупністю засобівпраці, які функціонують у натуральнійформіпротягомкількохроків у сфері матеріального виробництва або нематеріальної сфери, які, відповідно до бухгалтерських звітів, включені доскладуосновнихзасобів [4].

Як вважають Верхоглядова Н. І., Шило В. П., Ільїна С. Б. та ін,одним із важливих завдань обліку надходження основних засобів є правильне документальне оформлення і своєчасне відображення в облікових реєстрах надходження основних засобів, їх внутрішнє переміщення та вибуття. Рух основних засобів оформлюють за допомогою типових форм первинної облікової документації, затверджених наказами Мінстату України і Мінфіну України [1, с. 25].

До основних положень з обліку основних засобів, що наводяться в наказі про облікову політику доцільно віднести:

− робочий план рахунків бухгалтерського обліку основних засобів;

− форми первинних документів з обліку руху основних засобів;

− правила документообігу та технологія обробки облікової інформації щодо руху основних засобів;

− порядок проведення інвентаризації основних засобів;

− порядок оцінки основних засобів та методи нарахування амортизації;

− порядок контролю за господарськими операціями з руху основних засобів;

− інші рішення, необхідні для організації бухгалтерського обліку основних засобів.

Оперативність й ефективність облікового процесу, насамперед, пов'язана з порядком документування господарських операцій. Від аналітичності первинних документів залежить можливість формування автоматизованим шляхом різних видів облікових регістрів, оскільки саме документ є основним джерелом вхідної інформації. Дослідження довели, що на практиці продовжують застосовувати типові форми первинних документів, що затверджені наказом Міністерства статистики України від 29.12.1995 № 352 [5].

Уведення в експлуатацію придбаних і створених та зарахування іншого надходження основних засобів проводиться згідно з Актом приймання-передання основних засобів типової форми №ОЗ-1, що складається комісією, призначеною наказом керівника підприємства [2, с.135].

Як відзначає Голов С. Ф., ще одним досить невід'ємним елементом в системі обліку основних засобів є їх контроль. Основна мета внутрішнього контролю основних засобів полягає в забезпеченні дотримання законності й економічної доцільності господарсько-фінансової діяльності [3].

Основними завданнями внутрішнього контролю основних засобів є контроль стану: правильності віднесення матеріальних активів до основних засобів; реальності оцінки і переоцінки основних засобів; правильності відображення результатів інвентаризації на рахунках бухгалтерського обліку; своєчасності й правильності документального оформлення й відображення у облікових регістрах надходження й вибуття основних засобів; правильності нарахування амортизації, своєчасності й повноти включення її у витрати виробництва; правильності нарахування й списання зносу основних засобів; відповідності й правильності оформлення списання основних засобів.

Основними джерелами внутрішнього контролю є: первинні документи регістри синтетичного й аналітичного бухгалтерського фінансового обліку, дані квартальної й річної звітності; податкова, статистична й оперативна звітність.

Отже застосування представлених елементів обліку та контролю основних засобів дасть можливість аналізувати та простежувати їх рух в підприємстві,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.

Список використаних джерел

1. Бухгалтерський фінансовий облік: теорія та практика: Навчальнопрактичний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 536 с.

2. Бабіч В.В. Фінансовий облік (облік активів). Київ: КНЕУ, 2006. 282 с.

3. Голов С. Ф. Управлінський облік. Київ: Лібра, 2003. 704 с.

4. Гришко Н. В. Облік і аудит : навч. Посібник. Мін-воосвіти і наукиУкраїниДонДТУ . Алчевськ : ДонДТУ, 2013. 414 с.

5. Про затвердження типових форм первинного обліку від 29.12.95 № 352 [зі змінами і доповненнями] // Верховна Рада України [сайт]. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0508-98(дата звернення: 30.03.2020).

ПРИБУТОК ЯК ГОЛОВНЕ ДЖЕРЕЛО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЧИННИКИ ЙОГО ПІДВИЩЕННЯ

Тимко А.К.,
здобувач вищої освіти СВО«Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Песцова-Світалка О.С.,
кандидат економічних наук, доцент

В умовах сучасної ринкової економіки прибуток має особливе значення, адже він характеризує результати діяльності бізнесу та слугує фактором підвищення ефективної діяльності підприємства. Прибуток формує рентабельність, що в свою чергу оцінює економічну ефективність підприємства. Саме прибуток є головним джерелом розвитку підприємства.

Прибуток підприємства є складною та багатогранною економічною категорією, що характеризує як одержані результати діяльності підприємства, так і можливості отримувати його в майбутньому.Різні вчені та науковці по-різному дають визначення прибутку, але якщо узагальнити всі твердження, то можна зробити висновок, що прибуток – це показник ефективності підприємства.

На думку М. Білик «прибуток – це додаткова вартість, яка утворюється в процесі виробництва понад вартість спожитих виробничих ресурсів і робочої сили» [3].

О. Єфимова зазначає, що «прибуток – це змінена форма додаткової

вартості, виробленої, реалізованої, готової до розподілу, що сформована в процесі суспільного відтворення для задоволення різних інтересів підприємства та його власників» [1].

Вітчизняний вчений-економіст В. О. Мец стверджує, що «прибуток – фінансова категорія, яка показує позитивний фінансовий результат, характеризує ефективність виробництва, свідчить про обсяг і якість виготовленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості [1].

Поряд з великою кількістю абстрактних визначень існує визначення бухгалтерського прибутку, який визначається закріпленими законодавством України.

Згідно ст. 134.1.1 Податкового кодексу України, «прибуток визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, на різниці, які виникають відповідно до положень цього Кодексу» [4].

Залежно від методики розрахунку у економіці виділяють бухгалтерський та економічний прибуток. Бухгалтерський прибуток характеризує кінцевий результат проведення всіх видів діяльності та є сумою отриманих прибутків (збитків) [3].

Економічний прибуток являє собою різницю між сумою доходів підприємства, з одного боку, і сумою його поточних витрат, з іншого. При цьому враховуються поточні витрати як внутрішні так і зовнішні. Перші не відбиваються бухгалтерським обліком та оцінюються по їх альтернативній вартості. Економічний прибуток підприємства завжди менше бухгалтерського на величину внутрішніх поточних витрат [3].

Бухгалтерський прибуток розраховується як різниця між загальним виторгом і бухгалтерськими витратами, а для розрахунку економічного прибутку від загального виторгу віднімають і бухгалтерські, і економічні витрати. Тому бухгалтерський прибуток дає правдиву картину економічного добробуту фірми, а економічний потрібен для того, щоб оцінити ефективність використання ресурсів, врахувавши альтернативні витрати.

Поряд з цими видами існує поняття нормального прибутку. Нормальний прибуток – це той мінімальний виторг, який повинен заробити підприємець, якщо він хоче залишитися у своєму бізнесі і продовжувати діяльність [3].

На величину прибутку впливає значна кількість чинників. Всі ці чинники поділяються на зовнішні та внутрішні.

Внутрішні чинники впливу на прибуток підприємства – це чинники, які залежать від діяльності підприємства: обсяг діяльності підприємства, стан та ефективність використання ресурсів підприємства, рівень доходів, рівень витрат, ефективність цінової та асортиментної політики [1].

Зовнішні чинники впливу на прибуток підприємства – це чинники, які не залежать від діяльності підприємства: державне регулювання цін в сучасних

умовах на товари, які входять до споживчого кошика, подорожчання послуг інших галузей народного господарства, система оподаткування, зміна нормативних документів по кредитуванню, збільшення облікової ставки за користування кредитними, політика держави по формуванню доходів, відсутність індексації доходів населення залежно від темпів інфляції [1].

Для отримання прибутків та підвищення прибутковості необхідно врахувати всі ці чинники, адже кожен з них має значний вплив на формування прибутковості.

У сучасній ринковій економіці загострюється конкуренція на внутрішніх та світових ринках. У таких умовах процес отримання прибутків ускладнюється. Це вимагає від підприємств вживати значної кількості заходів: проводити модернізацію виробництва, здійснювати планування та прогнозування витрат, удосконалювати системи управління витратами. Все це робиться для зміцнення конкурентоспроможності та отримання більших прибутків.

Прибуток є найважливішим показником ефективності підприємства, а його отримання є метою діяльності підприємства. Прибуток показує результат його господарської діяльності, тому успіх будь-якого суб'єкта господарювання залежить від того, наскільки ефективно управляють прибутком.

Управління політикою прибутковості підприємства зводиться до розробки та впровадження оптимального механізму організаційно-економічного впливу за результатами роботи підприємства, на підвищення його ефективності в порівнянні з витратами, пошуку комплексу інструментів, що дозволяють систематизувати процес отримання доходів [2].

Значний вплив на ріст прибутку має підвищення продуктивності праці. З цією метою необхідно скоротити застосування ручної праці та впровадити механізацію і автоматизацію виробничих процесів.

Розрахунки спеціалістів показують, що при механізації робіт продуктивність праці збільшується у 1,5-2 рази [2].

Також необхідно врахувати ефективну роботу підприємства по організації збуту продукції. Для того, щоб здійснювати її ефективно, необхідно приділяти увагу підвищенню швидкості руху оборотних коштів, скороченню всіх видів запасів та намагатися максимально швидко просувати товари до споживачів.

Значний вплив на збільшення прибутку має оновлення основних фондів. Технічне переозброєння виробництва покращує економічні показники роботи підприємств [1]. Даний процес посідає чільне місце у підвищенні прибутковості підприємства.

Отже, для отримання максимального прибутку підприємству необхідно: здійснювати ефективне управління прибутком; постійно модернізувати основні засоби з метою підвищення продуктивності виробництва; оновлювати основні фонди; пришвидшувати темпи просування готових виробів від виробника до кінцевого споживача; постійно та вчасно запроваджувати нові, прогресивні

технології; постійно вдосконалювати організацію виробництва та праці.

Всі перелічені заходи спрямовані на зменшення витрат на виробництво та збільшення доходів від реалізації. Саме ці стратегії спроможні підвищити прибутковість підприємства.

Список використаних джерел

1. Гречко А.В., Мельнікова О. М.Дослідження факторів впливу на прибутковість підприємства та пошук резервів збільшення прибутку. *Ефективна економіка.* 2017. №11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5862 (дата звернення: 25.03.2020).

2. Тульчинська С.О. Основні чинники впливу на прибутковість підприємства. *Ефективна економіка.* 2018. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/8.pdf (дата звернення: 15.03.2020).

3. Патарідзе-Вишинська М. В. Прибуток підприємств: види, роль та функції. Економіка. Управління. Інновації. 2010. № 1. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2010_1_19 (дата звернення: 29.03.2020).

4. Податковий кодекс України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 (дата звернення: 15.03.2020).

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАНІ: ДИНАМІКА ТА СТРУКТУРА

Федорченко А. Л.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Рудич А. І.,
кандидат економічних наук, доцент

Розвиток підприємницької діяльності є однією з головних передумов формування та реалізації експортного потенціалу держави, її матеріального збагачення та зростання рівня життя населення. В умовах девальвації національної грошової одиниці та нових військово-політичних викликів, які постають перед вітчизняними суб’єктами господарювання, виникає необхідність детального дослідження показників активності підприємницької діяльності в Україні [1].

Дані Державного комітету статистики України (офіційний сайт http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze.htm) [2] дозволяють проаналізувати кількість і динаміку підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка кількості підприємств в Україні протягом 2010-2018 рр.*

Роки	Великі підприємства		Середні підприємства		Малі підприємства, в т.ч. мікропідприємства	
	к-ть	у %	к-ть	у %	к-ть	у %
2010	586	0,03	21343	0,98	2161999	99,00
2011	659	0,04	21059	1,24	1679902	98,72
2012	698	0,04	20551	1,28	1578878	98,67
2013	659	0,04	19210	1,12	1702201	98,85
2014	497	0,03	16618	0,86	1915046	99,11
2015	423	0,02	15510	0,79	1958385	99,19
2016	383	0,02	15113	0,81	1850034	99,17
2017	399	0,02	15254	0,85	1789406	99,13
2018	446	0,02	16476	0,90	1822671	99,08
Зміни 2018 до 2010 р. (+;-)	-140	х	-4867	х	-339328	х
Зміни 2018 р. до 2010 р. у %	-23,9	х	-22,8	х	-15,7	х

*узагальнено на підставі [2]

Отже, динаміка суб’єктів господарювання України показала тенденцію до зниження, великих підприємств на 23,9 %, середніх – на 22,8 %, малих – на 15,7%. Причини зниження можна назвати різні: великі підприємства поглинають середні та малі, при цьому їх кількість не зростає, збільшуються їх розміри. Вагомою причиною є економічна криза, підвищення цін на сировину, матеріальні цінності, призводять до зростання собівартості виробленої продукції чи наданих послуг, зростання цін не завжди є рентабельним, покупці вибирають нижчі ціни, це супроводжується збитковістю та як наслідок ліквідується. Незважаючи на зниження підприємницької активності протягом 2010-2018 рр., не у всіх галузях спостерігається зменшення кількості підприємств.

Зокрема, у структурі великих підприємств зростання спостерігається у галузі сільського господарства, лісового та рибного господарства на 10 одиниць або на 76,9 %.

Середні підприємства зросли за рахунок підприємств у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги на 708 одиниць або у 3,4 рази.

Зростання підприємств малого бізнесу є більш прогресуючим. Кількість малих підприємств зросла у таких сферах: «Тимчасове розміщування й організація харчування» на 11873 одиниці або на 23,9 %, «Інформація та телекомунікації» на 118722 одиниці або у 3,1 рази, «Операції з нерухомим майном» на 43299 одиниць або на 87,2 %, «Професійна, наукова та технічна

діяльність» на 5788 одиниць або на 4,8 %, «Освіта» на 2454 одиниць або на 22,9%, «Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги» на 6009 одиниць або на 33,5 %, «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» на 1950 одиниць або на 16,6%.

Структура підприємств у розрізі галузей протягом досліджуваного періоду майже не змінилася.

У структурі великих підприємств найбільша частка припадає на промисловість у 2010 та 2018 рр. відповідно 59,2 % та 53,1 % та в оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів відповідно 26,3 % та 30,3 %. У сукупності середній господарств можна виділити три галузі: «Промисловість» - 28,9 % та 30,1 %, «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів» - 20,1 % та 19,4 %, «Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство» - 16,1 % та 14,0 %. Найбільша частка малих підприємств працює у сфері оптової та роздрібної торгівлі; ремонту автотранспортних засобів відповідно 55,2 % та 44,7 %.

Отже, серед ключових результатів, отриманих унаслідок проведеного дослідження, слід відзначити наступне: протягом 2010-2018 рр. спостерігається зменшення кількості суб'єктів господарювання, які функціонують в Україні; відбувається поглиблення монополізації ринків через посилення впливу на них великого бізнесу; зменшення кількості підприємств може бути зумовлено «тінізацією» бізнесу.

Список використаних джерел

1. Георгіаді Н. Г. Сучасний стан підприємницької активності в Україні. *Ефективна економіка*. 2016. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4818 (дата звернення: 21.03.2020).

2. Державний комітет статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze.htm (дата звернення: 21.03.2020).

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИФРАНЧАЙЗИНГУ ЯК ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Циб А. С., Лисокобилка І. О.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Єгорова О. В.,
кандидат економічних наук, доцент

В наші дні значного розповсюдження набула така форма підприємництва як франчайзинг. Незважаючи на те, що вона не є новою, багато підприємцівпочатківців не розуміють такий термін як «франшиза». Франшиза –

така форма угоди, яка укладається між людиною або групою людей (франчайзі) та певним торговим представником, групою (франчайзер) з приводу отримання права на використання їх торгової марки, бренда в своїх комерційних цілях. [1]

Згідно з Цивільним кодексом України (гл. 76) договір франчайзингу називають договором комерційної концесії та визначають як таку форму угоди, за якою одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг. [2]

Як правило, при оренді бренду франчайзі зобов'язаний сплатити паушальний внесок. Цей внесок є одноразовим та безповоротним, він є доказом права на використання франшизи, а надалі, протягом всього часу тривання договору, сплачує певні відсоткові відрахування від прибутку або ж сталу періодичну плату – роялті (зазвичай 8% щомісяця). Також, окрім паушального внеску і роялті франчайзі, як і звичайні підприємці витрачають кошти на покупку обладнання, матеріалів, виплату зарплат своїм працівникам тощо.

Франшиза як форма підприємництва має свої переваги, а саме:

1. У франчайзингу бізнес, не зважаючи на те, що він здійснюється під егідою чужої вивіски, – відносно легкий метод заробітку. При придбанні франшизи франчайзі купує завідома виграшний і вигідний бізнес, притому співпраця буде відбуватися у тандемі з надійним та досвідченим франчайзером, який не тільки має наперед розроблену стратегію для успішної справи, а й готовий консультувати свого підопічного, так як прибутковість бізнесу останнього входить в інтереси франчайзера.

2. Ризик невдачі при такому веденні бізнесової діяльності зводиться до мінімуму. Користуючись франшизою, підприємець збільшує шанси на успіх бізнесу, адже розпочинати його з нуля завжди важче.

3. Висока швидкість окупності вкладень. Використання бренду дозволяє швидше пройти початковий етап розвитку комерційної діяльності (відкриття та початковий ріст).

4. Франшиза надає досить точну інформацію для планування обсягів витрат та прибутку, що спрощує сам процес планування, а також дозволяє уникнути помилок і неправильних рішень.

5. Упевненість, що в межах певної території не буде суперництва між франчайзі та іншими гравцями, які працюють від імені цього ж бренду.

Також слід розглянути і мінуси франшизи:

1. Перш за все – це чимала вартість (окрім великого паушального внеску величина щомісячного роялті становитиме 3-4 тис. грн і більше), тим паче коли мова йде про ексклюзивну можливість використовувати право на бренд в межах міста чи регіону.

2. Репутаційні ризики. Перевага, пов'язана з репутацією бренду, цілком може перетворитися на проблему коли у засновника торгової марки виникають труднощі.

3. Обмеження у інноваціях. Уявімо, що у франчайзі виникла оригінальна ідея для розвитку бізнесу, наприклад, акція чи послуга для клієнтів, запровадження яких дозволить збільшити прибутки, але нерідко за умовами договору зробити це неможливо.

4. Багато франчайзерів наполягають щоб франчайзі купував необхідні ресурси або у них, або у їхніх партнерів. В таких випадках доцільність франшизи взагалі ставиться під сумнів, оскільки підприємець опиняється в дуже невигідному становищі, не маючи права ні придбати витратні матеріали у конкурентів, ні якось по іншому знизити свої власні витрати. [3]

Оскільки угоду франчайзингу укладають дві сторони, буде доцільним розглянути переваги та недоліки від укладання угоди й для франчайзера. Серед плюсів необхідно виділити те, що це досить швидкий спосіб розширити бізнес в різних регіонах або країнах за мінімальною вартістю; збільшується дохід від продажу, тобто власник компанії отримує дохід від франшизи; франчайзинг популяризує бренд франчайзера. До мінусів же належать: відсутність приватності, тобто продаючи свій бренд, франчайзер продає свої секрети, через що є ризик поширення торгівельних секретів; розриваючи контракт із франчайзером для відкриття власного бізнесу, колишні франчайзі стають прямими конкурентами франчайзера; потрібен спеціальний контроль за виконанням умов франчайзингу; можливий негативний вплив на імідж материнської компанії неефективних франчайзі.

Прикладами успішних франшиз в Україні є: мережа ресторанів Джигіт, мережа кав'ярень AromaKava, національна мережа кафе швидкого харчування FreshLine, мережа фірмових магазинів одягу та взуття Columbia тощо. [4]

Отже, підсумовуючи слід зазначити, що франшиза – це відносно нова форма бізнесу, яка є досить розвиненою у сучасному світі. Розпочати бізнес під чиєюсь торговою маркою буде доцільним для людей, які тільки пробують себе в ролі підприємця та прагнуть до якомога меншого ризику. Проте франчайзинг значно стримує розвиток франчайзі, тому що він повинен підпорядковуватися корпоративним правилам без права вносити свої інновації. Для франчайзера ж це досить легкий спосіб поширити свій бренд за мінімальної вартості, хоча при цьому він ризикує втратити корпоративні та торгівельні секрети.

Список використаних джерел

1. Глосарій франчазингу // Федерація розвитку франчайзингу.URL: http://fdf.org.ua/about-franchise/glossary(дата звернення: 27.03.2020).

2. Цивільний кодекс України: кодекс від 16.01.2003 № 435-IV (редакція станом на 02.11.2019) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15 (дата звернення: 27.03.2020).

3. Робота за моделлю франшизи, суть схеми, плюси та мінуси // LEMARBET.URL: https://lemarbet.com/ua/otkrytie-internet-magazina/rabota-po-franshize-sut-shemy-plyusy-i-minusy/(дата звернення: 27.03.2020).

4.Лучшие франшизы в Украине в 2020 по версии InVenture. // InVenture. URL:https://inventure.com.ua/analytics/articles/luchshie-franshizy-v-ukraine-v-2019-po-versii-inventure(дата звернення: 27.03.2020).

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Білозор О. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Безкровний О. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Управління активами підприємства є однією з функцій фінансового менеджменту, проте цей напрямок фінансового управління довгий час ототожнювався з управлянням капіталом. Виділення у самостійний блок фінансового менеджменту активів, як окремого напрямку, із загальної системи фінансового менеджменту пов'язане із необхідністю доповнення й розвитку методів аналізу, планування, обґрунтування оперативних управлінських рішень та контролю активів .

Активи підприємства поділяються на оборотні та необоротні активи. Оборотні активи являють собою частину майна підприємства, яка втілена в матеріально-виробничих запасах, не закінчених розрахунках, залишках грошових коштів і фінансових вкладеннях [3].

Для оборотних активів як частини авансованого капіталу підприємств характерні такі відмінні ознаки:

– вони мають бути заздалегідь вкладені, тобто авансовані до отримання виручки від реалізації продукції;

– оборотні активи як ліквідні ресурси не втрачаються і не споживаються, але постійно повинні поновлюватися в господарському обігу;

– абсолютна потреба в оборотних активах залежить передусім від обсягу господарської діяльності, умов постачання та збуту. Недостатність їх або неефективне використання негативно впливає на фінансовий стан підприємства.

До оборотних активів належать: виробничі запаси, незавершене виробництво; дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги; дебіторська заборгованість за розрахунками; інша поточна дебіторська заборгованість; поточні фінансові інвестиції; грошові кошти в національній та іноземній валютах; інші оборотні активи [2].

Оборотні активи підприємства розглядаються як сукупність матеріальних і фінансових активів, які шляхом структурної трансформації здійснюють безперервний кругообіг форм вартості з метою постійного відновлення процесу виробництва, одержання прибутку, підтримки нормальної ліквідності підприємс-

тва і повинні повністю використовуватися протягом одного календарного року або операційного циклу.

Управління оборотними активами, за твердженням М. Забаштанного, становить найбільшу частину операцій фінансового менеджменту підприємства. Це пов'язано з великою кількістю елементів його внутрішнього матеріально-речового та фінансового складу, що вимагає індивідуалізації управління; високою динамікою трансформації його видів; пріоритетною роллю в забезпеченні платоспроможності, рентабельності та інших цільових результатів операційної діяльності підприємства [1].

Система управління оборотними активами представляє собою частину загальної фінансової стратегії підприємства, що полягає у формуванні необхідного обсягу і складу оборотних активів, раціоналізації й оптимізації структури джерел їх фінансування. При цьому, процес управління оборотними активами підприємства узагальнюється в сукупності взаємопов'язаних етапів (рис. 1).

*реалізуються на основі врахування фактору сезонності сільськогосподарської галузі

Рис. 1. Організаційний механізм процесу управління оборотними активами сільськогосподарських підприємств

Аналізуючи рис. 1 слід зазначити, що невід'ємними складовими управління оборотними активами є їх якісна оцінка, що реалізується на перших чотирьох етапах. В свою чергу, слід зазначити, що втілення решти п'яти етапів по відношенню до сільськогосподарських товаровиробників, зважаючи на специфічні особливості їх господарської діяльності.

Узагальнюючи механізм використання зазначених методів нормування, слід наголосити на тому, що на практиці найбільш доцільне застосування методу прямого рахунка, перевагою якого є вірогідність, що дозволяє зробити найбільш точні розрахунки частинного і сукупного нормативів. До частинного відносяться нормативи оборотних коштів у виробничих запасах: сировини, основних і допоміжних матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів, палива, тари, запасних частин; у витратах майбутніх періодів; готових виробах.

Не менш важливим аспектом в політиці управління оборотними активами є формування раціональної структури джерел їх фінансування. Якщо для фінансування постійної частини оборотних активів використовуються власні засоби, то для покриття частини активів доцільно застосовувати механізм короткострокового кредитування, види і форми якого залежать від руху оборотного капіталу підприємства і тривалості операційного циклу.

Підсумовуючи вищесказане слід акцентувати увагу на позитивних наслідках впровадження ефективної політики управління оборотними активами, якими за умови якісного втіленні всіх згаданих етапів, мають стати: забезпечення безперебійної роботи підприємства, зниження обсягів вільних поточних активів, і, як наслідок, зниження витрат на їх фінансування, прискорення обороту оборотних активів, максимізація прибутку підприємства при збереженні ліквідності тощо.

Список використаних джерел:

1. Забаштанський М. М., Забаштанська Т. В. Особливості управління оборотними активами агропромислових підприємств України. Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління : зб. наук. праць. – Чернігів : Вид-во ЧДІЕУ. 2018. № 1(13). С. 200-205.

2. Соколова Е. О., Козак Г. С. Напрями підвищення ефективності управління оборотними активами підприємства. Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Сер.: Економіка і управління. 2017. Вип. 21-22(2). С. 216-221.

3. Філатова З. В., Ротанова А. Г. Напрямки формування системи управління оборотними активами підприємства. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури : зб. наук. праць. 2016. Вип. 29. С. 330-335.

ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Березорудська К.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Зоря О.П.,
доктор економічних наук, доцент

У умовах ринкових відносин, самостійності підприємств, відповідальності за результати своєї діяльності виникає об'єктивна необхідність визначення тенденцій фінансового стану, орієнтації у фінансових можливостях і перспективах, оцінці фінансового стану інших суб'єктів господарювання. Вирішити ці питання допомагає фінансова стратегія підприємства.

Поняття «фінансова стратегія», на наш погляд, можна визначити як довгостроковий фінансовий план (програму) розвитку діяльності підприємства для досягнення певної мети. Вона визначає основні шляхи, по яких необхідно рухатися суб'єкту господарювання для забезпечення поставленої мети. Формування фінансової стратегії є досить складним і трудомістким процесом, оскільки вимагає значних витрат часу, праці і виконання комплексних розрахунків. Важливим в здійсненні цього процесу є врахування наступних факторів:

- орієнтації фінансової стратегії на загальну стратегію розвитку підприємства на ринку;
- рівня законодавчого та нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності;
- економічної і політичної ситуації в країні;
- типу ринкової позиції підприємства, оскільки вибір фінансової стратегії залежить від маркетингової політики підприємства, зокрема від того, на яку цільову аудиторію спрямоване виробництво продукції, частку і тип ринку (вітчизняний або міжнародний) планує зайняти підприємство;
- ресурсного забезпечення підприємства, так як на формування фінансової стратегії впливає кількість і якість ресурсів, у тому числі чисельність і кваліфікація працівників, наявність основних засобів, забезпеченість власними коштами, можливість залучення позикових коштів і інвестицій, інноваційний потенціал;
- галузевої приналежності підприємства, оскільки галузь економіки, до якої належить підприємство, визначає напрям формування його фінансової стратегії, а сільське господарство, як відомо, має безліч особливостей в порівнянні з іншими галузями національної економіки;
- фінансового стану та конкурентних переваг існуючих і потенційних підприємств-конкурентів, надійності постачальників і покупців;

- рівня ризику фінансової діяльності, що викликається інфляційними коливаннями, різкими стрибками курсу валют, ризиками неплатежів, ймовірністю настання фінансової кризи і т.д.;

- кон'юнктури товарного і фінансового ринків і її зміни.

Таким чином, головною метою фінансової стратегії підприємства є максимізація його ринкової вартості і підвищення ефективності діяльності. Вона досягається шляхом конкретизації цілей з урахуванням завдань і особливостей майбутнього фінансового розвитку підприємства. Система стратегічних фінансових цілей повинна забезпечувати формування достатнього обсягу власних фінансових ресурсів і високу рентабельність використання власного капіталу; оптимізацію структури активів і оборотного капіталу; встановлення прийнятного рівня фінансових ризиків у процесі здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Аранчій В.І., Зоря О. П. Фінансова стратегія у системі управління підприємством. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*, 2010. № 2. С. 156-159.

2. Макаренко П. М., Аранчій В. І., Зоря О. П., Лашко Ю. П. Формування фінансової стратегії підприємства та її значення у конкурентному ринковому середовищі. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2012. Вип. 1 (4). Т. 1. С. 3-6.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ БЮДЖЕТНИМИ ВИДАТКАМИ

Ведмідь М. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Капаєва Л.М.,
кандидат економічних наук, доцент

Реалізація державних функцій є багатоплановим і складним процесом впливу держави на суспільні відносини та потребує значних обсягів бюджетних коштів. Враховуючи обмеженість бюджетних ресурсів, питання забезпечення ефективного управління витрачанням бюджетних коштів в Україні є досить актуальним.

Отримання позитивного ефекту від використання бюджетних коштів є одним з найважливіших результатів управління, чому сприятиме удосконалення механізму розподілу та використання бюджетних коштів. Це дозволить вирішити нагальні проблеми сьогодення, які особливо загострюються в сучасних економічних реаліях. Раціональне використання бюджетних коштів є важливим

фактором зростання добробуту громадян та прискорення соціально-економічного розвитку країни [1].

Дослідження, що стосуються бюджетної політики та ефективності витрачання бюджетних коштів відображені у роботах Л. Алексеєнко, В. Андрущенка, М. Артуса, В. Мельника, І. Канцура, І. Стефанюк, О. Тищенко, В. Федосова, І. Чуркіної та інших.

Бюджетні видатки – це витрати, які плануються в формі бюджетних асигнувань, фактично здійснюються шляхом касових видатків та повністю відповідним чином обліковуються.

За допомогою бюджету, який формується на основі податкових надходжень, держава може спрямовувати ресурси на фінансування суспільних благ. В процесі перерозподілу доходів бюджет є інструментом перерозподілу ВВП з метою забезпечення соціальної рівності. Даний процес відбувається для зменшення майнового розшарування населення, підтримки соціального захисту та соціального забезпечення найбільш вразливих груп населення, створення сприятливого соціального-економічного клімату в державі тощо.

Ефективність державних витрат забезпечується в тому випадку, коли вони стимулюють економічне зростання, покращують формування сукупного попиту і споживання та соціально-економічний розвиток країни [3, с. 37].

Забезпечення ефективного використання бюджетних коштів – одна з ключових проблем виконання бюджету в більшості країн світу. Актуальна вона і для України, яка має обмежені бюджетні ресурси. Можна сказати, що на теперішній момент система управління видатками бюджету в Україні є недосконалою, процес управління ними ускладнюють політична нестабільність, загроза суверенітету, дисбаланс фінансової системи та відсутність зростання реального ВВП.

З огляду на це, важливим є планування видатків шляхом визначення пріоритетів при розподілі фінансових засобів, джерел їх фінансування, а також забезпечення контролю за цільовим та ефективним використанням коштів [2, с. 27].

Одним із головних критеріїв ефективності витрачання бюджетних коштів є результативність та досягнення поставлених цілей, а соціальна ефективність виступає як критерій досягнення відповідного соціального ефекту.

Ще однією складовою забезпечення ефективності управління витрачанням бюджетних коштів в Україні є аналіз виконання плану видатків, який здійснюється на основі звітних даних про витрачання коштів бюджету на предмет відповідності цільовому призначенню цих коштів, їх ефективності та економного використання.

Ефективність управління витрачанням бюджетних коштів визначається за допомогою показника фінансової стійкості, рівень якого визначається обсягом коштів, що необхідні для забезпечення мінімальних видатків, визначених бюджетом і які спрямовані на фінансування заходів забезпечення життєдіяльності населення країни.

В умовах жорсткої обмеженості фінансових ресурсів необхідними є перегляд та оптимізація структури бюджетних видатків, упорядкування видаткових повноважень центральних та місцевих органів влади. Це, в першу чергу, стосується підвищення частки видатків місцевих бюджетів на виконання власних повноважень органів місцевого самоврядування, посилення інвестиційної складової місцевих бюджетів. Зазначені напрями забезпечення ефективності управління витрачанням бюджетних коштів потребують чіткого дотримання та використання на практиці.

У процесі планування видатків бюджету необхідно враховувати стратегічні напрями розвитку держави, реалізацію соціально-економічних реформ, безпосереднім результатом яких має бути підвищення стандартів життя громадян. Для того щоб Україна стала державою із сильною економікою та провідними інноваціями, слід відновити макроекономічну стабільність, забезпечити стійке зростання економіки екологічно невиснажливим способом, створити прозору податкову систему та сприятливі умови для ведення господарської діяльності.

Список використаних джерел

1. Канцур І. Г., Мамонова Г. В. Ефективність використання бюджетних коштів на розвиток соціальної сфери. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка».* 2014. Випуск 3 (44). С. 95-100.

2. Колосова В.П. Підвищення ефективності видатків державного бюджету на реалізацію інвестиційних програм, кредитованих міжнародними фінансовими організаціями. *Бюджетна політика. Наукові праці НДФІ,* 2015. № 3. 75 с.

3. Мельник В. М., Канцур І. Г., Мельник М. М. Фіскальний механізм забезпечення соціального розвитку України: монографія. Тернопіль: ФОП Осадца В. М., 2017. 200 с.

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ЛІКВІДНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Гаращенко В.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Дроботя Я. А.,
кандидат економічних наук, доцент

Одним із головних завдань підприємства у процесі його функціонування є забезпечення стійкого фінансового стану, що дозволяє ефективно функціонувати на ринку, бути привабливим для інвесторів та надійним для кредиторів. Досягти цього неможливо без забезпечення ліквідності та платоспроможності підприємства. Тому, вважаємо, що саме оцінка та прогнозування ліквідності, платоспроможності суб’єктів господарювання дозволяє вчасно виявити фінан-

сові ризики на шляху забезпечення фінансовоїстабільності суб'єктів. Варто сказати про те, що на шляху здійснення виробничої прибуткової діяльності підприємство повинно постійно маневрувати між забезпеченням виробництва оборотними активами, а отже і зниженням ліквідності та триманням коштів в ліквідній формі, що не забезпечує доходу підприємству.

І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула вказують, що за економічною природою ліквідність характеризує здатність підприємства виконувати свої короткострокові (поточні) зобов'язання за рахунок своїх поточних активів. Підприємство вважається за ліквідне, якщо його поточні активи перевищують поточні зобов'язання [1].І. М. Бойчикзазначає, що ліквідність - здатність цінностей перетворюватися в грошові кошти. Ліквідність підприємства характеризується наявністю в його розпорядженні ліквідних засобів у формі залишку грошей у касі, грошових коштів на рахунках у банку та тих елементів оборотних активів, що легко реалізуються [2, с. 96].

Для суб'єктів господарювання недостатня ліквідність – це ризик, передусім ризик не можливості здійснення потрібних платежів та розрахунків, але надмірна ліквідність – це також ризик, оскільки високоліквідні активи не забезпечують прибутку для суб'єкту господарювання. Варто зазначити, що з позиції кредиторів ситуація з ліквідністю теж двояка, оскільки її недостатність вказує на неможливість сплати процентів та суми боргу, на теж саме може вказувати і надмірна ліквідність, яка не дозволяє «працювати» виробництву. Варто зазначити, що нестача ліквідних засобів також може позначиться на відносинах із постачальниками, партнерами, споживачами, державними органами. Так, наприклад, порушення ліквідності може призвести до несвоєчасності розрахунків з постачальниками, які в подальшому можуть відмовитись від постачання сировини для виробництва, що наростаючою спіраллю призведе до спаду виробництва, втрати споживачів та неможливості сплати податків, кредитів. Отже, якщо суб'єкт господарювання не може погасити свої поточні зобов'язання по мірі того, як наступає строк їх оплати, його подальше існування ставиться під загрозу.Аналіз ліквідності та платоспроможності – один з аспектів дослідження фінансового стану підприємства, який дозволяє вчасно виявити вузькі місця у складі оборотних активів [3, с. 219].

До основних факторів, які впливають на збільшення ліквідності підприємства, з нашого погляду, на базі дослідження В. П. Шило [4, с.124], слід віднести:

- одержання довгострокового кредиту;
- інвестування капіталу;
- прибутки;
- амортизаційні відрахування;
- скорочення дебіторської заборгованості;
- скорочення запасів;
- відсутність неліквідних запасів;
- відсутність значного накопичення товарних запасів;

- дотримання балансу між «працюючими» оборотними активами та високоліквідними;
- повернення наданих позик;
- продаж необоротних активів.

Факторами зменшення ліквідності підприємства, з нашого погляду, є:
- погашення довгострокових позик;
- грошові виплати;
- збитки;
- незбалансованість оборотних активів;
- податки на дохід від дооцінки активів;
- інвестиції в основні засоби;
- збільшення дебіторської заборгованості;
- погашення короткострокових кредитів;
- використання резервних фондів [4, с. 152].

Отже, наслідками низького рівня ліквідності є нездатність підприємства сплатити свої поточні борги, зобов'язання, що призведедо обов’язкового продажу довгострокових фінансових вкладень та активів, зниження прибутковості, а в найгіршому випадку до банкрутства.На нашу думку,забезпечення ліквідності підприємства можливе лише у разі раціонального управління структурою активів різного ступеня ліквідності відповідно до рівня терміновості зобов’язань та рівня фінансового ризику.Для забезпечення стійкої платоспроможності необхідно, в першу чергу, контролювати грошові потоки підприємства, їх рівномірність, збалансованість та синхронність.

Список використаних джерел

1. Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. Фінансовий аналіз та звітність: практикум. Вінниця: ВНТУ, 2017. 143 с.
2. Бойчик І. М. Економіка підприємства: [навч. посіб.]. К.: Центр учбової літератури, 2007. 528 с.
3. Лазаришина І. Д. Економічний аналіз: теорія, методологія: [практикум]. Тернопіль.: Центр учбової літератури, 2006. 434 с.
4. Шило В. П. Аналіз фінансового стану виробничої та комерційної діяльності підприємства:[навч. посіб.]. К.: Кондор, 2007. 240с.

ФУНКЦІЇ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Голобородько В. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Капаєва Л.М.,
кандидат економічних наук, доцент

Фінансовий ринок є невід'ємною і найголовнішою складовою фінансової системи країни. Розвинутий й ефективно працюючий фінансовий ринок сприяє накопиченню фінансових ресурсів, збільшенню обсягів виробництва та розвитку позитивних змін в суспільстві.

Сутність фінансового ринку відображають функції, які він виконує. Щодо кількості функцій, погляди вчених, які досліджували це питання, розійшлися.

Так, Селіверстова Л. С. та Адаменко І. П. [1] виділяють 4 основні функції:

– мобілізація тимчасово вільних грошових коштів шляхом продажу цінних паперів;
– фінансування відтворювального процесу;
– сприяння переливу капіталу між галузями та компаніями;
– підвищення ефективності економіки в цілому.

Якщо аналізувати фінансовий ринок як сукупність відносин, то слід виділити його ключову функцію – розподіл і перерозподіл фінансових ресурсів. Ряд авторів називають 6 функцій, які можна назвати деталізуючими названої ключової [2]:

– мобілізація, акумулювання заощаджень суб'єктів ринку і трансформація їх в інвестиційний капітал за допомогою різноманітних фінансових інструментів і спрямування їх у реальний сектор економіки;
– забезпечення руху фінансових потоків в економіці, взаємодії продавців та покупців фінансових ресурсів і становлення цін на них, що зрівноважують попит і пропозицію;
– перерозподіл на взаємовигідних умовах грошових коштів фірм, домашніх господарств, держави із метою їх ефективнішого використання;
– вплив на грошовий обіг, прискорення обороту капіталу, сприяння активізації економічних процесів;
– страхування фінансових ризиків та формування умов для їх мінімізації за допомогою різних інструментів ринку;
– кредитування уряду, муніципальних органів влади шляхом розміщення цінних паперів, розподіл державних кредитних ресурсів.

Виходячи з того, що в словосполученні «фінансовий ринок» ключовим є слово «ринок», варто виділити функції фінансового ринку як частини ринку. Йдеться про розподільчу, цінову, інформаційну, регулювальну, організаційну,

стимулюючу функції. Разом з тим, слід зазначити ще й такі функції, як інвестиційна, накопичувальна, акумулююча та зберігаюча.

Треба наголосити, що ринок є фінансовим, тому слід виділити ще й фінансові функції. Основною функцією фінансової системи, структурною ланкою якої є фінансовий ринок, є забезпечення ефективності формування і використання фінансових ресурсів. Наступні функції – розподільча і контрольна, є похідними від попередньої [3].

Варто зазначити, що функції змінюються залежно від сфери суспільного життя. Так, вищезазначені функції відносяться до економічної сфери.

В політичній сфері: розвиток інтеграційних процесів входження України в світовий економічний простір; сприяння економічній самостійності; створення ринкової економіки; сприяння залученню іноземного капіталу в українські підприємства.

В соціальній сфері основною функцією є створення робочих місць шляхом переміщення та інвестування капіталу.

У морально-психологічній сфері: формування у населення економічного мислення та поведінки, запобігання виникненню шахрайства чи злочинів на фінансовому ринку, формування довіри до процесів та послуг фінансового ринку.

Отже, можна зробити висновок, що фінансовий ринок є важливим для економіки України та має значний вплив на її стан. Для кращого розуміння його сутності треба мати чітке уявлення про функції, які він виконує, а це в свою чергу, сприяє досягненню максимального ефекту економічних процесів в економіці.

Список використаних джерел:

1. Адаменко І.П., Селіверстова Л.С. Особливості розвитку фінансового ринку України. *Економічна наука. Інвестиції: практика та досвід*. 2018. №9. С. 13-17.

2. Фінансовий ринок: навч. посібник за заг. ред. Арутюнян С. С. К : Гуляєва В. М., 2018. 484 с. - URL : http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/7724

3. Чуницька І. І. Обґрунтування функцій фінансового ринку як засобу підвищення ефективності його функціонування. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 25-2. С. 154–158.

ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛЮ ОПЛАТИ ПРАЦІ

Демочко Ж. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Томілін О.О.,
доктор економічних наук, доцент

Ефективність діяльності працівників та належний рівень продуктивності праці напряму залежать від оплати праці. Облік та контроль розрахунків з оплати праці займає провідне місце в системі бухгалтерського обліку на підприємстві.

У процесі господарської діяльності підприємство здійснює операції, що призводять до виникнення у нього різноманітних зобов'язань перед юридичними і фізичними особами, наприклад, заборгованості постачальникам за придбані матеріали, заборгованості працівникам по виплаті заробітної плати, заборгованості бюджету з нарахованих податків тощо [5, с. 188].

В Україні більше уваги приділяється зовнішньому контролю, який здійснюється державними органами, ніж внутрішньогосподарському контролю підприємств.

Внутрішній контроль – система заходів, визначених керівництвом підприємства та здійснюваних на підприємстві з метою найбільш ефективного виконання всіма працівниками своїх обов'язків щодо забезпечення та здійснення господарських операцій. Внутрішній контроль визначає законність цих операцій та їхню економічну доцільність для підприємства [2, с. 35].

Держава здійснює регулювання оплати праці працівників підприємств усіх форм власності шляхом встановлення розміру мінімальної заробітної плати та інших державних норм і гарантій, встановлення умов і розмірів оплати праці керівників підприємств, заснованих на державній, комунальній власності, працівників підприємств, установ та організацій, що фінансуються чи дотуються з бюджету, а також шляхом оподаткування доходів працівників.

Відповідальним за створення внутрішнього контролю є управлінський персонал, який у відповідності з національними стандартами самостійно вибирає методи і прийоми контролю [1, с. 43].

Вибір форми внутрішнього контролю залежить від організаційної структури суб'єкта господарювання, видів та обсягів діяльності, правової організації, відношення керівництва до контролю тощо і може бути організованим у вигляді наступних структурних підрозділів [1, с. 75]:

– постійно діюча ревізійна комісія – контролює фінансово-господарську діяльність виконавчого органу, дотримання законодавчо – нормативних актів, вивчає звіти зовнішніх і внутрішніх аудиторів, перевіряє бухгалтерську документацію, ведення обліку, формування висновку за річною звітністю.

– структурно – функціональна форма – форма внутрішнього контролю не потребує значних додаткових витрат підприємства на її побудову. Зазначена форма передбачає розробку комплексу внутрішніх документів, що регламентують порядок взаємозв'язку підрозділів та їх керівників.

– відділ внутрішнього аудиту – полягає в допомозі персоналу підприємства ефективно виконувати свої посадові обов'язки, за умови що цей відділ є складовою частиною підприємства і працює в рамках затвердженої облікової політики затвердженої керівником.

– у тих організаціях, де немає відділу внутрішнього аудиту, функції внутрішнього контролю можуть виконувати інвентаризаційні бюро, групи контролю, що належать до структур внутрішнього аудиту.

Об'єктами контролю за розрахунками з оплати праці є стан роботи з кадрами, використання фонду робочого часу та дотримання штатної й трудової дисципліни підприємства, стан бухгалтерського обліку та звітності за операціями з нарахування та виплати заробітної плати.

Суб'єктами внутрішнього контролю поділяються на суб'єктів організації (керівник, власник підприємства і т.д.) і суб'єктів виконання. Структурування суб'єктів внутрішнього контролю щодо забезпечення вимог оплати праці зображено на рис. 1 [3, с. 157].

Рис. 1. Завдання суб'єктів внутрішнього контролю за дотриманням виплат працівникам

Джерело: сформовано авторкою на основі [3, с. 157]

Внутрішній контроль на підприємстві включає вибір суб'єктів, постановку мети, організаційну стадію, методичну та результативну [4, с. 335]. Відповідно, контроль витрат на оплату праці доцільно досліджувати в контексті його етапів:

1 етап. Підготовка до проведення контролю.

2 етап. Проведення контролю.

3 етап. Узагальнення результатів контролю.

Ефективний контроль витрат на оплату праці сприяє зростанню продуктивності праці. На практиці вагомої ролі набуває визначення частини заробітної

плати, яка враховується у собівартість виробленої продукції та частини, що повинна сплачуватись за рахунок прибутку з метою досягнення відповідності між виплатою заробітної плати персоналу та стимулюванням ефективної праці, адекватної ринковому механізму господарювання.

Таким чином, облік праці та заробітної плати має бути організований таким чином, щоб сприяти підвищенню продуктивності праці, повному використанню робочого часу, фінансові результати діяльності, рентабельність, забезпечувати його раціональне та ефективне функціонування а також правильному обчисленню чисельності працівників для обліку заробітної плати з метою оподаткування. Для цього на підприємстві мають бути чітко розподілені функції обліку між відділами і обов'язкове створення системи внутрішнього контролю.

Список використаних джерел:

1. Бондар М.І. Єфіменко В.І., Ловінська Л.Г. Фінансовий облік: підручник: ч. 1. Київ: КНЕУ, 2012. 553 с.
2. Корінько М. Д. Удосконалення організації та функціонування системи внутрішнього економічного контролю при диверсифікації суб'єктів господарювання. Статистика України. 2008. № 1. С. 34–40.
3. Крамаровский Л.М. Ревизия и контроль [учебник. – 4-те изд. перераб. и доп.], М.: Финансы и статистика. 2008. 300 с.
4. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу : [міжнар. зб. наук. праць] відп. ред. д. е. н., проф. Ф. Ф. Бутинець. 2012. № 3 (24). 628 с.
5. Томілін О. О., Гаврилова О. А., Мирошниченко А. О. Теорія бухгалтерського обліку: навч. посіб. Полтава: "Оріяна", 2011. 305 с. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1639 (дата звернення - 20.03.2020).

ФІНАНСОВІ РИЗИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ НИМИ

Джангіров О.Г.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Дроботя Я. А.,
кандидат економічних наук, доцент

Значна частина серед управлінських підходів підприємства належить саме управлінню фінансовими ризиками. Практичне втілення даного управління здійснюється за допомогою підходів теорії та практики ризик-менеджменту.

Базовою ціллю здійснення управління фінансовими ризиками є мінімізація фінансових втрат під час здійснення фінансової, операційної та інвестиційної діяльності.

Ціль даного управління конкретизується на базі основних завдань управління на операційному рівні:

- оптимізація структури капіталу (співвідношення між власними та позичковими джерелами формування фінансових ресурсів);
- оптимізація портфеля боргових зобов'язань.

З точки зору ризик-менеджменту та фінансового менеджменту оптимізація структури капіталу починається з відповіді на запитання доцільності залучення позикового капіталу взагалі. Відповідь на дане запитання можна отримати шляхом розрахунку такого показника як ефект фінансового левериджу.

Якщо все ж таки позиковий капітал підприємству варто залучати, то наступним кроком стане означення оптимальної структури капіталу за одним із обраних на підприємстві критеріїв.

Зниження ризику використання позикового капіталу, окрім означення його обсягів, що забезпечують додатковий прибуток до власного капіталу передбачає:

- здійснення процесу диверсифікації кредиторів;
- означення ймовірності непогашення дебіторської заборгованості за обсягами;
- пошук платежів за користування позичковим капіталом, що є найдешевшими для підприємства.

Фінансовий ризик досить тісно пов'язаний з невизначеністю, а тому його оцінка не може бути стовідсотково прогнозованою. Варто сказати про те, що всі методи оцінки ризику передбачають максимальне прогнозування, але ймовірність виникнення неочікуваного результату наявна.

Оцінка фінансового результату, з нашого погляду, є найбільш достовірною та ймовірною за використання декількох оціночних систем з комплексним підходом.Зниження ж фінансового ризику стає можливим лише за комплексного підходу стосовно здійснення управління ризиком в ланцюзі постачання – виробництво – збут [1].

З нашого погляду, концепція оцінки та управління фінансовим ризиком повинна в себе включати:

- означення ризикових подій та факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, що здійснюють вплив на ризикову подію;
- означення ймовірних негативних наслідків ризикової події за обсягами та ймовірністю настання;
- прийняття рішення стосовно здійснення діяльності (відмови від діяльності) враховуючи оцінку фінансового ризику;
- розробка заходів, що не допускають або ж запобігають, або ж зменшують обсяги збитку;

- максимальне використання ймовірності отримання доходів шляхом лімітування, диверсифікації, хеджування, страхування [1, 2].

Варто сказати про те, що такі механізми як диверсифікація, лімітування, хеджування залежать від внутрішніх рішень підприємства та його професійних управлінських підходів, від ставлення менеджерів підприємства до ризику.

Страхування як механізм захисту від ризику передбачає використання внутрішнього страхування шляхом формування відповідних внутрішніх резервів підприємства та шляхом передачі ризику страховику, тобто використовуючи механізм зовнішнього страхування [2].

При цьому внутрішнє страхування передбачає вилучення ресурсів в резервні фонди належні підприємству, а зовнішнє страхування передбачає здійснення страхових платежів, тобто частина коштів підприємства перейде до нового власника.

Передача ризику страховій компанії здійснюється за значного ризику за ймовірністю та обсягами.

Отже, раціональний підхід до управління фінансовими ризиками допоможе мінімізувати вплив даних ризиків на діяльність господарюючого суб'єкту, підвищити ефективність та збільшити загальний прибуток. Занадто однорідна діяльність і ненадійність основних стратегічних партнерів можуть спричинити втрату прибутку, а іноді взагалі повне банкрутство підприємства.

Таким чином, диверсифікація сфер діяльності та партнерів, а також страхування надлишкових ризиків зможе допомогти підприємству на шляху здійснення його діяльності примножувати прибутки.

Список використаних джерел

1. Коюда В.О. Система управління економічними ризиками на підприємстві. Економіка розвитку. 2006. № 2(38). С. 67-71.

2. Кім Ю.Г. Фінансові ризики в системі фінансово-економічної безпеки підприємства. Фінанси України. 2005. № 6. С. 13.

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРАХУНКУ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Джангіров О. Г.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник –
Собчишин В. М., кандидат економічних наук

В сучасних умовах ринкових відносин рентабельність суттєво впливає на загальну життєздатність підприємства, можливості забезпечувати інтереси його інвесторів, конкурувати з іншими суб'єктами господарювання. Рентабельність

підприємства передбачає отримання прибутку та забезпечення певного його рівня відносно вкладеного капіталу, отриманих доходів чи здійснених витрат.

Рентабельність є відносним показником економічної ефективності підприємства, що комплексно відображає рівень використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів. Коефіцієнт рентабельності розраховується відношенням прибутку до активів, ресурсів або потоків, що його формують, та виражається як у прибутку на одиницю вкладених коштів, так і в прибутку, що забезпечує кожна отримана грошова одиниця.

Залежно від того, з чим порівнюється прибуток, виділяють наступні групи коефіцієнтів рентабельності:

- рентабельність капіталу;
- рентабельність продажу;
- рентабельність виробництва.

Серед показників рентабельності інвестицій (капіталу) розраховують рентабельність сукупного капіталу (або активів) та рентабельність власного капіталу [1].

Рентабельність сукупного капіталу (R_{ROA}) розраховується за формулою:

$$R_{ROA} = \frac{\textit{Прибуток до оподаткування}}{\textit{Усього джерел коштів}}.$$

Показник рентабельності власного капіталу (R_{ROE}) цікавий, насамперед, для інвесторів і розраховується, згідно з [1], наступним чином:

$$R_{ROE} = \frac{\textit{Чистий прибуток}}{\textit{Власний капітал}}.$$

Рентабельність власного капіталу в значній мірі пов’язана з прибутковістю продажу, оборотністю активів і величиною фінансового левериджу, що дозволяє обрахувати і спланувати необхідні значення показників прибутковості й оборотності в майбутньому, зокрема норматив рентабельності, для цілеспрямованого досягнення потрібних показників рентабельності.

Принципова формула розрахунку ефекту фінансового левериджу має наступний вигляд [2]:

$$\text{ЕФЛ} = (1 - \text{СОП}) \times (\text{ВРА} - \text{П}_{\text{К}}) \times \frac{\text{ЗК}}{\text{ВК}},$$

де ЕФЛ – ефект фінансового левериджу;

СОП – ставка оподаткування прибутку;

ВРА – валова рентабельність активів;

ПК – проценти за кредит;

ЗК – залучений капітал;

ВК – власний капітал.

Як свідчать дослідження, на практиці може спостерігатися отримання від’ємного значення диференціалу в разі перевищення вартості позичкових ресурсів над економічною рентабельністю активів. Проте не виключені випадки, коли внаслідок від’ємного значення економічної рентабельності активів і

від'ємного значення власного капіталу може формуватися позитивний ефект від використання позичкових фінансових ресурсів. Однак, насправді, це вимагатиме від підприємства негайних дій щодо забезпечення формування цільового прибутку для ефективного використання як сукупного й власного капіталу, так і підтримання фінансової стійкості, оскільки неналежний рівень останньої призводить до подорожчання позичкових фінансових ресурсів.

Норматив рентабельності –це рівень прибутковості, що визначається суб'єктом підприємництвау процесі формування ціни. Граничний норматив рентабельності є максимально допустимим рівнем, який має враховуватися суб'єктом господарювання під час встановлення ціни товару [3].

Для забезпечення прибутковості підприємства, з нашого погляду, слід проводити раціональну політику управління рентабельністю, що є складовою тактики управління фінансовою рівновагою підприємства. Процес управління рентабельністю поєднує такі етапи:

- збір і обробка фінансової інформації підприємства (балансу, звіту про фінансовірезультати, звіту про власний капітал);
- постановка цілей залежно від обраної стратегії підприємства;
- управління компромісом між ризиком і прибутковістю;
- аналіз чинниківвпливу на значення рентабельності підприємства;
- опрацюваннянапрямів збільшення рентабельності шляхом зміни чинників впливу;
- здійснення кінцевих розрахунків оптимізації та впровадження проекту заходів на підприємстві.

Таким чином, рентабельність є основним показником ефективності функціонування підприємства. Залежно від того, з чим порівнюється прибуток, розрізняють рентабельність капіталу, рентабельність продажу й рентабельність виробництва.Аналіз рентабельності підприємства дає змогуоцінити ефективність вкладення коштів підприємства, раціональність їх використання,визначити резерви зростання прибутку (зниження/усунення збитковості) та примножити прибутки у плановому періоді.

Список використаних джерел

1. Костецький Я. І. Факторний аналіз рентабельності діяльності сільськогосподарських підприємств. *Економічний аналіз*.2012. Вип. № 10.С. 179–181.

2. Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. Фінансовий менеджмент : підручник. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 460 с.

3. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21 червня 2012 р. № 5007-VI. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17 (дата звернення 25.03.2020).

УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ ПОЗИКОВОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Джангіров О.Г.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Томілін О.О.,
доктор економічних наук, доцент

Задля ефективного управління фінансово-господарською діяльністю підприємства необхідно використовувати всі наявні джерела формування капіталу. Першим та базовим джерелом виступає власний капітал, проте іноді його може бути недостатньо, в такому випадку необхідно залучати позиковий капітал.

Позиковий капітал – грошовий капітал, що надається в позику на умовах повернення і плати у формі процентів [1].

Важливою умовою забезпечення ефективної фінансової діяльності підприємства є залучення позикового капіталу створює можливість для розширення обсягу фінансово-господарської діяльності, досягнення кращих фінансових результатів господарювання, прискорення формування різних цільових фондів, підвищення ринкової вартості підприємства. Позиковий капітал являє собою фінансові ресурси, які вкладені кредиторами всіх видів для фінансування господарської діяльності підприємства [2, с. 89].

Позиковий капітал – це частина вартості майна суб'єкта, придбаного за рахунок виникнення зобов'язань, які необхідно повернути банкам, постачальникам і т.д. [3, с. 23].

Позиковий капітал відображається в пасиві балансу бухгалтерської звітності підприємств, зокрема в таких розділах його, як 2 «Забезпечення наступних витрат і платежів» (частково), 3 «Дов-гострокові зобов'язання», 4 «Поточні зобов'язання» і 5 «Доходи майбутніх періодів». Залежно від джерела позичкового капіталу підприємства формують відповідні структурні елементи авансованого капіталу. Так, довгострокові банківські кредити спрямовуються на формування основного капіталу, а короткострокові – як правило, на поповнення оборотного капіталу.

Діяльність підприємства щодо залучення позикового капіталу пов'язана безпосередньо з функціонуванням кредитного ринку, розвитком його видів І сегментів, станом його кон'юнктури.

До складу позикового капіталу підприємства включають: короткострокові кредити і позики; довгострокові кредити і позики; кредиторську заборгованість.

Короткострокова заборгованість береться на строк до одного року і в основному використовується для покриття оборотних активів. ЇЇ визначають як заборгованість підприємства, що виникла в результаті минулих подій. Зо-

бов'язання включають заборгованість підприємства іншим підприємствам, організаціям та особам, яка виникає внаслідок здійснення різних угод.

Довгострокова заборгованість передбачає всі форми функціонуючого на підприємстві позикового капіталу з терміном його використання більше одного року. Основними формами цих зобов'язань є довгострокові кредити банків і довгострокові позикові кошти, термін погашення яких ще не настав, або не погашені в передбачений термін [2, с.90].

Кредиторська заборгованість це різновид заборгованості підприємства перед іншими юридичним і фізичним особам, що виникла в результаті здійснених раніше подій, оцінена в грошовому еквіваленті і щодо якої в підприємства існують зобов'язання її погашення в певний строк.

Враховуючи все перелічене вище можна зробити висновок, що зростання боргових зобов'язань підвищує ризик, оскільки борги треба повертати у визначений час і з відповідним відсотком. В той же час слід пам'ятати, що борги не тільки збільшують ризик, але й прибуток. Вони сприяють нарощуванню обороту і відносному зниженню його витратомісткості. Тому важливо не уникати боргів, а підтримувати правильне співвідношення між позиковим і власним капіталом [1].

Таким чином, залучення позикового капіталу має свої переваги та недоліки для підприємства (рис. 1).

Рис. 1. Виділення переваг та недоліків позикового капіталу
Джерело: узагальнено автором на основі [3]

З метою мінімізувати негативний вплив позикового капіталу на підприємство та отримувати додаткове фінансування, необхідно дотримуватися певної методики управління ним, а саме:

– аналіз залучення і використання позикових коштів у звітному періоді;

– визначення цілей залучення позикових коштів у майбутньому періоді;

– визначення максимального обсягу залученого капіталу з урахуванням забезпечення достатньої фінансової стійкості підприємства;

– оцінка вартості залучення позикового капіталу з різних джерел;

–визначення обсягу співвідношення обсягу короткострокових і довгострокових позичкових коштів;

– визначення форм залучення позикових коштів;

– визначення складу основних кредиторів;

– формування ефективних умов залучення кредиторів;

– забезпечення ефективного використання залучених коштів;

– забезпечення своєчасних розрахунків за отриманими кредитами [4].

Таким чином, використання позикового капіталу це невід'ємна частина роботи будь-якого підприємства. Однак окрім додаткового фінансування, він створює додаткові ризики та може призвести до втрати прибутку. Тож для мінімізації ризиків необхідно правильно організувати управління позиковим капіталом та підвищити рентабельність підприємства.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану підприємств [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0006626-06/ed20060728/find?text=%CA%E0%EF%B3%F2%E0%EB+%EF%EE%E7%E8%EA%EE%E2%E8%E9#w24 (дата звернення - 18.03.2020).

2. Томілін О.О. Організація господарської діяльності підприємства: монографія. Полтава: "Оріяна", 2009. 176 с. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1567 (дата звернення - 19.03.2020).

3. Томілін О. О., Гаврилова О. А., Мирошниченко А. О. Теорія бухгалтерського обліку: навч. посіб. Полтава: "Оріяна", 2011. 305 с. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1639 (дата звернення - 20.03.2020).

4.Базартінова О.В. Управління позиковим капіталом підприємств і його основні джерела формування / О.В. Базартінова // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2011. – № 2. – С. 125-128.

ФІНАНСОВІ РИЗИКИ ПОВ'ЯЗАНІ З ФОРМУВАННЯМ ТА ВИКОРИСТАННЯМ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУПІДПРИЄМСТВА

Домбровський А. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Дроботя Я. А.,
кандидат економічних наук, доцент

Фінансові ризики, які виникають у господарюючих суб'єктів пов'язані з оборотним капіталом – це ризики пов'язані з:

- джерелами формування оборотного капіталу;
- використанням оборотного капіталу, тобто його інвестуванням в оборотні активи, зокрема формуванням ефективної структури оборотних активів з позиції ризику та прибутку.

Більшість суб'єктів господарювання в реаліях сьогодення в результаті недофінансування, в результаті високої вартості позикового капіталу та нестачі власного капіталу зіштовхується з проблемою нестачі в повній мірі джерел формування оборотних активів, як наслідок - фінансові ускладнення у вигляді недоотримання прибутку або ж взагалі збитку.

Джерелами формування оборотних активів є внутрішні та зовнішні джерела, власні та запозичені кошти.

Так, до власних джерел слід віднести:

- прибуток;
- статутний капітал (фонд);
- цільові фонди сформовані підприємством;
- залучення додаткового пайового/акціонерного капіталу[2];

До запозичених джерел утворення оборотного капіталу належать:

- банківські позики;
- позики в інших фінансово-кредитних установ;
- кредиторська заборгованість [2].

Варто сказати і про те, що прибуток, цільові фонди сформовані підприємством, кредиторська заборгованість – це внутрішні джерела утворення оборотних активів, а статутний капітал, залучення додаткового пайового/акціонерного капіталу, позики – це зовнішні джерела формування оборотних активів [2].

Дані джерела утворення оборотного капіталу для суб'єкту здійснення господарювання мають різну вартість, окрім того ризик пов'язаний з даними джерелами формування оборотних активів також різний.

З позиції ризик менеджменту власний капітал для підприємства має вищу вартість ніж позиковий, це тому, що ризик за власним капіталом є набагато вищим ніж за позиковим[1].

Однак, варто сказати про те, що власний капітал є обмеженим і за умов розширення власної діяльності підприємство вимушене залучати позиковий капітал. Позиковий капітал, хоча і має значно менший ризик, однак, як правило він має і чіткі терміни повернення, сплати відсотків за позикою, тобто навіть якщо ви не отримали прибутку від залучення позикового капіталу позику та відсотки по ній ви всеодно змушені будете сплатити.

Позиковий капітал для суб'єктів господарювання, як правило формується завдяки позикам отриманим в банківських установах або ж інших фінансово-кредитних організаціях.

Окрім того підприємство може користуватись залученим капіталом, тобто капіталом, який можна використати у короткостроковому проміжку не сплачуючи за нього – це кошти, які спрямовані для виплати заробітної плати працівникам підприємства, кошти направлені для спати податків, відрахувань на обов'язкове державне пенсійне страхування, на соціальне страхування, кошти, що мають бути направлені для здійснення розрахунків з постачальниками [2]. Однак, постійне користування даними коштами може призвести до фінансових ризиків пов'язаних з невдоволенням суб'єктів за постійні затримки заробітної плати, за розрахунки за сировину, а несвоєчасна сплата податкових зобов'язань, соціальних відрахувань взагалі може призвести до накладення штрафних санкцій. Тому даними залученими коштами варто користуватись досить виважено та обґрунтовано і лише на короткий строк.

Саме дефіцит власного капіталу та висока вартість позикового капіталу змушує підприємства покривати свої поточні потреби, в основному,порушуючи строки погашення кредиторської заборгованості, яка починає поступово набувати характеру основного джерела формування запасів.

Зростання обсягів кредиторської заборгованості є ризикованим способом нарощення оборотних активів. Незважаючи на те, що у підприємства з'являється додаткове та безкоштовне джерело фінансування оборотних засобів, неконтрольоване збільшення кредиторської заборгованості може призвести до підвищення ризику банкрутства підприємства [1, 3].

Цільове фінансування – залучення коштів, що взагалі не потребує сплати відсотків та повернення, однак не всі господарські суб'єкти мають змогу його отримати, окрім того цільове фінансування підлягає досить суровому контролю використання коштів за призначенням.

Раціональна комбінація власних, позикових та залучених джерел формування оборотних активів має ключове значення як у підвищенні ефективності їх використання,так і у зменшенні фінансових ризиків та отриманні прибутку підприємства.

Варто сказати і про те, що оборотний капітал – інвестиція в оборотні активи з ціллю отримання прибутку, тобто процес дотримання балансу між ризиком і прибутком стосовно оборотного капіталу вирішується не лише вдалим формуванням структури капіталу, а й вдалим його використанням.

Саме тут виникають ризики пов'язані з формуванням такої структури оборотних активів, яка б маневрувала між ризиком та прибутком.

Так, високоліквідні оборотні активи – активи, які не створюють прибуток, однак вони забезпечують платоспроможність підприємства. Високоліквідні активи формують ризик неплатоспроможності за їх нестачі, одночасно вони створюють ризик недоотримання прибутку за їх надмірних обсягів.

Виробничі запаси, запаси незавершеного виробництва – це оборотні активи, які в подальшому формують прибуток, це «робочі» оборотні активи, але надмірні їх обсяги можуть формувати фінансові ризики пов'язані з формуванням неліквідних запасів, псуванням запасів, з подовженням операційного та фінансового циклів. Нестача ж даних оборотних активів провокує неплатоспроможність підприємства в результаті недоотримання прибутку від «робочих» оборотних активів.

Нагромадження значного обсягу запасів готової продукції – це ризик подовження фінансового циклу, нестача ж готової продукції – це ризик втрати постійних споживачів.

Формування дебіторської заборгованості – це ризик втрати платоспроможності підприємства, однак дебіторська заборгованість дає можливість пришвидшити реалізацію та не нагромаджувати значні обсяги запасів готової продукції.

Формуючи оборотні активи підприємство постійно балансує на межі фінансового ризику та прибутку. Вдале використання управлінських заходів стосовно оборотних активів надає можливість господарюючому суб'єкту звести фінансові ризики до мінімуму.

Отже, завдяки оптимізації джерел формування оборотного капіталу та складу і обсягу оборотних активів підприємство забезпечить собі достатній рівень платоспроможності, прибутковості, ліквідності та зміцнення фінансового стану, а також зростання загальної ринкової вартості, а отже зведе власні фінансові ризики до мінімуму.

Список використаних джерел

1.Бланк И. А. Управление финансовыми рисками: учебник. К.: Ника-Центр, 2005. 600 с.

2. Економічнаенциклопедія: у трьох томах. Т. 1. Редкол.: …С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. К.: Академія, 2000. 864 с.

3. Пікус Р. В. Управління фінансовими ризиками: навч. посібник.2-ге вид., виправ. К.: Знання, 2011. 598 с.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Домбровський А. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Борисова І. С.,
кандидат економічних наук, доцент

Одним із різновидів ресурсів підприємства, використання якого впливає на результати діяльності цього суб'єкта господарювання, є оборотні активи. Незадовільне фінансове становище підприємства нерідко виникає внаслідок нераціонального формування й використання його оборотних активів.

Таблиця 1

Методика розрахунку й зміст показників ефективності використання оборотних активів підприємства

Показник	Алгоритм розрахунку	Економічна сутність
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	[Чистий дохід від реалізації продукції] / [Середній залишок оборотних активів за період]	Характеризує величину чис-того доходу, що припадає на 1 грн оборотних активів
Коефіцієнт завантаження оборотних активів	[Середній залишок оборотних активів за період] / [Чистий дохід від реалізації продукції]	Дає уявлення про суму обо-ротних активів, авансованих для одержання 1 грн доходу від реалізації продукції. Чим менший цей коефіцієнт, тим ефективніше використову-ються оборотні активи
Коефіцієнт прибутковості оборотних активів	[Прибуток від реалізації продукції] / [Середній залишок оборотних активів за період]	Показує розмір прибутку, що припадає на 1 грноборотних активів
Тривалість одного обороту оборотних активів	[365] / [Коефіцієнт оборотності оборотних активів]	Характеризує середній час (у днях), за який підприємству у вигляді виручки від реалі-зації продукції поверта-ються авансовані в оборотні активи кошти
Сума вивільнення (додаткового залучення) оборотних активів	[Чистий дохід від реалізації продукції у звітному періоді] × ×([Середня тривалість одного обороту в базисному періоді] – [Середня тривалість одного обороту в звітному періоду]) / [365]	Дає уявлення про суму вивільнення (додаткового залучення) оборотних коштів за рахунок прискорення (упо-вільнення) їх оборотності
Матеріаломісткість виробленої на підприємстві продукції	[Матеріальні витрати] / / [Валова (товарна) продукція]	Характеризує рівень викорис-тання матеріальних оборот-них активів і показує, скільки матеріальних ресурсів вико-ристано в процесі виро-б-ництва одиниці продукції

Джерело: систематизовано на підставі [1]

Згідно з НП(С)БО 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 використання протягом операційного

циклу чи 12 місяців із дати балансу [2]. Основне призначення оборотних активів полягає в забезпеченні планомірного й ритмічного процесу виробництва на підприємстві.

Ефективність використання оборотних активів підприємства оцінюється за низкою показників (табл. 1).

Для більш глибокого аналізу ефективності використання оборотних засобів підприємства зазначені у табл. 1 показники,з нашого погляду, слід розраховувати для окремих складових оборотних активів. У результаті прискорення оборотності оборотних активів у підприємства з'являється можливість економії оборотних коштів та збільшення обсягів виробництва й реалізації продукції без додаткового залучення коштів.

Ефективність використання оборотних активів залежить від ефективності управління ними на підприємстві. Процес управління оборотними активами підприємства, як свідчать дослідження, має здійснюватися поетапно (рис. 1).

Рис. 1. Схематичне зображення етапів управління оборотними активами підприємства

Джерело: побудовано на підставі [3]

Грамотне управління оборотними активами підприємства передбачає підвищення загальної ефективності їх використання за рахунок своєчасного виявлення проблем у механізмі управління, зосередження уваги на джерелах фінансування оборотних активів та удосконалення моделі оптимізації джерел фінансування оборотних засобів залежно від стратегічного напряму розвитку суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел

1. Экономика предприятия и отраслей АПК: учебник / Лещиловский П. В. и др. ;под. ред. П. В. Лещиловского, В. С. Тонковича, А. В. Мозоля. Минск : БГЭУ, 2007. 574 с.

2. Загальні вимоги до фінансової звітності : Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 7 лютого 2013 р. № 73. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13 (дата звернення 31.03.2020).

3. Основы финансового менеджмента : пер. с англ. / ВанХ., ДжеймсК., Вахович С., Джон М. Москва : Вильямс, 2010. 1232 с.

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ

Дудник Ю. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Зоря С. П.,
кандидат економічних наук, доцент

Страхування є однією зі складових, що формує соціальну і економічну стабільність країни. Існує чимало видів як добровільного так і обов'язкового страхування. Взагалі, у відповідності до Закону України «Про страхування» основними видами страхування є: особисте страхування, майнове та страхування відповідальності [5]. Кожен із перелічених видів страхування певною мірою виконує превентивну функцію в розрізі конкретних ризиків, передбачених законодавством чи чинним договором страхування.

Важливою підгалуззю особистого страхування є медичне страхування. У більшості країн воно є основною формою соціального захисту інтересів населення в системі охороні здоров'я. У відповідності до термінологічного словника, медичне страхування – це страхування на випадок утрати здоров'я з будь якої причини, у тому числі з зв'язку з хворобою та нещасним випадком [1].

Сутність медичного страхування проявляється у тому, що здійснивши одноразову сплату страхового платежу, страхувальник чи застрахована особа матиме можливість протягом дії договору страхування (в основному один рік) користуватися певними медичними послугами широко чи вузькопрофільних кваліфікованих спеціалістів у різних медичних закладах, що у вартісному еквіваленті наданих послуг зазвичай суттєво перевищує розмір страхового внеску.

В залежності від розвитку охорони здоров'я у різних країнах може надаватися перевага тій чи іншій формі (добровільне, обов'язкове) медичного страхування. Так, для прикладу у таких країнах як Німеччина, Франція, Канада

та Нідерланди переважає обов'язкове медичне страхування. В той же час, в основному на добровільних принципах побудовано медичне страхування Швейцарії та Ізраїлю. В остатніх країнах обов'язковим є медичне страхування для конкретного переліку професій (військовослужбовці, поліцейські, тощо).

У табл. 1 представлено ключові відмінності обов'язкового і добровільного медичного страхування в межах ключових ознак.

В Україні діє система добровільного медичного страхування. На жаль, зараз медичне страхування не є досить розповсюдженим видом страхування в нашій країні. Так, за експертними даними, лише близько 6 % українців мають відповідні поліси. Найчастіше медичну страховку для своїх працівників оформлюють компанії, таким чином забезпечуючи для них покриття витрат на лікування [3]. Проте, згідно зі статистичними даними, можна зробити висновок, що все ж українці починають все частіше страхувати своє здоров'я, адже протягом 9 місяців 2019 р. порівняно з таким же періодом 2018 р. кількість страхових премій з медичного страхування зросли з 2451,2 млн. грн до 3415,0 млн. грн (на 39,3 %) [2].

Таблиця 1

Відмінності обов'язкового і добровільного медичного страхування

Обов'язкове медичне страхування	Добровільне медичне страхування
Характерний загальний, масовий охват	Носить вибірковий характер
Здійснюється, як правило, державною організацією і страхувальниками виступають працедавці	Здійснюється приватними страховими організаціями і страхувальниками виступають юридичні особи і громадяни
Умови страхування визначаються державою і, як правило, закріплюються в законі про обов'язкове страхування	Умови страхування, договірні умови, тарифи, та ін., визначаються комерційними страховими компаніями за узгодженням з органом по нагляду за страховою діяльністю
Джерело фінансування – це внески працедавців, державний бюджет	Джерело фінансування формується з особистих доходів громадян, прибутку працедавців, і за своєю природою це добровільні витрати страхувальників

Не дивлячись на низьку популярність серед населення, медичне страхування має ряд переваг в контексті отримання послуг медичного характеру в порівнянні із безкоштовною та платною медициною – табл. 2.

В той же час, на нашу думку, впровадження в перспективі загальнообов'язкового медичного страхування сприятиме збільшенню фінансових надходжень у галузь охорони здоров'я. Проте, запровадженню обов'язкового медичного страхування повинно передувати прийняття відповідної нормативно-правової бази, в основу якої мають бути закладені типові програми страхування, принципи акумулювання внесків, визначення особливостей взаємовідносин

суб'єктів медичного страхування (страховики, лікарняні заклади, страхувальники) та принципи фінансування медичних установ. Паралельно зазначеному вище, важливе значення в контексті даного питання має стабілізація економічної, політичної та соціальної ситуації в Україні, що актуалізується в умовах спалаху в усьому світі коронавірусної хвороби COVID-19.

Таблиця 2

Переваги медичного страхування [4]

Безкоштовна медицина	Платна медицина	Медичне страхування
Лист очікування на прийом до фахівця може бути від тижня до місяця	Всі послуги в клініці платні	Страхова компанія організовує медичну допомогу по всій Україні
Відсутність сучасного медичного обладнання	Вартість лікування клініка визначає самостійно, і оцінити її адекватність клієнту досить складно	Страхова компанія контролює якість медичних послуг, доцільність призначень
Здебільшого немає можливостей відразу здати безкоштовні аналізи чи пройти додаткові обстеження	Пацієнту можуть призначити зайві процедури і аналізи	Співробітники страхової компанії знають провайдерів медичних послуг, в яких клініках краще лікуватися

Підводячи підсумок, слід зазначити, що на сьогоднішній день система медичного забезпечення в Україні знаходиться у кризовому стані, тому досить актуальним та надзвичайно важливим є питання, що пов'язані із її реформуванням. Вирішити проблему мобілізації коштів до системи охорони здоров'я України може запровадження обов'язкового медичного страхування.

Список використаних джерел

1. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Страхування : термінологічний словник. Вид. 2-е випр. та доп. Львів : Видавництво «Бескит Біт», 2002. 104 с.

2. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України : Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html (дата звернення: 20.03.2020).

3. Медичне страхування: коли добровільне стане обов'язковим і як це працюватиме. *Здоров'я 24 :* веб-сайт. URL: https://24tv.ua/health/medichne_strahuvannya_koli_dobrovilne_stane_obovyazkovim_i_yak_tse_pratsyuvatime_n1166692 (дата звернення: 21.03.2020).

4. Медичне страхування в Україні 2019: огляд. *MEDS UA :* веб-сайт. URL: https://meds.com.ua/uk/medstrahovanie-v-ukraine/ (дата звернення: 21.03.2020).

5. Про страхування : Закон України від 07 бер. 1996 р., № 85 /96 / Відомості Верховної ради України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ 85/96-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 20.03.2020).

СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ

Жадько Н.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Зоря С. П.,
кандидат економічних наук, доцент

Якість життя населення значною мірою залежить від пенсійного забезпечення людей похилого віку та впевненості людей, які наразі працюють, у завтрашньому дні. Саме пенсійне забезпечення є основною складовою частиною системи соціального захисту населення.

Зміни в державному пенсійному забезпеченні дозволили українцям зрозуміти, що вони не можуть покладатися лише на державу в забезпеченні безпечної старості. Якщо нинішні пенсіонери повинні адаптуватися до існуючих умов, то у молодшого покоління все ще є шанс власними діями позитивним чином вплинути на дану ситуацію.

Основною метою інвестування пенсійних активів є гарантії при досягненні пенсійного віку отримувати додаткову пенсію учасникам недержавного пенсійного забезпечення з обов'язкового державного пенсійного страхування, повернення грошових виплат вище рівня інфляції та залучення довгострокових інвестиційних ресурсів, які необхідні для модернізації економіки.

У відповідності до чинного законодавства суб'єктами недержавного пенсійного забезпечення в Україні можуть бути:

- недержавні пенсійні фонди (НПФ);
- страхові компанії, які уклали договори страхування довічної пенсії з учасниками фонду, страхування ризику настання інвалідності або смерті учасника фонду;
- банки, в яких можна відкрити пенсійний депозитний рахунок;
- вкладники та учасники пенсійних фондів, учасники накопичувальної системи пенсійного страхування [3].

В свою чергу, членами НПФ можуть бути резиденти, а також нерезиденти та особи, які не мають громадянства. Водночас, можливо бути учасником декількох НПФ одночасно. В свою чергу, здійснювати страхові внески в межах діючих договорів страхування на користь третьої особи може роботодавець, профспілка, а також члени сім'ї.

З кожним вкладником підписується пенсійна угода. Можна укласти Державний або «цифровий» договір, при якому член НПФ отримує тільки реквізити пенсійного рахунку для входу в профіль на сайті фонду. У квітні 2019 р. ПриватБанк та АЦПО, адміністратор недержавних пенсійних фондів зробили

можливість укладати та обслуговувати пенсійні договори через систему Privat24 [4].

Розглянемо далі більш детально стан та особливості функціонування недержавних пенсійних фондів. За даними Державного реєстру фінансових установ [1], станом на кінець вересня 2019 р. в державному реєстрі було зареєстровано 64 недержавних пенсійних фонди та 22 адміністратори НПФ (до 30.09.2018 року в державному реєстрі було 62 НПФ та 22 адміністратори). НПФ зареєстровані в десяти областях України. Більшість недержавних пенсійних фондів знаходиться в Києві (47 або 73,4 % від загальної суми). Донецька область мала 4 НПФ (6,2 %), Дніпропетровська область – 3 (4,7 %), Львівська, Івано-Франківська та Харківська області – по 2 (3,21 %), Одеська, Херсонська, Житомирська та Полтавська області – по 1 (1,6 %).

У відповідності до інформації Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг щодо підсумків розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення [2], станом на 30 вересня 2019 р. було укладено 74,7 тис. пенсійних договорів, що на 12,7 % більше у порівнянні з попереднім аналогічним періодом. В той же час, з фізичними особами підписано 67,8 тис. договорів, з фізичними особами-підприємцями – 0,1 тис., з юридичними особами – 6,8 тис. договорів. Пенсійні договори укладені з 69,2 тис. вкладників, з них 2,1 тис. (3 %) – з юридичними особами, 67,1 тис. (97 %) – з фізичними особами. Кількість учасників НПФ на 30.09.2019 р. зросла на 15,5 % у порівняні з аналогічним періодом 2018 р. Загальна чисельність вкладників НПФ за звітний період склала 868,7 тис. осіб (за аналогічний період 2018 р. – 848,8 тис. осіб). Найбільшу частину вкладників НПФ (57,6 %) становлять громадяни у віці від 25 до 50 років, а також від 50 до 60 років (26 %). Учасники НПФ, які були старше 60 років становили 15,5 %, до 25 років – лише 0,9 %. У кожній віковій категорії (за винятком більше 60 років) переважали чоловіки.

Вартість сплачених пенсійні платежі НПФ станом на 30.09.2019 р. становить 912,9 млн. грн, що на 16,8 % більше у порівнянні із аналогічним періодом 2018 р., водночас обсяг одноразових виплат збільшився на 8,7 %, пенсійних виплат – на 34,4 %. Станом на 30 вересня 2019 р., загальний обсяг пенсійних виплат (одноразових і термінових), що здійснювалися НПФ, склав 83,3 тис. осіб, що становить 9,6 % від їх загальної кількості. У середньому розмір одної виплати на одного учасника НПФ, який отримує або отримав одноразову пенсію до 30.09.2019 р., склав 7,4 тис. грн. Найбільша частка (90,1 %) у загальному обсязі пенсійних вкладів склали внески від юридичних осіб [3]. Наведені вище звітні дані свідчать як про збільшення кількості контрактів, так і середніх виплат.

Підводячи підсумок проведеного дослідження, слід акцентувати на наступних ключових аспектах діяльності недержавних пенсійних фондів: основним видом діяльності НПФ є недержавне пенсійне страхування; існує чіткий нормативно-правовий механізм запобігання банкрутства; при ліквідації НПФ грошові кошти учасників перераховуються з їх особових рахунків в інший

фонд, страхову компанію або банк; сума пенсійних платежів відповідає сумі грошових коштів, які зазначені на особовому рахунку учасника; вартість послуг НПФ чітко регулюється законодавством України; НПФ проводить аудит більше одного разу на рік, і його результати публікуються; НПФ не закриваються шляхом поділу або реорганізації; існують жорсткі обмеження за обсягом інвестицій і напрямами використання акумульованих коштів.

Список використаних джерел:

1. Державний реєстр фінансових установ : Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: https://www.nfp.gov.ua/ua/Derzhavnyi-reiestr-finansovykh-ustanov.html (дата звернення: 24.03.2020).

2. Підсумки розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення станом на 30.09.2019 : Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/NPF/NPF_III_kv%202019.pdf (дата звернення: 24.03.2020).

3. Про недержавне пенсійне забезпечення : Закон України від 09 лип. 2003 р., № 1057-IV / Відомості Верховної ради України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1057-15 (дата звернення: 25.03.2020).

4. Як накопичувати кошти на пенсію в недержавному пенсійному фонді. *Економічна правда :* веб-сайт. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2019/05/23/648067/ (дата звернення: 25.03.2020).

ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ НЕЮ

Курись Ю. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Чумак В. Д.,
кандидат економічних наук, доцент

Реалізація управлінських функцій підприємством щодо дебіторської заборгованості зумовлює необхідність вирішення таких завдань як: дослідження економічної сутності дебіторської заборгованості та її виникнення у сучасних умовах господарювання; доповнення класифікації й обґрунтування критеріїв її визначення; удосконалення методики обліку заборгованості та її рефінансування; удосконалення обліку простроченої й безнадійної заборгованості; здійснення аналізу і внутрішнього контролю дебіторської заборгованості; удосконалення управління дебіторською заборгованістю, тощо. Постановка таких завдань зумовлює необхідність з'ясування, передусім, суті дебіторської заборгованості.

Дебіторська заборгованість – це сума заборгованості інших підприємств (дебіторів) перед підприємством на певну дату, де дебітори – юридичні та фізичні особи, які, внаслідок минулих подій, заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [2, с. 93]. Для детального дослідження обраної теми необхідно визначити головні завдання управління дебіторською заборгованістю. До них доцільно віднести: сприяння зростанню обсягу продажів шляхом надання комерційного кредиту, і тим самим – зростанню прибутку; підвищення конкурентоздатності за допомогою відстрочення платежів; визначення ступеня ризику несплати рахунків покупцями (дебіторами); розрахунок прогнозного розміру резерву сумнівних боргів; зменшення кількості потенційно неплатоспроможних покупців, тощо.

Метою управління дебіторською заборгованістю є визначення оптимального її розміру і забезпечення своєчасної інкасації боргу [3, с. 111]. Якщо не контролювати дебіторську заборгованість, то сума цієї заборгованості може перевищити допустимий рівень, що призведе до зниження потоку готівки і «сумнівні» борги значно знизять прибуток від продажу. Обґрунтування класифікації дебіторської заборгованості дає уявлення про її сутність та визначає механізм здійснення управління нею. Але, не залежно від того як підприємство класифікує свою дебіторську заборгованість, відбуваються зміни якісно нового підходу до питань управління дебіторською заборгованістю, зміни підходу до його значущості та необхідності.

Послаблення розрахункових умов, що збільшує дебіторську заборгованість покупців, має свої переваги і недоліки. Так, з одного боку – це зростання обсягу продажу товарів та прибутку, а з іншого – збільшення суми безнадійних

боргів та додаткові фінансові витрати через наявність на балансі простроченої дебіторської заборгованості.

На основі аналізу кредитоспроможності потенційного покупця (дебітора) приймається рішення про можливість і доцільність надання знижки (кредиту) такому клієнту. При цьому важливим моментом є постійне утримання дебіторської заборгованості на прийнятому рівні. Крім потенційного оцінювання своїх клієнтів розроблена ціла низка заходів і форм погашення дебіторської заборгованості. До таких заходів відносять: реструктуризація товарної дебіторської заборгованості; застосування можливих форм рефінансування дебіторської заборгованості: факторинг, облік векселів, форфейтинг.

Факторинг – це система фінансування, за умовами якої підприємство – постачальник продукції, переуступає короткострокові вимоги за торговельними операціями банківській установі (факторинговій компанії). В основу факторингової операції покладено принцип придбання банком рахунків-фактур підприємства-постачальника за відвантажену продукцію, тобто передачу банку постачальником права вимагати платежі з покупця продукції. За здійснення такої операції банк стягує з підприємства-продавця комісійну плату, розмір якої залежить від рівня платоспроможності покупця продукції та строків її сплати. Недоліком факторингу для підприємства є вища вартість послуги порівняно із звичайним кредитом. Тому ефективність факторингової операції для підприємства-постачальника визначається шляхом порівняння рівня витрат за такою операцією із середнім рівнем відсоткової ставки за короткостроковим банківським кредитом.

Таким чином, дебіторська заборгованість досить суттєво впливає на фінансовий стан підприємства. Тому для ефективного управління нею, суб'єкту господарювання необхідно обрати оптимальну кредитну політику, яка дозволить йому управляти оборотними активами й маркетинговою політикою підприємства, спрямованою на розширення обсягу реалізації продукції. Процес управління дебіторською заборгованістю повинен бути спрямований на вирішення наступних основних завдань: мінімізація втрат від інфляційного знецінення суми дебіторської заборгованості; мінімізація недоотримання доходу у зв'язку з неможливістю активного комерційного використання коштів, інвестованих в дебіторську заборгованість; перебудову управління за допомогою маркетингу в умовах неплатежів; раціональне використання різних механізмів повернення боргів.

Список використаних джерел

1. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента : учеб. Москва : Финансы и статистика, 2013. 526 с.

2. Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. Фінансовий менеджмент : підруч. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 520 с.

3. Кірейцева Г. Г. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2002. – 496 с.

ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Куркіна В. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник –Томілін О.О.,
доктор економічних наук, доцент

Сучасному етапу економічного розвитку, поруч із глобалізацією, структурними зрушеннями, посиленням нестабільності, зростанням темпів науково-технічного прогресу та запровадженням інновацій, усе більш притаманною стає і соціальна орієнтованість здійснення підприємницької діяльності. У процесі інтеграції економіки України до міжнародного економічного простору вітчизняні бізнес-структури на постійній основі стикаються з низкою соціально-економічних викликів. Наразі увага керівників підприємств до важливості вирішення соціальних питань є недостатньою, у той час як без її збільшення неможливий сталий розвиток економіки країни та ефективна співпраця із суб'єктами світових ринків, що і зумовлює актуальність даного дослідження. Попри багатозначність тлумачень, переважна більшість дослідників надає перевагу визначенню із Міжнародного стандарту ISO 26000 "Керівництво із соціальної відповідальності", згідно з яким корпоративну соціальну відповідальність (далі КСВ) доцільно розглядати як відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, що включає здоров'я та добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки [5]. У процесі еволюції поняття КСВ змінювало свої пріоритети, цей процес відображено на рис.1.

Рис. 1. Зміна пріоритетів у розумінні КСВ

Джерело:сформовано на основі [3]

На нашу думку, корпоративну соціальну відповідальність можна розглядати як елемент довготермінової стратегії діяльності організації, базисом якої є гуманістичні цінності, принципи сталого розвитку, підзвітність і прозорість, а також високі стандарти операційної та виробничої діяльності.

Міжнародним досвідом та практикою впровадження КСВ підтверджено, що грамотно сформована та реалізована корпоративна соціальна відповідальність позитивно впливає на імідж компанії, допомагаючи їй підвищити ділову репутацію, встановити довірчі відносини з державою і суспільством. За даними дослідження "Монітор корпоративної соціальної відповідальності", фактори корпоративної соціальної відповідальності визначають імідж компанії на 49%, її бренд – на 35%, а фінансовий стан – лише на 10% [2].

Таким чином, підприємства, що здійснюють внутрішні та зовнішні соціальні програми мають велику перевагу серед інших у вигляді вмотивованих і лояльних працівників, більшої прихильності інвесторів, довіри з боку населення, органів влади та місцевого самоврядування. Очевидними є вигоди від програм КВС як для власників компаній, так і для персоналу, кінцевих споживачів, ділових партнерів, державних інституцій та суспільства в цілому. Саме поєднання інтересів усіх вищеназваних сторін є відображенням необхідності впровадження корпоративної соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах задля досягнення суспільної соціальної злагоди.

На жаль, в Україні для більшості компаній (незалежно від розміру) характерна відсутність визначеної стратегії соціальної відповідальності, іноді зустрічається реалізація поодиноких доброчинних проектів, а здебільшого – лише перебування на етапі елементарного дотримання законодавства. Таким чином, деякі вітчизняні компанії хибно вважають, що сплата податків є їхньою єдиною соціальною відповідальністю, інші ж – лише формально декларують впровадження КСВ. У той же час, поодиноко спостерігаються і позитивні тенденції з боку деяких лідируючих представників українського бізнесу, які здійснюють активне стратегічне благодійництво. Здебільшого це зосереджується навколо філій міжнародних компаній і найбільших вітчизняних підприємств.

На нашу думку, важливість запровадження КСВ недооцінена менеджмерами українських компаній. Управлінцям необхідно направити свою діяльність в бік введення КСВ, оскільки непродумані соціальні благодійні заходи, що проведені для "галочки" і не мають безпосереднього відношення до стратегії фірми, не можуть приносити помітну користь суспільству та не зміцнюватимуть позицій самої компанії. Маємо переконання, що КСВ припине бути формальністю лише за умови її розгляду в контексті взаємозв'язку між державою, бізнесом і суспільством, а також цілковитої інтеграції до загальної стратегії фірм. Безумовно, для покращення ситуації у сфері КВС необхідно підняти це питання на національному рівні шляхом розробки та затвердження Національної стратегії розвитку соціальної відповідальності підприємств, що включатиме визначені

стимули у вигляді пільгового оподаткування і зменшення адміністративного тиску органів влади.

Отже, підсумовуючи все вищесказане, можемо зробити висновок, що корпоративна соціальна відповідальність в Україні знаходиться на етапі розвитку, частково відстаючи від світових тенденцій. Позитивний ефект від її широкого подальшого запровадження на вітчизняних підприємствах значний, що зумовлено синергетичним ефектом бізнес-діяльності, підвищенням інвестиційної привабливості, стійким національним розвитком.

Список використаних джерел:

1. Міжнародний стандарт ISO/FDIS 26000 "Керівництво з соціальної відповідальності" URL: http://www.ksovok.com/doc/ iso_fdis_26000_rus.pdf (дата звернення - 22.02.2020).

2. Дослідження "Монітор корпоративної соціальної відповідальності". Веб-сайт. URL: https://www.iisd.org/business/issues/sr_csrm.aspx (дата звернення - 18.03.2020).

3. Responsible Business Forum Poland URL: http://odpowiedzialnybiznes.pl/english/, http://odpowiedzialnybiznes.pl/news/ (дата звернення - 18.03.2020).

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Лесюк В. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник –Томілін О.О.,
доктор економічних наук, доцент

На сьогодні ефективне управління підприємствами є одним із складових успішного економічного розвитку України. У той же час важливу роль в успішній діяльності підприємств відіграє наявність фінансових ресурсів. Тому завдяки управлінню фінансовими ресурсами на підприємствах шляхом забезпечення, мобілізації та визначення напрямів їх використання створюються умови для підвищення прибутку підприємств.

Успішне функціонування фінансового менеджменту залежить насамперед від його організаційного забезпечення. Система організаційного забезпечення фінансового менеджменту представляє собою взаємопов'язану сукупність внутрішніх структурних служб і підрозділів підприємства, які забезпечують розроблення і прийняття управлінських рішень з окремих напрямів його фінансової діяльності і несуть відповідальність за результати цих рішень Підприємство обирає зручну для нього форму організації фінансової роботи, виходячи з конк-

ретних умов господарювання, структури управління, наявності територіально відокремлених підрозділів [3, с. 248-249].

Процес управління фінансовими ресурсами підприємства, повинен базуватися на таких основних принципах [2, с. 116]:

– системності, яка дозволяє управляти фінансовими ресурсами з урахуванням чинників зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства;

– інтегрованості, що означає управління фінансовими ресурсами в комплексі з іншими ресурсами (матеріальними, трудовими та інформаційними);

– комплексності, яка забезпечує розробку та прийняття таких управлінських рішень, що впливають на загальну результативність та ефективність діяльності підприємства;

– синергічності, що забезпечує узгодженість усіх операцій і процесів та сприяє виникненню більшого ефекту в цілому по підприємству;

– адаптивності, яка створює умови для управління фінансовими ресурсами в межах гнучкої системи, що легко пристосовується до змін середовища;

– динамічності, що забезпечує встановлення достатньої швидкості руху фінансових ресурсів між усіма підсистемами та циклами діяльності підприємства;

– науковості, що визначає необхідність застосування наукового аналізу та впровадження нових ефективних підходів до управління фінансовими ресурсами підприємств.

Основними ознаками, що характеризують фінансові ресурси є джерела їх походження і право суб'єкта господарювання розпоряджатися ними без обмежень. В залежності від джерел походження фінансові ресурси поділяються на такі групи:

– привласнені кошти: статутний капітал, кошти засновників, страхові відшкодування, кошти та кредити на безповоротній основі, бюджетні ресурси передані підприємству, міжнародна допомога;

– власні кошти: чистий прибуток, амортизаційні відрахування;

– залучені кошти: тимчасово вільні кошти резервів, реінвестовані кошти на виплату дивідендів, перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською, інші види заборгованості;

– позикові кошти: кредити банків, лізинг, комерційний кредит, бюджетні надходження на поворотній основі [5, с. 69].

Джерелом фінансування можуть бути фінансові ресурси, які створюються внаслідок зміни складу і структури окремих активів, тобто від їх реструктуризації [6, с.19].

Важливим завданням управління фінансових ресурсів є вирішення питання щодо оптимального співвідношення між формуванням власного та залученого капіталу у господарських суб'єктах, а також ефективності їх використання, зокрема ціни залученого капіталу. Ефективність та обсяги виробництва підприємств обумовлюють склад та розмір фінансових ресурсів, водночас від їх величини та управління залежить зростання виробничо-економічного розвитку [1, с. 778].

Оцінити ефективність управління фінансовими ресурсами можна за допомогою таких методів [4, с. 120-121]:

1. Горизонтальний аналіз полягає в порівняні показників звітності попереднього і поточного року. При цьому здійснюється постатейне зіставлення звітів і визначається абсолютна і відносна зміна статей.

2. Вертикальний аналіз є аналізом внутрішньої структури звітності. При проведенні такого аналізу ціла частина прирівнюється до 100 % і обчислюється питома вага кожної її складової. Цілими частинами приймаються підсумки Балансу (Актив, Пасив), обсяг реалізації Звіту про фінансові результати. За допомогою цього методу аналізу з'ясовують, яку частку у групі або підгрупі становить конкретна стаття, що дозволяє визначити вплив показника цієї статті на діяльність підприємства.

3. Аналіз із застосуванням коефіцієнтів включає в себе розрахунок таких груп показників: показники оцінки фінансової стійкості; показники оцінки ліквідності; показники оцінки ділової активності.

Управління фінансовими ресурсами є одним із найважливіших чинників, які визначають ефективність діяльності підприємства в ринковому середовищі, його фінансову стабільність та конкурентоспроможність. Пошук потенційних резервів фінансових ресурсів є важливим завданням з боку керівництва суб'єкта господарювання для реалізації поставлених виробничих програм та стратегічних напрямів розвитку. Управління фінансовими ресурсами на рівні підприємства передбачає оптимальне їх формування, правильний вибір напрямів фінансових потоків та ефективне використання за цільовим призначенням [2, с. 112].

Таким чином, важливе значення для успішного функціонування та розвитку підприємств має управління фінансовими ресурсами. Фінансові ресурси є одним із найважливіших видів ресурсів не тільки для підприємств, а й для національної економіки. Особливість фінансових ресурсів полягає у їх безпосередньому впливі на інші види ресурсів, які забезпечують діяльність підприємств.

Список використаних джерел

1. Бражник Л. В. Фінансові ресурси підприємства: їх формування та використання. *Економіка та суспільство*. 2018. № 14. С. 778–783.

2. Горпинченко А. П. Принципи формування фінансових ресурсів підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2013. Вип. 2 (1). С. 111–118.

3.Давиденко Н. М. Організаційне забезпечення фінансового менеджменту на підприємстві. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2017. Вип. 1 (49). С. 248–252.

4. Кірсанова А. М., Точонов І. В. Фінансові ресурси підприємства та ефективність їх використання. *Збірник наукових праць ДонНАБА*. 2015. Вип. 1. С. 116–122.

5. Томілін О.О. Організація господарської діяльності підприємства: монографія. Полтава: "Оріяна", 2009. 176 с. URL:

http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1567 (дата звернення - 20.03.2020).

6. Дорогань В. К., Томілін О. О., Гаврилова О. А. Основи фінансової діяльності підприємства: підручник. К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2008. 259 с. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1628 (дата звернення - 20.03.2020).

ЗНАЧЕННЯ СТРАХОВОЇ МЕДИЦИНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ: ПРОБЛЕМИ І ВИКЛИКИ

Мауер Д.Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Зоря О.П.,
доктор економічних наук, доцент

В умовах нової пандемії викликаної вірусом Covid-19більшість країн світу приділяють значну увагу системі охорони здоров'я, одним із найважливіших механізмів якої є медичне страхування, що є формою захисту від ймовірних ризиків пов'язаних із життям та здоров'ям населення.

В Україні, як державі з соціально незахищеним населенням, стан страхової медицини і досі залишається на низькому рівні через недосконалість законодавства у сфері страхових послуг, неспроможність фінансування даної сфери з державного бюджету, відсутність довіри до страхових компаній, а також високі показники тіньових зарплат у населення, що стримує нормальне функціонування Медичного фонду. Тому, наразі послуги медичного страхування не є затребуваними, так як лише близько **6%** українців мають відповідні поліси [1].

У питанні медичного страхування, перехід з добровільної форми страхування на обов'язкову, може бути найбільшефективним засобом покращення системи охорони здоров'я в Україні, адже враховуючи світовий досвід, можна прогнозувати підвищення якості, доступності та своєчасності надання медичної допомоги населенню.

МОЗ зазначило, що активний розвиток медичного страхування в Україні повинен розпочатися з 2020 р, та передбачає прийняття британської моделі страхування. Прийняття закону про обов'язкове соціальне медичне страхування на теренах нашої держави повинне характеризуватися наступними позитивними наслідками наведеними на рис. 1.

Рис. 1. Наслідки прийняття закону про обов'язкове медичне страхування в Україні

Розповсюдження пандемії коронавірусу несе за собою значні грошові витрати для хворих, які коливаються в межах від 20 до 150 тис. на одну особу [2], проте у розвинених країнах світу де функціонує обов'язковаформа медичного страхування частину витрат на лікування та надання медичної допомоги покривають страхові компанії, в той час як в Україні, станом на 2020 р. на законодавчому рівні й досі не впроваджено обов'язкову форму медичного страхування.

У деяких країнах пандемія дала поштовх для розширення пропозицій на страховому ринку, так компанії пропонують безпосередньо страхуватися від COVID-19, опираючись на те, що, страхування від коронавірусу може бути вигідним продуктом, у разі якщо епідемія в країні швидко пройде, а медична система впорається з потоком хворих. Проте, слід зауважити, що у разі затяжної епідемії і переповнених лікарень страховики можуть не лише втратити прибуток, але й зазнати банкрутства.

В Україні, надання вірусу статусу пандемії, стало певним підґрунтям для часткової або ж повної відмови страховика у страховій виплаті. Але страхові компанії які уклали договори з медичного страхування, надають страхувальникам повний спектр медичної допомоги, відповідно до обраної ними програми страхування, до того моменту, поки у клієнта не буде виявлено COVID-19.

На сьогодні, у державі дуже малий відсоток населення який має медичну страховку, але перспективи розвитку страхової системи в Україні великі, адже на нашу думку, внаслідок виникнення пандемії кількість потенційних споживачів страхових послуг збільшиться. Встановлення обовязкової форми медичного страхування необхідне, тому що, в першу чергу, це вплине на зростання сильної та здорової нації, а також дасть поштовх до становлення стійкої ефективної економіки. Проте, розвиток страхового ринку не можливий без фінансової підтримки держави та вдосконалення її на законодавчому рівні.

Список використаних джерел

1. Попова С. Медичне страхування: коли добровільне стане обов'язковим і як це працюватиме. *24 Здоров'я.* URL: https://24tv.ua/health/medichne_strahuvannya_koli_dobrovilne_stane_obovyazkovim_i_yak_tse_pratsyuvatime_n1166692 (дата звернення 04.04.2020).

2. Пєшкова Г. Дорогий коронавірус: Скільки коштує лікування від Covid-19 в Україні та хто за нього має платити. *112ua*. URL:https://ua.112.ua/statji/dorohyi-koronavirus-skilky-koshtuie-likuvannia-vid-covid-19-v-ukraini-i-khto-za-noho-maie-platyty-531445.html (дата звернення 04.04.2020).

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Міхалець А. І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Краснікова О.М.,
кандидат економічних наук, доцент

Неефективне ведення господарської діяльності, недостатній обсяг фінансових ресурсів, несвоєчасне реагування на проблеми, які виникають в процесі фінансово-господарської діяльності може виявитись основною причиною несвоєчасності розрахунків з постачальниками за одержану сировину та матеріали, неповного та неритмічного забезпечення підприємницької діяльності необхідними ресурсами, а отже, і погіршення результатів виконання підприємством своїх зобов'язань перед власниками, державою, банківськими установами та найманими працівниками. Забезпеченість підприємства активами в межах розрахункової потреби та їх раціональне використання створюють широкі можливості для подальшого поліпшення кількісних і якісних показників господарювання [1]. Чим нижча собівартість виробленої продукції, тим вище сума отриманого прибутку, а отже підприємство отримує коло ширших можливостей для поліпшення стану основного капіталу, стимулювання праці робітників та підвищення ефективності діяльності.

Загалом, фінансовий стан підприємства – це одна з найважливіших характеристик діяльності підприємства та є комплексним поняттям, яке визначається взаємодією всіх складових системи фінансових відносин підприємства та характеризується певною системою показників, що відображають наявність і ефективність використання фінансових ресурсів.

Пошук резервів, які можуть бути використані для покращення фінансового стану підприємства, проводиться шляхом ґрунтовного аналізу всіх складових

його діяльності. Удосконалення фінансового стану підприємства можливе за рахунок збільшення вхідних та зменшення вихідних грошових потоків. Підвищення розмірів вхідних грошових потоків можливе за рахунок:

– збільшення виручки від реалізації;
– продажу частини основних фондів;
– рефінансування дебіторської заборгованості.

Скорочення вихідних грошових потоків можливе за рахунок:

– зниження витрат, які відносяться на собівартість продукції;
– зниження витрат, які покривають за рахунок прибутку.

Основним заходом покращення фінансового стану є збільшення виручки від реалізації. В свою чергу розмір виручки від реалізації залежить від:

– обсягів реалізації продукції;
– ціни одиниці продукції, що реалізується [2].

Щоб збільшити обсяги реалізації, треба максимально активізувати збутову діяльність підприємства. Стимулювати збут можна різними методами. Бажаний результат можна отримати наданням знижок покупцям, помірними зменшеннями цін, застосуванням масової реклами. Не існує для всіх підприємств єдиного рецепту збільшення обсягів реалізації. Тип заходів залежить від особливостей конкретного підприємства та обраної ним стратегії маркетингу. Також одним із важливих шляхів удосконалення фінансового стану є мобілізація внутрішніх резервів. Це:

– проведення реструктуризації активів підприємства;
– сукупність заходів, пов'язаних зі зміною структури та складу активів балансу;
– перетворення в грошову форму наявних матеріальних та фінансових активів підприємства.

Зрозуміло, що не існує єдиного підходу до шляхів покращення фінансового стану будь-якого підприємства, оскільки запровадження конкретних шляхів покрашення фінансового стану підприємства потребує проведення повної і всебічної оцінки його діяльності за допомогою фінансового аналізу.

Список використаних джерел

1.Семенов А.Г., Ярошевська О.В. Роль фінансового аналізу у формуванні фінансової стратегії підприємства. Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво, 2014, № 1(76). С. 106-110.

2. Карпенко Г. В. Шляхи удосконалення фінансового стану підприємства. Економіка держави, № 1, 2010. С. 61-62.

ОЦІНКА ВИКОНАННЯ МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТУ

Михайлик І. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Бражник Л.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Оцінка виконання плану доходів і видатків місцевих бюджетів та пошук шляхів покращення управління понадплановими фінансовими ресурсами органів місцевого самоврядування. Для проведення інтегральної оцінки виконання дохідної частини бюджету та видатків доцільно використовувати формулу середньої геометричної, яка має вигляд: $\overline{X} = \sqrt[n]{X_1 \times X_2 \times X_3 ... \times X_n}$, де *X*- коефіцієнт виконання плану за *n*-м показником; *n*- кількість показників, що аналізуються [1].

Існуюча практика централізації понадпланових доходів не дозволяє збільшувати загальний обсяг доходів і, відповідно, унеможливлює виконання запланованих видатків місцевих бюджетів [2]. Така система не мотивує і не стимулює органи місцевої влади до виконання дохідної частини бюджету і призводить до зменшення безоплатних перерахувань. Загальна величина доходів і, відповідно, видаткові можливості місцевого бюджету залишаться на низькому рівні.

Таким чином, необхідно вдосконалювати не тільки методи збалансування доходів і витрат місцевих бюджетів, але докорінно змінити діючий порядок вирівнювання бюджетної забезпеченості. Для вирішення цього розроблено алгоритм збалансування бюджету, згідно з яким кошти від перевиконання дохідної частини місцевого бюджету не передаються відразу до Державного бюджету, а залишаються у розпорядженні обласних органів влади (рис. 1). Останні за результатами аналізу виконання місцевих бюджетів, розподіляють і доводять отримані понадпланові доходи до районів і міст, які цього потребують в межах області. І лише залишок невикористаних коштів, які залишаються після покриття недовиконання плану видаткової частини місцевих бюджетів, передаються до Державного бюджету.

Запропонований алгоритм передбачає проведення аналізу виконання місцевого бюджету та оцінку дохідної та видаткової його частин. При 100-відсотковому виконанні дохідної та видаткової частин бюджету відбувається збалансування бюджету. При наповненні дохідної частини бюджету менше запланованої величини (тобто, рівень виконання плану <100%) слід передбачати виділення із Державного бюджету офіційних трансфертів для збалансування видатків і доходів. Якщо ж виявлено недовиконання плану за видатковою частиною, а за доходною частиною досягнуто перевиконання плану, обласні органи влади спрямовують отримані від перевиконання плану доходів місцевого бюджету кошти на покриття недовиконання плану видатків. І лише після збалансування місцевих бюджетів даної області, вільні фінансові ресурси, що залишилися, передаються до Державного бюджету.

Рис. 1. Алгоритм збалансування доходів і видатків місцевого бюджету обласними органами влади

Даний метод перерозподілу коштів, одержаних від перевиконання плану доходів місцевих бюджету, забезпечує: зростання мотивації місцевих органів самоврядування та стимулювання щодо мобілізації фінансових ресурсів на їх території; прозорість використання коштів за принципом: «що заробив – те і використав»; врахування значущості бюджету-донора.

Таким чином, запропонований на основі проведених досліджень алгоритм збалансування місцевих бюджетів обласними органами влади дає можливість змінити порядок формування і використання місцевих бюджетів шляхом збільшення повноважень обласних рад щодо використання понадпланових доходів місцевих бюджетів. Результатом втілення даного алгоритму в життя стане зростання зацікавленості органів місцевого самоврядування у збільшенні надходжень до бюджету.

Список використаних джерел

1. Кириленко О.П., Малиняк Б.С., Письменний В.В., Русін В.М. Планування та управління фінансовими ресурсами територіальної громади. Київ : ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 396 с.

2. Муніципальні фінанси: навч. посіб. / за ред. О. П. Кириленко. Тернопіль : Астон, 2015. 360 с.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АПК

Павлюченко О. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Бражник Л.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Основними напрямами інвестування в АПК є оновлення матеріально-технічної бази сільського господарства та модернізація на базі новітніх технологій підприємств переробної галузі. Безумовно, структурне і якісне оновлення виробництва й створення ринкової інфраструктури відбувається практично за рахунок інвестування, саме за допомогою реальних інвестицій можна забезпечити структурну перебудову народного господарства, науково-технічний прогрес і економічне зростання економіки. Отже, інвестиційний процес вітчизняної економіки потребує поглибленого дослідження.

У забезпеченні інвестиційними ресурсами підприємств аграрного сектора економіки важливу роль відіграє фінансова система. Фінансово-кредитні установи забезпечують фінансовими ресурсами учасників ринкових відносин, кругообіг коштів між секторами економіки і, таким чином, сприяють ефективному функціонуванню соціально-економічного механізму держави. Перешкодою для фінансування фінансово-кредитними установами є збитковість підприємств АПК.

Інвестиційний процес розпочинається з відносин його суб’єктів на ринку інвестицій. Інвестування засобів виробництва, тобто вкладання коштів у виробничий капітал (основний і оборотний) – це найважливіший напрям розвитку економіки. Оскільки сільськогосподарському товаровиробнику, зазвичай не вистачає власних коштів для запровадження проекту, то він прагне залучити найбільш привабливі позикові фінансові інструменти. Для інвестора важливим аспектом є визначення доходності інвестицій, що визначає їх ефективність [1].

Отже, для вирішення даної проблеми, ми пропонуємо детально розглянути методи оцінки економічної ефективності інвестицій, що ґрунтуються на принципах врахування зміни вартості грошей в часі, на дисконтуванні грошових потоків таких як чиста теперішня вартість, індекс прибутковості, строк окупності, внутрішня норма рентабельності інвестиційних проектів. Таким чином, використовуючи вище означені методи інвестор може реально оцінити проект, врахувавши інвестиційні ризики. Оцінка ефективності інвестиційних проектів забезпечує інвесторів та інших зацікавлених осіб інформацією, необхідною для прийняття рішення про доцільність інвестування проектів та вибір способів їх фінансування.

Потрібно зазначити, що у сучасній вітчизняній інвестиційній практиці найчастіше застосовуються традиційні методи оцінки економічної ефективності інвестицій (проста норма прибутку, термін окупності), тоді як в умовах транзи-

тивного періоду необхідно враховувати дії ринкових сил, що спричиняють нерівноцінність різночасових грошових потоків. В цих умовах доцільно використовувати методи, що ґрунтуються на дисконтуванні грошових потоків такі як чиста теперішня вартість, внутрішня норма рентабельності, дисконтований термін окупності, індекс прибутковості та інші.

Для визначення доцільності залучених інвестицій користуються методами оцінки, порівняння та відбору проектів. Основними серед них є такі: метод середньої ставки доходу; метод дисконтованого періоду окупності; метод чистої теперішньої вартості; метод індексу прибутковості; метод внутрішньої норми рентабельності [2].

Визначення середньої ставки доходу – це простий бухгалтерський метод, який показує прибутковість проекту. Але зовсім не враховує зміни вартості грошей в часі; зміни теперішньої вартості обладнання; більше використовує балансові доходи, а не грошові потоки.

Другий метод – розрахунок періоду окупності. Визначається як час за який сумарні дисконтовані інвестиційні витрати будуть відшкодовані за рахунок прибутків.

Наступним є метод визначення чистої теперішньої вартості проекту, який обов'язково враховує дисконтну ставку. Дисконтні ставки тяжіють до зростання, коли підвищуються проценти за позики і темпи інфляції. Таким чином, із двох проектів більш ризиковим є той, який має вищу дисконтну ставку.

Четвертий метод – це визначення індексу прибутковості, який полягає у порівнянні теперішньої вартості майбутніх грошових потоків із вартістю початкових інвестицій. Цей метод тісно пов'язаний із попереднім.

В умовах відсутності власних джерел інвестиційних ресурсів у товаровиробників вітчизняного аграрного сектору економіки нагальною потребою для проведення інвестиційної діяльності є залучення позикових коштів. В цьому випадку основним методом оцінки доцільності інвестицій є визначення внутрішньої норми рентабельності. Широке застосування цього методу оцінки інвестицій пов'язане з тим, що він надає можливість оцінити сподівану норму прибутку, вирішити питання повернення позичених коштів, встановити рівень фінансової безпеки під час здійснення конкретного інвестиційного проекту.

Таким чином, не всі показники однаково ефективні при оцінці інвестиційних проектів. Для вибору основних методів потрібно врахувати схему фінансування інвестиційних проектів, роблячи вибір між другим та останнім методом; ступінь залежності проектів; стабільність грошових потоків; бюджетні обмеження проектів, а також, інтереси учасників проекту.

Список використаних джерел

1. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом. Київ : Лібра, 2002. 472 с.

2. Верба В. А., Завгородніх О. А. Проектний аналіз : Підручник. Київ : КНЕУ, 2000. 322 с.

УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ БАНКУ

Петренко В.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Глущенко Ю.А.,
кандидат економічних наук, доцент

В умовах імплементації вимог європейського законодавства та рекомендацій Базельського комітету з банківського нагляду та запровадження вимог до капіталу банків в Україні,актуальності набуває питання управліннябанківськими ризиками.

«Ризики банківської діяльності – ймовірність того, що події, очікувані або неочікувані, можуть мати негативний вплив на капітал або надходження банку»[4].

Окремі авторивизначаютьуправління кредитними ризиками як: «діяльність, що включає прогнозування та планування рівня кредитних ризиків щодо обсягів та видів кредитних операцій, мотивування ефективного організування моніторингу, що здійснюється працівниками відділу кредитних ризиків в процесі кредитної діяльності фінансової установи, здійснення аналізу та оцінки факторів виникнення та їх впливу на показники діяльності банку, контроль і в разі необхідності здійснення їх регулювання з метою забезпечення досягнення стратегічних цілей і поточних завдань діяльності банку»[6].

Законодавством визначено, що: «оскільки ринкові умови і структури банків є різними, не існує єдиної системи управління ризиками, прийнятної для всіх банків. Кожна установа має розробити свою власну програму та системи управління ризиками, відповідно до своїх потреб і обставин[4].

До основних елементів системи управління кредитним ризиком відносяться: аналіз кредитного ризику;вибір варіанта стратегії управління кредитним ризиком; оцінка кредитного ризику;проведення кредитного моніторингу.До методів аналізу кредитного ризику банку можна віднести такі методи як кількісний аналіз кредитного ризику банку та метод фінансових коефіцієнтів.

Стратегія управління кредитними ризиками повинна бути спрямована на вибір кредитних проектів, рівень ризику яких не перевищує обсяг наявних у розпорядженні банку джерел його покриття.

Оцінка ризиків організовується керівником банку. До неї притягуються різні підрозділи, відповідно до своїх завдань. Гарна оцінка ризиків базується на принципі керівник – фахівець – виконавець. Оцінка, зроблена сторонніми фахівцями, повинна здійснюватися спільно з своїми фахівцями.

Кредитний моніторинг здійснюють з метою зменшення ризику неповернення позички. Він невід’ємно пов’язаний із кредитуванням загалом, є його

складовою частиною, завершальним етапом, охоплює значний обсяг роботи, оскільки поєднує в собі деякі ланки попередніх етапів кредитування [1].

Щодо методів зниження кредитного ризику комерційного банку, то їх можна поділити на дві групи: зовнішні та внутрішні. До зовнішніх способів зниження кредитного ризику комерційного банку можна віднести заставу, гарантію (поруку) та страхування.

Суть застави полягає в тому, що у випадку невиконання позичальником своїх зобов'язань банк має право повернути собі борг за рахунок коштів, отриманих від реалізації заставленого майна, маючи при цьому пріоритет перед іншими кредиторами. За допомогою гарантії (поруки) банк фактично перерозподіляє ризик, у такий спосіб зменшуючи його. Щодо страхування, то його суть полягає у повній передачі ризику страховій установі.

Основними внутрішніми способами зниження кредитного ризику комерційного банку є лімітування, диверсифікація та створення резервів.

Лімітування – передбачає встановлення обмежень на величини ризиків і наступний контроль їх виконань. Диверсифікація як метод зниження кредитного ризику включає: диверсифікацію позичальників за галузями; диверсифікацію кредитів за розмірами, строками, видами відсоткових ставок; диверсифікацію способів забезпечення повернення кредитів[7].

З метою здійснення банківського нагляду Національний банк України виділив дев'ять категорій ризику, а саме: кредитний ризик, ризик ліквідності, ризик зміни процентної ставки, ринковий ризик, валютний ризик, операційно-технологічний ризик, ризик репутації, юридичний ризик та стратегічний ризик [4]. 'Він оцінює ризики за шкалою від 0 до 10, де 0 – найнижчий рівень ризику, 10 – найвищий рівень ризику. Оцінка відображає очікуваний стан на наступні 6 місяців. На рис. 1 представлено карту динаміки ризиків банківського сектору, яка свідчить про стабільність кредитного ризику.

Рис. 1. Карта динаміки ризиків банківського сектору [6]

Цепов'язано з високою платіжною дисципліноюспоживчого кредитуванню. Проте, їх зниження є досить повільним, в зв'язку з браком високоякісних

позичальників.На стабільному рівні знаходяться ризик достатності капіталу, ліквідності та валютний.Вагомих стимулів для зміни строкової структури фондування зараз немає. В умовах дотримання банкаминового нормативу ліквідності LCR, вони гарантовано матимуть змогу в повному обсязі виконати свої зобов'язання навіть у стресових умовах.Валютний ризик характеризується високим рівнем доларизації активів та пасивів банківського сектору.А от ризик прибутковості знизився в зв'язку стрімким зростаннямопераційних прибутків та навпаки повільним відрахуванням до резервів.

В цілому варто зазначити, що кризові явища фінансової системи нашої державипризвели до значних проблем в банківському секторі, які пов'язані з різким скороченням числа банків та підвищенням рівня їх ризикованості.Так, кількість діючих комерційних банків в Україні з 2015 по 2020 рік скоротиласяз 163 до 75 банків, що становить 53,3%[3].

За даними досліджень, вітчизняна банківська система все ще залишається недостатньо розвинутою, не виконує своїх функцій належним чином та відстає від інших європейських країн [5]. Така ситуація посилює ризики для подальшого стабільного функціонування банківської системи, зменшує її спроможність виділяти постійно зростаючу грошову пропозицію та здійснювати ефективний перерозподіл тимчасово вільних коштів у масштабах економіки країни.

В даному випадкуз метою зменшення ризиків,необхідно сприяти максимально ефективному впровадженню рекомендацій Базельського комітету, удосконалити методику аналізу кредитного портфеля та зменшитиобсяги кредитування в найбільш ризикових сферах.

Список використаних джерел

1. Аналітичний огляд банківської системи України за 2017 рік. URL: http://rurik.com.ua/documents/research/bank_system_2017.pdf.
2. Звіт про фінансову стабільність НБУ: червень 2019 року. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2019-R1.pdf?v=4.
3. Кількість банків в Україні (2008-2020): Мінфін. URL: https://index.minfin.com.ua/banks/stat/count/.
4. Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків»: Постанова Правління Національного банку України від 15.03.2004 р. № 104. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0104500-04 (дата звернення 16.03.2020).
5. Офіційний сайт журналу Forbes. URL: http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1409877-rejting-zhittezdatnosti-ukrayinskihbankiv-2016.
6. Петрушко Я. Р. Управління кредитним ризиком як запорука безпеки кредитної діяльності банку. *Ефективна економіка*. 2018. №6. URL:http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2018/154.pdf.
7. Tromsa V. The management of credit risk of the commercial bank. *International Scientific Journal*. URL: https://www.internauka.com/uploads/public/14502784025531.pdf.

ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГВ УКРАЇНІ

Писанка В.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Глущенко Ю.А.,
кандидат економічних наук, доцент

В сучасному світі в умовах розвитку інформаційної економіки постає потреба впровадження новітніх методів та технологій розвитку інноваційних банківських послуг. Одним з основних напрямів такого розвитку є активне впровадження Інтернет-банкінгу.

Сучасні інноваційні Інтернет-технології здатні істотно прискорити і спростити документообіг, знизити собівартість банківських операцій, зменшити обсяг паперової роботи. Інтернет-банкінг знижує витрати банку, підвищує комфорт і дозволяє банку отримувати додатковий комісійний дохід.

Інтернет-банкінг являє собою сукупність засобів дистанційного банківського обслуговування, що дозволяє проведення операцій в режимі «онлайн» в будь-який час і в будь-якому місці шляхом підключення до глобальної мережі.Ця технологія є найбільш перспективною, зручною та прогресивною. Саме стрімкий розвиток Інтернет-банкінгу в Україні сприяє зростанню інтернет-користувачів [4].

Дані Factum Grup Ukraine підтверджують, що постійними користувачами "всесвітньої павутини" у 2018 році є 21,8 мільйонів українців [5]. На початок 2019 року кількість користувачів Інтернету в Україні становило 58%, проте низький рівень запровадження технологій в регіонах створить потенціал зростання інтернет-аудиторії у майбутньому.

Проведений моніторинг розвитку Інтернет-банкінгу в Україні дав змогу виокремити банки лідери та визначити значну диференціацію у розвитку систем дистанційного банківського обслуговування роздрібних клієнтів. Варто відмітити, що найбільший функціонал (більше 40 опцій – від переказів і відкриття депозитів до ведення домашньої бухгалтерії та придбання квитків) у Приватбанку, 37 опцій доступно в системі Інтернет-банкінгу Першого Українського Міжнародного Банку, 35 – в Альфа-Банку. Однією з найпопулярніших послуг до якої проявляють інтерес користувачі інтернет-банкінгу є можливість дистанційно оплачувати комунальні послуги.

На сьогоднішній день, найпопулярнішим серед онлайн-банків є «Monobank» - це проект «Universal Bank» зі зручними банківськими сервісами для власників смартфонів. Він є продуктом, орієнтованим на віддалене обслуговування, що надає абсолютно новий, більш комфортний призначений для ко-

ристувача досвід. А за рахунок відсутності витрат на інфраструктуру (відділення, банкомати, інкасацію та ін.) зробив набагато вигідніші тарифи для клієнтів.

В Україні законодавчо закріплено, що Інтернет - банкінг (система «клієнт – Інтернет – банк») є елементом дистанційного банківського обслуговування. Базовий закон «Про банки і банківську діяльність» не містить визначень «електронний банкінг», «Інтернет-банкінг» або «банківське обслуговування за допомогою Інтернету» [6].

Першим кроком до законодавчого регулювання банкінгу було прийняття Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» [7], а також Закону України «Про електронний цифровий підпис» [3], Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні»[2].

Система Інтернет-банкінгу тільки почала приживатися в нашій країні, завойовуючи все більше довіру у населення, і стрімкими темпами набирає обертів. У процесі його використання можна виділити як ряд переваг, так і недоліків, для наочності розглянемо їх в табл. 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки Інтернет-банкінгу [1]

Переваги	Недоліки
цілодобовий доступ незалежно від місцяперебування	недоступність у разі технічних неполадок усистемі
зручність використання тапортативність	необхідність отримання відповідних знань
вартість обслуговування значно нижча, ніжобслуговування у відділенні	неможливість доступу у разі відсутності Інтернету або мобільного телефону
можливість здійснення широкого спектрупослуг та постійний контроль рахунків	підвищення ризику незаконного отриманняперсональних даних клієнта сторонніми особами
оперативність проведення транзакцій	недостатній рівень захисту від шахраїв

Жорстка конкуренція в банківському секторі диктує банкам свої умови. Клієнтам вже мало мати можливість просто отримувати банківський продукт, їх цікавить якість наданої послуги та часові витрати на її отримання [4].

Тому головною мотивацією банків у впровадженні Інтернет-банкінгу є підвищення конкурентоспроможності.Передусім, його перевагою є значна мінімізація витрат, адже собівартість надання банківських послуг через інтернет є значно нижчоювід традиційних механізмів фінансового обслуговування.

Особливо важливо підкреслити, що разом з розвитком Інтернет-технологій вдосконалюються і впроваджуються захисні програми, які попереджують ризикінтернет-махінацій або збоїв в мережі, та гарантують цілісність зберігання коштів на рахунках та під час проведення будь-яких операцій через інтернет-мережу. Але саме ця проблема і відлякує багатьох клієнтів від даного типу банківських послуг.

Для покращення обслуговування та удосконалення розвитку Інтернет-банкінгу необхідно:

– поліпшити захист інформації, з цією метою доцільно забезпечити надійне її шифрування і використовувати надійні канали зв'язку;

– впровадити надійніші засоби ідентифікації та авторизації клієнтів при використанні системи Інтернет-банкінгу;

– розширити спектру послуг, що надаються;

– заохотити фізичних та юридичних осіб до використання системи Інтернет-банкінгу через рекламу, акції та інші засоби заохочення.

Підсумовуючи дослідження варто зазначити, що Інтернет-банкінг є одним з найбільш перспективних ринків розвитку банківської системи в Україні, а також надійний партнер для кожного клієнта в освоєнні досить зручною і перспективної послуги. Саме інноваційна сфера в Україні в майбутньому матиме перспективний розвиток.

Список використаних джерел

1. Домінова І.В.Форми електронного банкінгу: еволюція, переваги та недоліки.*Облік і фінанси*. 2016. № 2. С.104-109.

2. Про платіжні системи та перекази коштів в Україні : Закон України від 05.04.2001 № 2346-III.URL:http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2346-14 (дата звернення 25.03.2020 р.).

3. Про електронний цифровий підпис : Закон України від 22.05.2003р. №852- IV. URL:http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=852-15 (дата звернення 24.03.2020 р.).

4. Котуранова Т.В., Вартоха Я.С.Інтернет - банкінг в Україні – інноваційний розвиток банківської сфери. *Економічний простір.* 2019. № 146. С. 43-56.

5. Офіційний сайт Factum Group Ukraine. URL: www.slideshare.net.

6. Про банки та банківську діяльність : Закон України від 07.12.2000 р. № 2121-III. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi(дата звернення 22.03.2020 р.).

7. Про надання інформації про використання Інтернет-технологій клієнтами банків при здійсненні розрахунків: лист Департаменту платіжних систем Національного банку України від 13.06.2007 р., № 25 - 112/1151-6023.UR: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v6023500-07 (дата звернення 26.03.2020).

СУТНІСТЬ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ – ПОЗИЧАЛЬНИКІВ БАНКУ

Побуділін М. М.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Лихопій В.І.,
старший викладач

Виникнення та функціонування позики для позичальників – юридичних осіб, пов'язане з необхідністю забезпечення безперервного відтворювального процесу, завдяки якому кошти тимчасово вивільняються в одній компанії, а потреба в них виникає в інших компаніях.

Кредитування – це управлінське рішення, яке впливає на майбутній результат кредитної угоди, розмір резервів, прибутковість або загальну втрату банківського бізнесу. Криза в банківській системі загострилася через макроекономічні фактори та погіршення соціально-політичної ситуації в країні, що призвело до збільшення частки проблемних позик.

Прогноз мікрокредитування для малого та середнього бізнесу залишається негативним, що призводить до зниження стандартів кредитування юридичних осіб, тоді як ризики такої поведінки значно зростають. Якщо поглянути на поняття кредитоспроможності, існують різні підходи до його визначення. Національний банк України визначає кредитоспроможність як наявність позичальника (контрагента банку) як передумову кредитної операції та її здатність погашати борги в повному обсязі та на договірних умовах [1].

Стан кредитного портфеля банку при нестабільних умовах багато в чому залежить від правильної оцінки кредитоспроможності позичальника. При видачі позик кожен банк стикається з необхідністю перевірити кредитоспроможність позичальників. Ця процедура є обов'язковою, і її результати суттєво впливають на результати певних кредитних договорів та ефективність кредитування банку в цілому. Кредитоспроможність також важлива для юридичної особи, оскільки вона залежить від того, в якій мірі надається позика та чи надається вона взагалі.

Кредитоспроможність – це система умов, що визначають здатність компанії позичати та погашати її в повному обсязі протягом визначених строків.

Існує значна різниця між кредитоспроможністю та платоспроможністю. Справа в тому, що, на відміну від інших зобов'язань, позичкові зобов'язання позичальника – юридичної особи перед банком повинні бути погашені лише у безготівковій формі. Тому для банка-кредитодавця недостатньо щоб позичальник бути платоспроможним, він повинен бути надійним. У цьому контексті необхідно використовувати поняття кредитоспроможності для характеристики здатності позичальника – юридичної особи погашати свої зобов'язання перед банком.

Науковець О. В. Дублюк розглядає кредитоспроможність як здатність позичальника погасити борг у повному обсязі та лише готівкою протягом визначеного кредитного періоду [2, с. 8]. Заява В. В. Гласюка уточнює це визначення далі, оскільки воно визначає як джерело виконання боргових зобов'язань, так і тип діяльності, в якій джерело відбувається. Кредитоспроможність – це здатність позичальника погашати свої борги в звичайному процесі бізнесу, повністю і в межах узгодженого кредитного договору, лише за рахунок грошей, отриманих від позичальника [3, с. 54].

Щодо мети перевірки кредиту, Остафіль О. та Рубаха М. пишуть, що «…аналіз кредитів робиться для надання інформації для прийняття рішення щодо варіантів та умов позики та контрагента» [4, с. 388].

Важливо мати повну інформацію, щоб визначити умови кредитування. Глибина оцінки залежить від відсутності або наявності кредитних відносин банку з конкретним клієнтом, що призводить до надання достовірної та повної інформації. В умовах ринкової економіки кредитоспроможність позичальника є ключовою характеристикою, яка розкриває можливість встановлення кредитних відносин між банком і клієнтом [5].

Інформація, розглянута працівником кредитного відділу, повинна бути офіційно підтверджена, належним чином заповнена та підписана позичальником (заява на позику, свідоцтва про право власності позичальника, банківські виписки тощо) та розрахунок платоспроможності клієнта.

Чесне проведення всіх необхідних процедур персоналом кредитного управління, враховуючи індивідуальні особливості кожного позичальника, тим самим забезпечує якість процесу прийняття рішень та зменшення повернення позики.

Отже, при оцінці кредитоспроможності позичальників – юридичних осіб аналізуються найважливіші кількісні та якісні показники діяльності клієнтів. У той же час, банківські установи самостійно розробляють власні методи оцінки кредитоспроможності позичальників, враховуючи всі необхідні критерії, які можуть краще характеризувати фінансовий стан та діяльність позичальника. Такі методи оцінки кредитоспроможності позичальників затверджуються банками у відповідних внутрішніх положеннях.

Список використаних джерел

1. Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями: Постанова Правління НБУ від 25.01.2012 р. № 23/2012. URL: http://zakon.rada.gov.ua (дата звернення 22.03.2020).

2. Дзюблюк О. В. Особливості оцінювання грошового потоку підприємства в системі банківського аналізу кредитоспроможності позичальника. *Банківська справа.* 2001. № 1. С. 8-12.

3. Галасюк В. В. Оцінка кредитоспроможності позичальників – що оцінюємо? URL: http://www.galasyuk.com.ua /downloads/publications/credit1.pdf (дата звернення 22.03.2020).

4. Остафіль О., Рубаха М. Комплексна оцінка кредитоспроможності позичальника як інструмент управління кредитним ризиком банку. *Формування ринкової економіки в Україні.* 2009. № 19. С. 387-396.

5. Бібліотека економіста: Операції комерційних банків. URL: http://library.if.ua/book/89/6252.html. (дата звернення 22.03.2020).

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ У ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ ДЕРЖАВИ

Роман М. В., Виноградська М.О.,
здобувачі вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник –
Аранчій Д. С., кандидат економічних наук

З виникненням незалежної Української держави відбувається поступова зміна розуміння сутності соціального забезпечення в контексті європейських традицій. Значної уваги потребує процес формування законодавчої бази в сфері загальнообов'язкового державного соціального страхування громадян як форми реалізації права громадян на соціальне забезпечення в нових економічних умовах.

В науковій літературі поняття соціального страхування пов'язується, насамперед, з особливістю матеріального забезпечення страхових соціальних допомог у зв'язку з настанням соціальних страхових випадків, котрі в доктрині права соціального забезпечення дістали назву соціальних ризиків.

Досліджуючи питання теорії правовідносин соціального страхування, С. О. Сільченко звертає увагу на соціальний аспект, який відокремлює соціальне страхування від інших видів особистого страхування. Він утілений в особливій природі страхових ризиків. Останні пов'язані з ймовірністю втрати заробітку як основного джерела існування найманих працівників, що породжує негативні наслідки у вигляді настання соціальної незабезпеченості, бідності… Це, у свою чергу, зумовлює широку сферу дії соціального страхування, необхідність його побудови на засадах загальнообов'язковості [3, с. 606].

Нам імпонує точка зору вченої С. М. Синчук, яка, аналізуючи теорію соціального ризику за правом соціального забезпечення, виділяє таку важливу ознаку соціальних ризиків, як соціальна значимість (соціально-значимі обставини. На його думку, соціальне страхування – це система правовідносин щодо надання матеріального забезпечення та соціальних послуг застрахованим особам (членам їх сімей) у разі настання соціальних страхових випадків у розмірах і порядку, передбачених законами за рахунок грошових фондів, які формуються шляхом сплати страхових платежів роботодавцями та особами, в користь яких здійснюється страхування, а також бюджетних асигнувань [4, с. 378].

Визначаючи зміст поняття загальнообов'язкове державне соціальне страхування, вчений О. В. Москаленко слушно зосереджує увагу на комплексному характері даного поняття. Вона визначає загальнообов'язкове державне соціальне страхування як форму соціального забезпечення населення, що становить собою сукупність створюваних та гарантованих державою економічних, організаційних і правових заходів, спрямованих на компенсацію або мінімізацію наслідків погіршення матеріального і соціального становища працівників, а в передбачених законом випадках – інших категорій громадян у разі хвороби, втрати працездатності, годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, старості, а також у випадку настання інших установлених законодавством страхових ризиків, за рахунок коштів страхових фондів, що формуються шляхом сплати обов'язкових страхових внесків роботодавцями, громадянами, а також інших джерел передбачених законом надходжень, що використовуються виключно за їх цільовим призначенням [2].

Слід зазначити, що наведені доктринальні визначення заслуговують на увагу і є структурно завершеними. Разом з тим проблема вдосконалення правового понятійного апарату нормативної бази права соціального забезпечення залишається актуальною і потребує подальших наукових пошуків. Відповідно, вважаємо за доцільне викласти власне бачення змісту даного поняття. На наш погляд, загальнообов'язкове державне соціальне страхування – це правові відносини, що виникають між учасниками соціально-страхових відносин (застрахованими особами, страхувальниками, страховиками) з метою захисту соціально-правових інтересів застрахованих осіб у зв'язку з виникненням суспільно-значимих обставин (страхових випадків), які згідно чинного законодавства України є підставою для здійснення страхових соціальних виплат за рахунок коштів страховиків (фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування).

Необхідність соціального страхування зумовлена такими причинами (рис. 1).

Рис. 1. Причини, що обумовлюють необхідність функціонування соціального страхування

„Датою народження” сучасного соціального страхування науковці, зокрема В. Андріїв, вважають 1881 рік, коли в результаті „Королівського послання” Рейхстагу (німецький парламент того часу) було створено схеми страхування робітників, які містили три різних типи захисту: від захворювань й ушкоджень, від повної непрацездатності та проти погіршення матеріального становища в старості [1]. Соціальне страхування мало вирішальне значення для розвитку приватного страхування, бо держава повинна піклуватися лише про тих хто потребує її захисту. Обов’язкове державне соціальне страхування захищало тільки невелику групу людей. Право захищати іншу частину населення надали приватним страховим організаціям. З часом перелік осіб, які отримували державну соціальну допомогу, збільшувався. Зростання фінансових можливостей держави зумовило розширення обсягів страхової відповідальності й підвищення розмірів допомоги, пенсій та інших виплат.

Підсумовуючи зазначене вище зауважимо, що соціальне страхування виступає важливим елементом фінансової системи України. Державне соціальне страхування тісно пов’язане з державними цільовими фондами та державним бюджетом, кошти яких є джерелами фінансування соціальних виплат, управління коштами якого здійснюють фонди, створені за окремими видами страхування.

Список використаних джерел:

1. Андріїв В. Г. Соціальне страхування: історія проблеми. Соціальний захист. 2018. № 2. С. 7–14.

2. Москаленко О. В. Основні засади загальнообов’язкового державного соціального страхування в умовах ринкової економіки : монографія. : Юрайт, 2012. 400 с

3. Сільченко С. О. Окремі питання теорії правовідносин соціального страхування. Тенденції розвитку науки трудового права та права соціального забезпечення. Зб. наук. праць. Матеріали І між нар. наук. – практ. конф. К. : Ніка-Центр, 2013. С. 605–609.

4. Синчук С. М. Теорія соціального ризику за правом соціального забезпечення. Право України. 2018. № 3. С. 55–59.

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Співак І. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»,
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Томілін О.О.,
доктор економічних наук, доцент

Ефективне управління обігом грошових коштів є важливим фінансовим важелем на підприємстві, що дозволяє прискорити оборот капіталу, знизити ризик виникнення неплатоспроможності підприємства. Грошовий потік – це надходження і вибуття грошових коштів та їх еквівалентів в процесі господарської діяльності підприємства.

Ефективність управління грошовими потоками визначається впливом цього процесу на платоспроможність підприємства, швидкість обороту обігового капіталу, обсяги залучення коштів та кредиторську заборгованість, а в кінцевому результаті на рентабельність підприємства та його конкурентні позиції. Практична реалізація складових управління грошовими потоками дає змогу певною мірою знайти компроміс між необхідністю підтримувати певний обсяг грошових коштів для забезпечення ліквідності підприємства і бажанням інвестувати тимчасові вільні кошти для забезпечення їх ліквідності [5, с. 392].

На підприємстві виділяють вхідні грошові потоки (надходження виручки від реалізації, фінансових інвестицій, коштів цільового призначення, позикових та ін. коштів) та вихідні (оплата праці, сплата податків та відрахувань, розрахунки з постачальниками, перерахування коштів банкам, сплата коштів, пов’язаних з інвестиційною діяльністю та ін. перерахування).

Процес управління грошовими потоками підприємства послідовно охоплює наступні основні етапи:

1. Забезпечення повного і достовірного обліку грошових потоків підприємства і формування необхідної звітності.
2. Всебічний аналіз грошових потоків підприємства в попередньому періоді.
3. Оптимізація грошових потоків підприємства.
4. Планування грошових потоків підприємства в розрізі різних їхніх видів.
5. Забезпечення ефективного контролю грошових потоків підприємства [1, С. 34].

Основними складовими успіху ефективного управління грошовими потоками є формування залишків грошових коштів у необхідних розмірах з урахуванням їх резерву: покращення оперативного управління, особливо з точки зору збалансованості надходжень і витрат грошових коштів, контроль за виконанням фінансових планів за місяць і квартал у частині витрат грошових коштів підприємства [4, с. 309].

Ураховуючи мобільність грошових коштів, доцільно відзначити, що навіть у короткостроковому періоді планові показники можуть не відповідати дійсності. Саме тому важливими аспектами в системі управління грошовими потоками підприємства є коригування показників та оцінка досягнутих результатів.

Основними критеріями ефективності управління грошовими потоками є: темпи росту товарообороту (виручки від реалізації продукції), операційна маржа, отримані кредити, дебіторська заборгованість, кредиторська заборгованість, теперішня вартість грошового потоку, майбутня вартість грошового потоку, вартість чистих активів, капітал. Наявність кредиторської заборгованості у підприємств дозволяє їм розпоряджатися такими коштами як фінансуванням, але на визначений термін, що передбачає сплату боргу у майбутньому. Завищений розмір зобов'язань у балансі призводить до зниження платоспроможності. Дебіторська заборгованість відображає невиконання господарських зобов'язань іншими сторонами, що зумовлює скорочення надходження грошових коштів на рахунки підприємства. Моніторинг таких зобов'язань покликаний зменшити їх обсяг, передбачити та не допустити переходу заборгованості у безнадійну [3].

Висока роль ефективного управління грошовими надходженнями визначається такими основними положеннями:

- грошові потоки обслуговують господарську діяльність підприємства практично в усіх її аспектах;
- раціональне формування грошових потоків сприяє підвищенню ритмічності здійснення операційного процесу;
- управління грошовими потоками – важливий фінансовий важіль забезпечення при скорення обертання капіталу;
- активні форми управління грошовими потокам и дають змогу підприємству отримувати додатковий прибуток, що генерується безпосередньо його грошовими потоками [6, с. 148–149].

Дефіцитний грошовий потік призводить до неплатоспроможності підприємства, а надлишковий – обумовлює знецінення грошових коштів в умовах інфляції, в результаті чого змінюється реальна величина власного капіталу.

Заходами збільшення вхідних грошових потоків та зменшення їх виходу є: продаж або здача в оренду необоротних активів, раціоналізація асортименту продукції, реструктуризація дебіторської заборгованості у фінансові інструменти, залучення зовнішніх джерел короткострокового фінансування, скорочення витрат, відстрочка платежів за зобов'язаннями, використання знижок, перегляд програми інвестицій, додаткова емісія акцій та облігацій, пошук стратегічних партнерів, пошук потенційного інвестора, довгострокові контакти, що передбачають знижки або відстрочки платежів, податкове планування [2].

Методи оптимізації надлишкового грошового потоку підприємства пов'язані з забезпеченням росту його інвестиційної активності: збільшення обсягу розширеного відтворення операційних необоротних активів, прискорення періоду розробки реальних інвестиційних проектів і початку їхньої реалізації, здійснення регіональної диверсифікованості операційної діяльності підприємс-

тва, активне формування портфеля фінансових інвестицій, дострокове погашення довгострокових фінансових кредитів [1, с. 37–44].

Отже, ефективна система управління грошовими потоками сприяє: реалізації короткострокових і стратегічних (довгострокових) планів підприємства, оптимізації витрат, забезпеченню високого рівня платоспроможності й підтримання фінансової стійкості, досягнення бажаного рівня прибутковості підприємства.

Список використаних джерел

1. Васильківська К. В., Сич О.А. Фінансовий менеджмент: навч. посібник. Львів: «ГАЛИЧ-ПРЕС». 2017. С. 34.

2. Крамаренко Г. О. Фінансовий менеджмент: підручник. К.: ЦУЛ. 2006. С. 520.

3. Петренко В.С., Кузнецова Д.С. Теоретичні та методологічні аспекти грошових потоків на підприємстві *Молодий вчений*. 2016. № 5 (32). URL: www.irbis-nbuv.gov.ua (дата звернення – 17.03.2020).

4. Томілін О. О. Вдосконалення управління грошовими потоками / О. О. Томілін // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск № 237: В 6 т. – Т. IV. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2008. – С. 907–916. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1537 (дата звернення – 17.03.2020).

5. Томілін О. О. Управління грошовими надходженнями підприємств / О. О. Томілін // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. – Випуск № 72. – Харків: ХНТУСГ, 2008. – С. 392– 395. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1563 (дата звернення – 17.03.2020).

6. Томілін О. О., Козленко Е. О. Управління грошовими надходженнями підприємств та перспективи його удосконалення: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених *“Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики”*, 1 груд. 2017 р. Полтава, ПДАА, 2017. С. 147–149. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1668 (дата звернення – 17.03.2020).

ЛІЗИНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНА ФОРМА ФІНАНСУВАННЯ ТА ІНВЕСТУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Стралець А. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник –
Собчишин В. М., кандидат економічних наук

Лізинг є середньостроковим фінансовим інструментом для придбання основних засобів (обладнання, транспортних засобів, тощо)підприємства.На відміну від прямого надання грошового капіталу, він забезпечує процес фінансування основних фондів підприємства [3, с. 234]. Лізинговими установами виступають лізингові компанії, банки й небанківські фінансові установи, що купують предмети лізингу для подальшої передачі їх лізингоодержувачу на певний строк. Протягом цього строку лізингоодержувач здійснює періодичні платежі лізингодавцю.

Після закінчення строку лізингового договору предмет лізингу передається у власність лізингоодержувача або повністю амортизується та списується, чи повертається лізингодавцю [1, с. 143]. Лізинг передбачає отримання прибутку шляхом використання лізингових активів, які не є власністю лізингоодержувача, а лише знаходяться у його користуванні.

АТ КБ «ПриватБанк» пропонує наступні види лізингу (рис. 1).

Рис.1. Схематичне зображення видів лізингових операційАТ КБ «ПриватБанк»
Джерело: побудовано на основі [2]

На сайті АТ КБ «ПриватБанк» [2] найпоширеніші переваги лізингу (не потрібно виводити з обігу всі 100 % вартості покупки,адже платапо лізингуздійснюється частинами за рахунок прибутку від використанняоб’єкта лізингу;економія на податкових платежах за рахунок амортизації, податкового кредиту з ПДВ і збільшення витрат на суму процентів і комісій; не можна накласти арешт або звернути стягненнятретіх осіб на предметлізингу,так як право власності на нього належить лізингодавцю; своєчасне виконання постачальником зобов’язань щодо предмета лізингугарантує банк; не потрібна додаткова застава) доповнено можливістю прийняття рішення щодо його надання онлайн.

Основні умови надання різних видів лізингу в АТ КБ «ПриваБанк» систематизовано у табл. 1.1.

Таблиця 1

Умови надання різних видів лізингу в АТ КБ «ПриватБанк»

Характеристики лізингу	Предмет/вид лізингу			
	Сільгосптехніка	Комерційний транспорт/спецтехніка та обладнання	Легковий автотранспорт	Зворотній лізинг
Лізингоодержувач	юридичні особи / фізичні особи-підприємці	юридичні особи /фізичні особи-підприємці	фізичні особи-підприємці	юридичні особи /фізичні особи-підприємці
Строк лізингу	від 12 до 60 місяців	від 12 до 60 місяців	від 12 до 60 місяців	від 12 до 60 місяців
Сума фінансування	від 200 тис. грндля клієнтів малого та середнього бізнесу,від 1 млн грндля корпоративних клієнтів	від 200 тис. грн для клієнтів малого та середнього бізнесу,від 1 млн грн для корпоративних клієнтів	до 800 тис. грн – нові авто;до 600 тис. грн – авто з пробігом	від 200 тис. грн
Ставка в гривні	від 3 до 16 % річних (залежно від партнерської програми)	від 1 до 15 % річних (залежно від партнерської програми)	18 % річних– нові авто;23,9 % річних– авто з пробігом	індивідуальна
Разова комісія	1 % від вартості предмета лізингу (не стягується за стандартною ставкою 16 %)	1 % від вартості предмета лізингу (не стягується за стандартною ставкою 15 %)	відсутня	відсутня
Аванс	від 20 % вартості предмета лізингу	від 20 % вартості предмета лізингу	від 10 % вартості предмета лізингу	40–50 % (можливий взаємний залік на етапі укладання договору)
Графік платежів	сезонний, не менше 2 разів на рік, сплата відсотків – щомісяця	щомісяця рівними частинами	щомісяця рівними частинами	ануїтет – рівними частинами, адаптований
Забезпечення	техніка, що передається в лізинг – на підставі договору лізингу;порука	предмет лізингу, що передається лізингоодержувачу на підставі догово-ру лізингу;порука	транспорт, що передається в лізинг на підставі договору лізингу	предмет лізингу, порука
Страхування	щорічно згідно з тарифами акредитованої банком страхової компанії	щорічно згідно з тарифами акредитованої банком страхової компанії	щорічно згідно з тарифами акредитованої банком страхової компанії	обов’язково, згідно з тарифами акредитованої банком страхової компанії

Джерело: побудовано за даними [2]

Предметом зворотного лізингу в АТ КБ «ПриваБанк» може бути нова та вживана сільгосптехніка, обладнання(не розглядається сільськогосподарське навісне обладнання), комерційний транспорт (у т. ч. легкові авто), спецтехніка, залізничний транспорт. На момент закінчення строку договору фінансового лізингу вік уживаного предмета лізингу не повинен перевищувати 9 років. Оцінка предмета лізингу здійснюється акредитованими АТ КБ «ПриваБанк» суб'єктами оціночної діяльності, окрім нового майна (придбаного не раніше 3 місяців до початку зворотного лізингу), вартість якого визначається згідно з договором купівлі-продажу.

Схема зворотного лізингу зображена на рис. 2.

Рис. 2. Схематичне зображення порядку здійснення зворотного лізингу
Джерело: побудовано на основі [2]

В умовах необхідності швидкого залучення інвестицій у бізнес зворотний лізинг дає змогу підприємству перетворити активи на ліквідні кошти (гарантовані інвестиції складають 50–60 % від вартості майна), продовжувати експлуатувати своє майно(після всіх виплат предмет лізингу повертається у власність продавця), зменшити базу оподаткування (лізингові платежі належать до витрат підприємства), уникнути додаткових застав (альтернатива заставним кредитам).

Таким чином, лізинг є альтернативною формою фінансування та інвестування, що дає змогу розширити й оновити виробничі потужності, підвищити конкурентоздатність підприємств різних галузей національної економіки.

Список використаних джерел

1. Барташук К. А. Фінансовий лізинг як джерело фінансування розвитку підприємств України. *Економіка та держава*. 2015. № 3. С. 142–147.

2. Лізинг в АТ КБ «ПриватБанк». URL: https://privatbank.ua/business/lizing(дата звернення 25.03.2020).

3. Слюсаренко К. В., Рибалка А. О. Лізинг як альтернативне джерело фінансування машинобудівних підприємств. *Наукові записки. Економіка*. 2013. Вип. 23. С. 233–238.

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОГО НАГЛЯДУ В УКРАЇНІ

Телятник М.Ю., здобувач
вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів
Науковий керівник – Глущенко Ю.А.
кандидат економічних наук, доцент

В сучасних умовах розвитку України, враховуючи міжнародні стандарти та рекомендації Європейського органу з банківського нагляду та Базельського комітету з банківського нагляду необхідне адекватне регулювання та нагляд з боку Національного банку України, оскільки саме від правильності, своєчасності реалізації НБУ функції банківського регулювання та нагляду залежить ефективний розвиток банківської системи, її здатність брати участь у процесах ринкових перетворень.

Відповідно до Закону України «Про Національний банк України» банківський нагляд – система контролю та активних впорядкованих дій Національного банку України, спрямованих на забезпечення дотримання банками та іншими особами, стосовно яких Національний банк України здійснює наглядову діяльність законодавства України і встановлених нормативів, з метою забезпечення стабільності банківської системи та захисту інтересів вкладників та кредиторів банку [1]. НБУ може проводити банківське регулювання як на індивідуальній, так і на консолідованій основі [2].

Банківський нагляд на консолідованій основі - це нагляд, що здійснюється Національним банком України за банківською групою з метою забезпечення стабільності банківської системи та обмеження ризиків, на які наражається банк внаслідок участі в банківській групі, шляхом регулювання, моніторингу та контролю ризиків банківської групи у визначеному Національним банком України порядку [2]. Індивідуальний нагляд, у свою чергу, передбачає зосередження уваги на окремій банківській установі, дослідження та обмеження ризиків, які загрожують лише даному суб'єкту господарювання. На нашу думку, банківський нагляд саме на консолідованій основі є найефективнішим та супроводжується меншими витратами, адже досліджуючи банківську групу можна більш комплексно спостерігати певні тенденції та ризики, що забезпечить своєчасну та ефективну реакцію з боку НБУ, у той час як виявляти ризики для кожного банку окремо є нераціональним використанням ресурсів.

Нагляд за діяльністю банківських установ супроводжується аналізом: видів і структури активних операцій; підходів до управління капіталом і капіталізацією банку; збалансованості витрат і доходів, а також рівня прибутковості банку; рівня адміністративно-господарського, фінансового та стратегічного управління; рівня ризик-менеджменту в банку; системи внутрішнього контролю та аудиту; характеру взаємозв'язків банку з клієнтами та кредиторами тощо [1].

З метою з'ясування стану діяльності банків та дотримання ними встановлених вимог щодо економічних нормативів згідно законодавства[1] нами здійснено Аналіз динаміки економічних нормативів (табл.1), [3] .

Таблиця 1

Аналіз динаміки економічних нормативів по системі банків України за 2017-2019 рр.

Найменування нормативів		Станом на:			Зміни 2019 р., до 2017 р., %
		01.01.2018	01.01.2019	01.01.2020	
Н1	Регулятивний капітал (млн грн)	115817,6	126116,7	150313,8	29,8
Н2	Норматив достатності регулятивного капіталу (не менше 10 %)	16,10	16,18	19,66	3,6
Н3	Норматив достатності основного капіталу (не менше 20 %)	-	-	13,50	-
Н4	Норматив миттєвої ліквідності (не менше 40 %)[2]	55,55	68,66	-	-
Н5	Норматив поточної ліквідності (не менше 40 %)[3]	108,08	99,12	-	-
Н6	Норматив короткострокової ліквідності (не менше 60 %)	98,37	93,52	94,35	-4,0
Н7	Норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента (не більше 25 %)	20,29	19,83	17,61	-2,7
Н8	Норматив великих кредитних ризиків (не більше 8-кратного розміру регулятивного капіталу)	208,31	176,23	105,00	-103,3
Н9	Норматив максимального розміру кредитного ризику за операціями з пов'язаними з банком особами (не більше 25 %)	17,89	10,41	7,02	-10,9
Н11	Норматив інвестування в цінні папери окремо за кожною установою (не більше 15 %)	0,0001	0,0009	0,0002	0,0001
Н12	Норматив загальної суми інвестування (не більше 60 %)	0,22	0,15	0,13	-0,1

Так, за даними таблиці 1, ми дійшли висновку, що за останні три роки спостерігається зростання розміру регулятивного капіталу банків України (Н1) на 29,8 %, що сприяє покриттю негативних наслідків різноманітних банківсь-

[123] Відповідно до змін до Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні, затверджених постановою Правління Національного банку України від 01.08.2019 № 102, починаючи з 02.09.2019 економічні нормативи Н4 та Н5 не розраховуються.

ких ризиків та забезпечує захист вкладів, фінансової стійкості й стабільної діяльності банків.

Приріст показника достатності регулятивного капіталу (Н2) на 3,6%, відображає здатність банку своєчасно та в повному обсязі розрахуватися за своїми зобов'язаннями, але чим вище значення показника достатності (адекватності) регулятивного капіталу, тим більша частка ризику, що її беруть на себе власники банку.

Показник короткострокової ліквідності Н6 встановлюється для контролю за здатністю банку виконувати прийняті ним короткострокові (≤ 1 року) зобов'язання за рахунок ліквідних активів. Ліквідні активи терміном погашення до одного року повинні перевищувати 60% короткострокових зобов'язань. Як бачимо значення показника значно більше за встановлений та спостерігається зменшення на 4 %, це значить, що банкам необхідно приділяти увагу процесу управління ліквідністю в зв'язку з розривами ліквідності по коштах, які не включені в розрахунок нормативів.

Норматив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента Н7 встановлюється з метою обмеження кредитного ризику, що виникає внаслідок невиконання окремими контрагентами своїх зобов'язань. За період, що аналізується він знаходиться в межах нормативного значення, а його скорочення на 2,7% є позитивною тенденцією в банківській системі.

Нормативи кредитного ризику як елемент економічних нормативів діяльності банків мають на меті не допустити надмірну концентрацію кредитного ризику в банку, оскільки неплатоспроможність одного або кількох контрагентів може суттєво дестабілізувати банк та навіть призвести до його банкрутства. Зокрема потрібно обмежити кредитні та інші операції з пов'язаними особами (інсайдерами) банку, так як ці операції можуть здійснюватися на пільгових для інсайдерів умовах. За показниками кредитних ризиків Н7, Н8, Н9 спостерігається виконання в межах визначених нормативів, а тенденція до їх скорочення також підтверджує хороші результати роботи банків.

Нормативи інвестування Н11, Н12 встановлюються Національним банком України з метою забезпечення контролю за інвестиційною діяльністю банків, у т. ч. за прямими інвестиціями. Норматив інвестування в цінні папери окремо за кожною установою (Н11) встановлюється з метою обмеження ризику, пов'язаного з інвестуванням в акції, паї, частки та інвестиційні сертифікати окремої юридичної особи. Норматив загальної суми інвестування (Н12) встановлюється з метою обмеження ризику, пов'язаного зі здійсненням банком інвестиційної діяльності. За даними дослідження вони відповідають нормативним показникам (не більше 15% та не більше 60% відповідно), показують, що банківські установи в Україні інвестують дуже мало коштів у цінні папери.

За даними аналізу в цілому по системі банків сфері основна кількість показників знаходяться в нормативних межах. «Проте, згідно даних НБУ з 75 платоспроможних банків на 1 січня 2020 року хоча б один норматив порушили 10 банків, хоча на 1 грудня 2019 року їх було 12. Чотири банки порушували нор-

матив максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента (Н7):Місто Банк (34,41%), Промінвестбанк (38,67%), Індустріалбанк (49,87%). Укрексімбанк виправився (21,56%). Норматив максимального розміру кредитного ризику за операціями з пов'язаними з банком особами (Н9, не більше 25%) порушували 5 банків: ПУМБ (33,22%), Юнекс банк (34,64%), Банк інвестицій та заощаджень (70,92%), Перший інвестиційний банк (80,39%), Мегабанк (92,3%). Полікомбанк припинив порушувати норматив (24,76%). Лідером по порушеним нормативам став Промінвестбанк (3), який планує 6 лютого відмовитись від банківської ліцензії. Інші банки-порушники не виконували один – два нормативу»[4] .

Отже, можна зробити висновок, що банківський нагляд надає впевненість клієнтам, вкладникам, кредиторам і позичальникам у стабільності роботи банків, своєчасності та повноцінності виконання зобов'язань, проте банкам потрібно за умов зростання регулятивного капіталу та показників ліквідності оптимізувати систему кредитування та розвивати інвестиційну політику. Розвиток вітчизняної банківської системи слід формувати з урахуванням основоположень політики протекціонізму у банківській сфері.

Список використаних джерел:

1. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 р. №2121-III. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14 (дата звернення 20.03.2020 р.).

2. Про внесення змін до деяких законів України щодо нагляду на консолідованій основі: Закон України 19.05.2011 3394-VI. Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3394-17 (дата звернення 20.03.2020 р.).

3. Статистичні дані Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist (дата звернення 20.03.2020р.).

4. 10 банків порушили нормативи НБУ: Економічна правда. URL: https://www.epravda.com.ua/news/2020/01/21/656042/

РОЗВИТОК СИСТЕМИ ОСОБИСТОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Чемшит С. В., Сокирко К. А.,
здобувачі вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Безкровний О. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Розвиток оподаткування особистих доходів показав його надзвичайно велике фіскальне і регулююче значення, яке дедалі зростало із розвитком фінан-

сових систем держав. Оподаткування доходів громадян має тисячолітню історію. Первісною примітивною формою прямих податків були повинності у вигляді безплатних послуг, які населення надавало державі.

Вперше податок на доходи фізичних осіб був використаний у Великобританії в 1799 році з метою фінансування ведення війни з Францією. У США цей вид оподаткування вводився в 1862 році на військові витрати. У країнах континентальної Європи оподаткування доходів фізичних осіб розвивалося повільніше. Якщо в Бельгії воно було започатковано ще в 1828 році, Австрії – у 1849 році, Італії – у 1864 році, то в Німеччині – у 1897 році, Іспанії – у 1900 році, а у Франції – тільки в 1914 році [1].

Із розвитком капіталістичного господарства вдосконалюються інші форми оподаткування. На початку XX ст. на територыъ сучасноъ украънськоъ держави був запроваджений подохідний податок замість подушного. У цьому самому столітті продовжуються кардинальні зміни у податкових системах всіх країн щодо зміни ставок податків, їх диференціації залежно від доходів, застосовуються неоподаткований мінімум, окремі пільги тощо [3].

У роки Другої світової війни уряд активно залучав податки з метою поповнення доходів державного бюджету. Так, на початку війни до подохідного і сільськогосподарського податків була встановлена 100 % надбавка, яку з січня 1942 р. замінили військовим податком, що мав подушний характер. До кінця 80-х років прибутковий податок з громадян, як свідчить Л. Демиденко, справлявся за системою, яка склалася ще в 40- х роках. Податки і збори з населення на той час включали прибутковий податок з громадян, податок з холостяків, самотніх і малозабезпечених громадян СРСР, сільськогосподарський податок, податок з власників будівель, податок з власників транспортних засобів, земельний податок та інші податки. В 1989 р. в загальному сукупному доході населення податки і збори склали 8,3 % або близько 12 крб. в місяць на чоловіка За рахунок податків з населення формувалося більше 10 % всіх доходів бюджету. Питома вага прибуткового податку з населення становила до 7 % [2].

До 1990 року прибутковий податок із громадян справлявся за комбінованою шкалою ставок. Для доходів, отриманих за місцем основної роботи встановлювався неоподаткований мінімум (спочатку 70, потім 80, згодом 100 крб.). При місячному заробітку від 71 до 90 крб. ставки коливалися від 25 коп. до 7 крб. 12 коп.; із заробітку від 91 до 100 крб. податок становив 7 крб. 12 коп. плюс 12 % суми, що перевищувала 90 крб; від 101 крб. і вище – 8 крб. 20 коп. плюс 13 % суми, що перевищувала 100 крб. Такі ставки були встановлені для робітників та службовців і хоч офіційно ставка оподат-кування визначалась як пропорційна – 13 %, насправді існувала регресивно-прогресивна шкала. Так, з одного карбованця, який перевищував неоподатковуваний мінімум, утримувалося 25 коп. Потім вона поступово знижувалася до 12 % і підвищувалася до 13 % [3].

З 1990 року була введена регресивно-прогресивна шкала ставок податку, коли із суми доходів від 100 до 150 крб. податок дорівнював 29 коп. з кожного

карбованця, тобто 29 %, а щодо доходу, який перевищував 150 крб, застосовувалася прогресивна шкала з розміром ставок 13, 15, 20, 30, 40, 50 і 60 % залежно від величини доходу.

З проголошенням незалежності України розпочалося реформування її податкової системи. Так, податок з обороту було скасовано, а в умовах розвитку ринкових відносин та вільного ціноутворення запроваджено податок на додану вартість і акцизний збір. З прямих податків найбільше значення мають податок з прибутку підприємств і податок з доходів фізичних осіб.

З грудня 1992 року оподаткування доходів громадян здійснюється відповідно до Декрету Кабінету Міністрів України „Про прибутковий податок з громадян", який зі змінами і доповненнями був чинним до кінця 2003 року.

Особливістю оподаткування доходів громадян до 1993 р. був диференційований підхід до різних категорій платників, до кожної з них передбачався особливий порядок оподаткування і різні ставки податку, зберігався поділ платників на окремі категорії із застосуванням до них різних податкових ставок, порядку визначення оподаткованого доходу та утримання податку.

Громадяни України як платники податку, за словами В. П. Мартиненка, поділялися на такі категорії: робітники і службовці та прирівняні до них категорії платників; особи, що отримують авторські винагороди; громадяни, що займаються підприємницькою діяльністю; громадяни, що ведуть селянське (фермерське) господарство. Якщо місячний дохід робітників і службовців від 186 крб. до 3001 крб. і вищий оподатковувався за ставками 12, 15, 20 і 30 %, то доходи авторів наукових, літературних, мистецьких та інших творів, які виділяються чи використовуються вперше, в обсязі від 120 крб. до 36001 крб. і вище оподатковувалися за 11 ставками (від 2 до 30 %), а у разі їх неодноразового видання доходи спадкоємців від 500 крб. до 15001 крб. і вищі оподатковувалися за 7 ставками (від 60 до 90 %) [4].

З 1 жовтня 1994 р. Указом Президента було змінено ставки прибуткового податку з громадян, у тому числі граничну ставку знижено до 50 %, однак при цьому вдвічі зменшився діапазон диференціації, а тому стрімкість прогресії порівняно з 1993 р. зросла. Внаслідок цього зріс рівень оподаткування доходів до 5 (2,5 середніх номінальних зарплат) до 40 неоподаткованих мінімумів.

З 1 жовтня 1995 р., окрім максимальної податкової ставки, було запроваджено також ставки на всі рівні доходів, що перевищують 10 неоподатковуваних мінімумів. Якщо порівняти запроваджену шкалу з тим, що застосовувалося у 1993 р., то відбулося зниження податкових ставок лише на доходи, що перевищували 20 (30 – порівняно зі шкалою впровадженою з 1 червня 1993 р.) неоподатковуваних мінімумів. Щодо доходів від 10 до 20 (30) неоподатковуваних мінімумів, то ставки якими вони оподатковувалися, не знизилися. На доходи ж від 1 до 10 неоподатковуваних мінімумів з 1 жовтня 1994 р. ставку податку підвищено вдвічі, а з 1 жовтня 1995 р. – в 1,5 раза порів-няно з 1993 р. Отже за період з 1993 р. до 2000 р. ставки податку на доходи від 1 до 5 неоподатковуваних мінімумів зросли [6].

Реформування прибуткового оподаткування в Україні, за твердженням І. Лютого, фактично почалося у 2003 році з прийняттям Закону України „Про податок з доходів фізичних осіб” № 889 від 22.05.2003 року, який набрав чинності з 01.01.2004 року. При цьому платниками податку виступали як резиденти так і нерезиденти, ставка податку становила 15 %. Також застосовувалися податкові соціальні пільги у розмірі 100, 150 і 200 % від мінімальної заробітної плати встановленої на 1 січня звітного року [5].

Починаючи з 2 грудня 2010 року був затверджений основний законодавчий документ податкової системи – Податковий Кодекс України (ПКУ), який набрав чинності 1 січня 2011 року. Ставка податку на доходи фізичних осіб визначена як прогресивна – дохід у розмірі 10 мінімальних заробітних плат оподатковується за ставкою 15%, а якщо сукупний дохід за звітний період перевищує 11470 грн (на суму перевищення) податок становить 17 %.

Загалом слід зауважити, що в процесі еволюції податку на доходи фізичних осіб в Україні спостерігається тенденція до підвищення рівня оподаткування середньої номінальної заробітної плати працівників. Крім того безумовним є той факт, що податок на доходи фізичних осіб відіграє значну роль у забезпеченні фінансування соціальної інфраструктури, розвитку держави, наданні безплатних благ і послуг населенню.

Список використаних джерел

1. Василик О. Д. Податкова система України : [навч. посіб.]. К. : ВАТ „Поліграфкнига”, 2016. 478 с.

2. Демиденко Л. М., Субботович Ю. Л. Податкова система : [навчальний посібник]. К. : Центр учбової літератури, 2017. 184 с.

3. Крисоватий А. І., Десятинюк О. М. Податкова система : навч. посіб. Тернопіль : Карт-бланш, 2014. 331 с.

4. Мартиненко В. П. Основні напрямки розвитку оподаткування доходів фізичних осіб. Формування ринкових відносин в Україні. 2017. № 5. С. 70-73.

5. Податкова система : [навч. посіб.] / [за ред. І. О. Лютого]. К. : Центр учбової літератури, 2013. 456 с.

6 Рябчук О. Необхідність удосконалення адміністрування податку з доходів фізичних осіб. Економіка і регіон. 2017. № 1. С. 131-134.

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВ ЯК ПЕРЕДУМОВА ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Шевченко В. С., Щерб'юк Д. М.,
здобувачі вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Лихопій В. І.,
старший викладач

В умовах зростання зовнішніх та внутрішніх загроз банківських установ, посилення макроекономічної нестабільності, фінансова безпека є важливим інструментом реалізації його пріоритетних цілей, нарощування фінансового потенціалу, зміцнення позицій на ринку фінансових послуг, забезпечення нормального функціонування та сталого розвитку держави.

У законі «Про банки і банківську діяльність» [3] зазначено, що безпека банківської системи залежить від низки умов, що забезпечуються державою як в економічній, так і в інших сферах, а також від спроможності банків забезпечити задоволення потреб національної економіки.

Питання забезпечення фінансової безпеки має вирішуватися комплексно з урахуванням необхідності дотримання фінансової безпеки як окремих комерційних банків, так і банківського сектору загалом.

У «Звіті про фінансову стабільність» Національного банку України (грудень 2019 р.) звернута увага на недостатню злагодженість і координацію роботи учасників фінансового ринку (НБУ, комерційних банків, небанківських фінансових установ, ін.), що загрожує фінансовій безпеці банківських установ, не дозволяє банківському сектору розвиватися як єдине ціле. Серед ризиків банківської безпеки виділяють кредитний ризик, валютний ризик, ризик прибутковості, ліквідності, достатності капіталу та юридичний ризики.

Проведене у 2019 р. стрес-тестування показало, що у системі залишається кілька банків, зокрема два державних, із суттєвими проблемами. Вони можуть потребувати значних обсягів капіталу за несприятливим макроекономічним сценарієм. Їхня фінансова стійкість є низькою, фінансові установи вразливі до можливих криз. Державні банки залишаються у фокусі уваги НБУ, оскільки вони є значущими для банківської системи. НБУ очікує швидких рішень незалежних наглядових рад, спрямованих на розчищення балансів від непрацюючих кредитів, зміну бізнес-моделей, оптимізацію операційних витрат [2].

Формування ефективного механізму банківської безпеки як рушійної сили розвитку фінансової сфери сприятиме упорядкуванню діяльності фінансових установ та підвищенню їх конкурентоспроможності на ринку фінансових послуг, ефективності їх функціонування.

В цілому діагностика основних показників банківської системи України свідчить про певні проблеми в цьому фінансовому секторі. Якщо на початку 2017 р. банківську ліцензію мали 196 фінансових установ, то банківська систе-

ма України на січень 2020 р. представлена 75 комерційними банками, з яких 35 – фінансові установи з іноземним капіталом, в тому числі 23 установи – з 100 % іноземним капіталом. Сумарні активи комерційних банків становлять 1494,5 млрд. грн, а їхня рентабельність – 4,5 %, рентабельність капіталу біля 34,2 % [2].

Розвиток механізму фінансової безпеки активізуватиме ринкові перетворення та сприятиме збалансованому функціонуванню на основі більш прибуткової діяльності фінансових установ та їх зорієнтованості на перспективу. При цьому, подальших наукових досліджень потребують умови реалізації механізму банківської безпеки [1].

Таким чином, розвиток банківського сектору передбачає його постійну адаптацію до змін умов зовнішнього середовища, а також удосконалення механізму фінансової безпеки. Таке удосконалення полягає в реалізації заходів як на рівні банківської установи зокрема, так і банківської системи загалом. Серед заходів виділимо наступні:

– удосконалення нормативно-законодавчого забезпечення;

– проведення антиінфляційної та антимонопольної політики;

– розробка комплексних заходів щодо виведення економічної діяльності із тіньового сектору;

– наближення діяльності фінансово-кредитних установ до міжнародних стандартів надання банківських послуг;

– підвищення якості банківського менеджменту та корпоративного управління;

– реалізація концептуальних підходів щодо стратегічного управління фінансовою безпекою банків.

Список використаних джерел

1. Богомолова Н. І., Гирянська А. В. Особливості формування механізму банківської безпеки в Україні. Ефективна економіка. 2019. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/11.pdf (дата звернення: 01.04.2020).

2. Національний банк України : Офіційний сайт. URL: https://bank.gov.ua (дата звернення: 01.04.2020).

3. Про банки і банківську діяльність : Закон України / Відомості Верховної Ради України від 07 груд. 2000 р. № 2121-III. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14 (дата звернення: 01.04.2020).

ВІСІМ ПОСТАНОВ НАЦБАНКУ ПРО НОВУ СИСТЕМУ ВАЛЮТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ УКРАЇНИ

Яременко А. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Бражник Л. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Питання валютного регулювання завжди було актуальним для України, особливо в сучасних умовах низького рівня ВВП, збільшення кількості безробітних, збільшення недовіри до банківської системи, світової глобальноїкатастрофи спричиненої коронавірусом COVID-19 та звісно ж не варто забувати про воєнні події на Сході, які все більше провокують економічну та політичну нестабільність України на міжнародній арені, що першочергово відображаєтьсяна ситуацію з валютним ринком.

Питання валютного регулювання підлягало розгляду у наукових працях дослідників, а саме: Міщенко В. І., Момот О. М., Яріш О. В., Савлук А. М., Скрябіна Д. С., Кулицький С., Богацька Н. М. та інші. Ними було доведено, що сучасна система регулювання потребує детального аналізу нових ідей у підході проведенняконтролю на валютному ринку, що і зумовило вибір даної проблематики.

Валютне регулювання доцільно розглядати, з точки зору сукупності дій держави та уповноважених нею органів щодо регламентації валютних відносин між економічними суб'єктами на валютному ринку.

На сьогоднішній день регулювання валютного ринку відбувається на основі нормативно-правових актів оприлюднених Національним банком,згідно Закону України «Про валюту і валютні операції»від 21.06.2018 № 2473-VIII, та введені у дію 7 лютого 2019 року [1].

Дана нормативно-правова база стала основою для нової ліберальної системи валютного регулювання. Її основу склали вісім постанов які за своїм змістом мають як тимчасовий(постанови №5 і №7), так і постійний характер(постанови №1-№3,№4,№6, №8).

Головною ідеєю прийнятого Закону було послаблення надмірного контролю на валютному ринку для полегшення розвитку бізнесу та збільшення інвестиційної привабливості України [2].

Нова ліберальна система переважно здійснює вплив на бізнес та операції на державномутаміжнародному рівні, що стосується більшої частини громадян, то значних змін у повсякденному житті не передбачалося.

Цікаво, як саме працює нововведений закон у дії. Спробуємо частково розібратися на прикладі сучасної ситуації, яка склалася в Україні.

На сьогоднішній день переважну більшість громадян цікавить питання подальшої ситуації зізростання курсу валют, а саме прогнози та засоби утримання валюти на відповідному рівні.

Станом на 24 березня 2020 року ми спостерігаємо курс долара по відношенню до гривні на рівні 27,76 грн, а євро – 30,16 грн., для порівняння дані показники 24 лютого котирувалися на рівні 1 долар до 24,45 грн, а 1 євро до 26,41 грн.Обвал гривні розпочавсяз першої половини березня, але вже 19 березня 2020 р. пікове значення досягло 28,6грн за долар [3].

Ситуація більшій мірі була зумовлена реакцією через невизначеність, щодо поширення коронавірусу, одним із наслідків якого стало скорочення попиту на товари українських експортерів, що в майбутньому призведе до зменшення валютних операцій та збільшення дефіциту зовнішньоекономічного балансу. Також свій вплив здійснюють провідні компанії, які відчувають значний спад доходів (нещодавно відбувся панічний розпродаж акцій та інше).

Спираючись на інструменти регулювання на валютному ринку Національний Банк України запевняє, що ситуація знаходиться під контролем та не набуває критичного характеру, саме тому відкриті джерела закликають зменшити ажіотаж скуповування іноземної валюти.

За наступними прогнозами курс валют стабілізують. Засобом, який допоможе утримати курс є26 мільярдів золотовалютних резервів. Проте варто зауважити, що зростання рівня цін – не уникнути, про що вже зараз свідчать ціни на товарив магазинах.

Не варто забувати про співпрацю з МВФ, адже чим віддаленішеми знаходимося від їхніх програм, тим менше стаємо привабливішими для інвесторів, які є невпевненими, щодозацікавленості в Україні та зменшується надходження іноземної валюти, а це також,у свою чергу, сприятиме подальшому обвалу гривні.

Отже, з всього вище розглянутого варто зробити підсумки, що згідно із Законом України «Про валюту і валютні операції»Національний Банк України вводить низку послаблень на валютному ринку (скасовано багато граничних розмірів та строків операцій), проте в будь-якій ситуації НБУ залишає вирішальне слово за собою. Згідно з сучасною ліберальною системою кінцевою метою є перехід до нової прозорої системи вільного руху капіталів, що має призвести до створення привабливого інвестиційного клімату та зростання економічної стійкості України.

Список використаних джерел

1. Про валюту і валютні операції :Закон України від 21.06.2018 № 2473-VIII.URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19(дата звернення 25.03.2020).

2. Національний банк затвердив нову систему валютного регулювання та оприлюднив дорожню карту валютної лібералізації. URL : https://bank.gov.ua/news/all/natsionalniy-bank-zatverdiv-novu-sistemu-valyutnogo-

regulyuvannya-ta-oprilyudniv-dorojnyu-kartu-valyutnoyi-liberalizatsiyi(дата звернення 25.03.2020).

3. Курс валют в Україні. URL : https://minfin.com.ua/ua/currency/(дата звернення 24.03.2020).

ПЕРСПЕКТИВА ЗАПРОВАДЖЕННЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ

Яременко А. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Зоря О. П.,
доктор економічних наук, доцент

У всі часи Україна залишалася житницею всієї Європи, сьогодні жвона перебуває на новому, якісному шляху розбудови економіки. Одним із невирішених питань десятиліттями залишається ринок землі, тому в сучасних умовах інтеграції України у світові економічні процеси не варто відводити дане питання на задній план, адже саме аграрний сектор на якому ми досить добре спеціалізуємося, має скласти достойну конкуренцію на міжнародному ринку, а запровадження ринку землі має стати переломним моментом у розвитку економіки держави.

Розглядом проблематики даного питання займалися науковці, а саме: Мартинюк М. П., Колесник Т. В., Мороз В. В., Яковенко Д. Ю., Фоменко Л. В., Польова І. С., Ященко К. Г., Мартинов І. М. та інші.Ними було доведено, що питання ринку землі залишається невирішеним, попри те, що нормативно-правова база вже існує та готова до впровадження, але постійно відкладається через масові невдоволення аграріїв на сільських місцевостях. Дана проблематика і зумовила вибір теми дослідження.

Ринок землі в Україні – це сукупність суспільних відносин з приводу купівлі або продажу земельної ділянки. В процесі землеобігу відбувається відповідна зміна землевласників або землекористувачів [1].

Варто зазначити, що ще з 2001 року і до сьогодні на продаж українських земель накладений мараторій, тобто заборона.

Дане питання є проблематичним і його розгляд проходить досить інтенсивно останніми роками. За попередніми даними, наступне засідання з даної справи відбудеться у жовтні 2020 року, повний запуск ринку землі планують від 1 грудня 2020 року. А поки що розпочалася масова приватизація українських земель громадянами, через перспективу впровадження ринку землі в Україні, що спричинило цінову дискримінацію стосовно проведення даної процедури.

У листопаді 2019 року соціологічною службою центру Разумкова було проведено дослідження серед респондентів України віком від 18 років стосовно ставлення громадян до запровадження ринку землі та скасування мораторію на купівлю-продаж землі сільськогосподарського призначення. За результатами дослідження 63,4% всіх опитуваних виступили за продовження мораторію, а кожен четвертий громадянин висловив свою прихильність стосовно запровадження ринку землі [2].

Головною причиною супротиву українського суспільства стосовно внесення змін до Земельного Кодексу України є стереотипи та недостатність обізнаності та проінформованості населення, досить низький рівень довіри до української влади та інше.

Проте при донесенні інформації до населення в повному обсязі, громадяни могли б знати, що відкриття ринку сільськогосподарських земель підтримали Євросоюз, Світовий банк та інші міжнародні інститути, а рішенням Європейського суду з прав людини було визнано, що накладений мораторій є порушенням прав людини користуватися своєю власністю.

На прикладі країн Західної Європи, які вже досить давно є на ринку землі можемо розглянути успішних представників за рівнем приватизації земель. Даний показник у Австрії становить 50% від загальної кількості земель сг призначення, у Ірландії та Голландії показник сягає 90%, а рівень частки приватизації земель в Швейцарії доходить до 100% [3].

Результатом запровадження ринку землі мають стати наступні позитивні наслідки: збільшення інвестиційної привабливості, капіталізація бізнесу, збільшення доходів пайовиків, посилення місцевих громад із розвитком місцевого бізнесу, розвиток сільської інфраструктури, можливе підвищення родючості землі та дбайливіше ставлення до неї за для більшої її привабливості на ринку, модернізація способів обробки земельних ділянок та інше.

Отже, скасування мораторію і запровадження ринку землі є важливим кроком для сучасної України, який має принести низку позитивних, вище перелічених, наслідків та сприяти підвищенню конкурентоздатності держави на міжнародному рівні.

Головним завданням на сьогодні залишається переконання громадян України в доцільності приведення в дію даної програми, та гарантування права власності на їх земельні ділянки; виведення ринку землі з тіньової економіки, та отримання до державного бюджету додаткових надходжень.

Список використаних джерел

1. Ринок землі в Україні. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Ринок_землі_в_Україні. (дата звернення - 20.03.2020).

2. Ставлення громадян до запровадження ринку землі та скасування мораторію на купівлю-продаж землі сільськогосподарського призначення URL: http://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/stavlennia-gromadian-do-zaprovadzhennia-rynku-zemli-ta-skasuvannia-moratoriiu-na-

kupivliuprodazh-zemli-silskogospodarskogo-pryznachennia-2.(дата звернення - 20.03.2020).

3. Фермерський погляд на ринок землі: хто виграє і програє. URL: https://agropolit.com/blog/337-fermerskiy-poglyad-na-rinok-zemli-hto-vigraye-i-prograye.(дата звернення -20.03.2020).

АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ВИТРАТ, ОБСЯГУ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРИБУТКУ

Арутюнова О. А.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів,

Науковий керівник – Яловега Л. В.,
кандидат економічних наук

Головною метою діяльності будь якого підприємства є отримання максимального прибутку. Для цього суб'єкту господарювання потрібно вміло управляти фінансовими результатами, на які впливають фактори: витрати діяльності, обсяг виробництва, ціни [2].

Із метою оперативного й стратегічного управління фінансово-економічною діяльністю підприємства одним із досить простих і водночас результативних методів аналізу означених факторів є маржинальний аналіз, або CVP-аналіз (costs – витрати, volume – обсяг, profit – прибуток) [1].

Маржинальний аналіз допомагає виявити оптимальне співвідношення між витратами, ціною й обсягом виробництва, що дає можливість визначити для кожної конкретної ситуації обсяг реалізації, який забезпечує беззбиткову діяльність. Беззбитковість як інструмент стратегічного управління є важливою складовою оцінки прибуткової діяльності підприємства. Під точкою беззбитковості розуміють рівень продажу, при якому сукупний дохід дорівнює сумарним витратам і підприємство отримує нульовий прибуток [2].

Перевагою обчислення та аналізу точки беззбитковості є те, що її знання дозволяють менеджеру у будь-який момент операційного циклу регулювати реалізацію продукції (робіт, послуг) у режимі реального часу, а також оперативно управляти змінними витратами при виникненні негативних (небажаних) відхилень [3].

Основними показниками CVP-аналізу є [5]:

– змінні витрати – витрати, що змінюються пропорційно до зміни обсягу виробництва (витрати на сировину і матеріали, час роботи обладнання, трудовитрати і т. п.);

– постійні витрати – витрати, які не залежать від зміни обсягу виробництва (амортизація, орендна плата, страхові внески тощо);

– маржинальний дохід – різниця між виручкою від продажу і сумою змінних витрат. Розрахунок маржинального доходу дає інформацію підприємству про величину виручки, яку необхідно отримати, щоб окупити постійні витрати і отримати прибуток;

– критичний обсяг виробництва (поріг рентабельності, точка беззбитковості) – мінімально допустимий обсяг продажів, який покриває всі витрати на виготовлення продукції, не приносячи при цьому ні прибутку, ні збитку;

– запас фінансової міцності – різниця між досягнутою фактичною виручкою від реалізації і порогом рентабельності;

– ефект виробничого (операційного) важеля – відношення маржинального доходу до прибутку. Показник проявляється у зміні прибутку в залежності від зміни обсягу реалізації і виробничих витрат.

Основними етапами маржинального аналізу є: збір, підготовка та обробка вихідної інформації, необхідної для проведення аналізу; визначення суми постійних і змінних витрат на виробництво і реалізацію продукції; розрахунок величини досліджуваних показників; порівняльний аналіз рівня досліджуваних показників; факторний аналіз зміни рівня досліджуваних показників; прогнозування величини показників у мінливому середовищі [1].

Застосування такого аналізу на практиці пов'язане з вирішенням завдань: управління операційним прибутком, прогнозування попиту, оцінка гарантій беззбитковості і т. п. Однак найбільш важливе прикладне значення побудови даної моделі пов'язано з можливістю кількісної оцінки цілеспрямованого управління співвідношенням постійних і змінних витрат із метою підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності при різних тенденціях кон'юнктури товарного ринку і стадії життєвого циклу підприємства [4].

Таким чином, застосування CVP-аналізу на підприємстві дає змогу оцінити взаємозв'язок витрат, обсягу виробництва і реалізації та цін, що безпосередньо впливають на кінцевий фінансовий результат, та допомагає управлінському апарату підприємства приймати правильні рішення, вчасно реагувати на зміни задля отримання прибутку та підвищення ціни підприємства в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. CVP-анализ как инструмент принятия управленческих решений. *Корпоративный менеджмент*: веб-сайт. URL: https://www.cfin.ru/management/finance/cost/costs_volume_profit.shtml (дата звернення 26.03.2020).

2. Гайдаєнко О., Кушнір Т. Аналіз беззбитковості підприємства на прикладі «дніпропетровського хлібозаводу № 9». *Облік. Економіка. Менеджмент*: наукові нотатки. Міжнародний збірник наукових праць. 2016. №1(9) URL: http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/4701 (дата звернення 27.03.2020).

3. Лазаришин А. В. Оцінка методичних підходів до аналізу беззбитковості. *Вісник НУВГП. Економічні науки* : зб. наук. праць. 2010. №3(51). URL: http://ep3.nuwm.edu.ua/6661/1/v51ek16.pdf (дата звернення 27.03.2020).

4. Ласица, М. В. Повышение эффективности управления затратами на основе CVP-анализа. *Вестник ГГТУ им. П. О. Сухого: научно-практический журнал*. 2011. № 2. URL: http://elib.gstu.by/handle/220612/10042 (дата звернення 26.03.2020).

5. Маржинальний аналіз (CVP-аналіз). *Теорія економічного аналізу*: веб-сайт. URL: https://stud.com.ua/53281/ekonomika/marzhinalniy_analiz_analiz (дата звернення 27.03.2020).

ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗА КОНТИНЕНТАЛЬНОЮ СИСТЕМОЮ

Верезга Н.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Пилипенко К.А.,
доктор економічних наук, доцент

Міжнаціональні системи бухгалтерського обліку базуються на загальних принципах облікової системи із розповсюдженням основних принципів однієї або декількох національних систем на групу держав із диференційованим рівнем регламентації обліку.

Формування міжнаціональних систем займало в економічному розвитку значний період часу і характеризувалося появою у кінці XIX століття Англосаксонської і Французької систем, які переросли після II світової війни у міжрегіональні облікові системи: Європейського економічного співтовариства, Організації африканської єдності, США і Канади, Південно-Американських держав [6].

Відповідні відмінності у національних облікових системах мають місце практично по всіх ознаках, які визначають національну систему в розвинутих зарубіжних країнах і тих, що розвиваються. Окремо виділяють такі національні бухгалтерські системи: країн Східної Європи; країн Європейського Співтовариства; французька; Організації Об’єднаних Націй.

На сучасному етапі розвитку облікової науки виділяють наступні моделі бухгалтерського обліку: британо-американська, континентальна, південно-американська, соціалістична, ісламська, інтернаціональна та змішана. Континентальна модель передбачає тісний зв'язок бізнесу з банками, які в основному і задовольняють потреби фінансових компаній. Бухгалтерський облік регламентується законодавчо, характеризується значним консерватизмом. Орієнтація на управлінські запити кредиторів не є пріоритетним завданням обліку. Крім того, уряди цих країн вимагають публікувати деяку інформацію про компанії, тому останні змушені готувати фінансову звітність [5].

Різні країни світу використовують МСФЗ в якості національних стандар-

тів або беруть за основу концепції, норми і правила МСФЗ при розробці національних. Наприклад, країни ЄС використовують МСФЗ з певними обмеженнями, з врахуванням європейського законодавства та директив щодо обліку і звітності [4].

Тому для кожної системи обліку притаманні і різні підходи до ведення обліку. Ми розглянемо особливості ведення обліку довгострокових активів за континентальною системою обліку.

Ефективне використання основних засобів та правильна організація їх обліку є важливими факторами успішності результатів діяльності підприємств.

Міжнародним стандартом обліку основних засобів є МСБО 16 «Основні засоби» . В даному стандарті основні засоби визначені як матеріальні об'єкти, що їх:

а) утримують для використання у виробництві або постачанні товарів чи наданні послуг для надання в оренду або для адміністративних цілей;

б) використовуватимуть, за очікуванням, протягом більше одного періоду [3].

У зарубіжних країнах поняття «основні засоби» ототожнюють із поняттям «необоротні активи», яке може позначатися різними термінами: «постійні активи», «власність», «споруди й обладнання», «матеріальні активи» тощо. Так, у Швейцарії необоротні активи в активі балансу об'єднані в одну групу – основні засоби, у Німеччині – основний капітал та фінансові активи; у країнах англо-американської групи – це довгострокові активи, що об'єднують у собі основні засоби або власність; в Естонії – основний (основні засоби), моральний (нематеріальні активи) та ресурсний капітал (природні багатства) [1].

У країнах Європи об'єкт основних засобів при первісному визнанні може оцінюватися за історичною собівартістю, справедливою або залишковою вартістю залежно від способу надходження.

Під первісною (історичною) вартістю розуміють суму сплачених (або таких, що підлягають сплаті) коштів чи їх еквівалентів або справедливу вартість іншого відшкодування, переданого за той чи інший актив на дату його придбання.

Як свідчить практика оцінки та обліку, у більшості європейських країн в основу первісної облікової ціни при уведенні в дію основних засобів покладено фактичні витрати на придбання, будівництво, уключаючи транспортування, монтаж й інші витрати з їх доведення до експлуатаційного стану. Тільки в Нідерландах і Великобританії дозволено ставити на облік такі активи за ринковою ціною, дооцінювати чи уцінювати їхню вартість у момент придбання. Законодавство Бельгії вимагає включати до балансу нововведені об'єкти за нижчим значенням показників первісної чи ринкової вартості [2].

Що стосується амортизації основних засобів, то в міжнародному обліку використовуються такі методи нарахування амортизації: прямолінійне списання, зменшення залишку, метод суми одиниць продукції. В обліку Польщі амортизація нараховується за певною схемою з використанням терміну та коефіцієн-

нтів для конкретних груп основних засобів. У Бельгії використовують прямолінійний, або принцип зниження відрахувань, у Великобританії – норму податкового законодавства, у Греції – норму податкового законодавства, у Данії та Франції – прямолінійний, у Німеччині – лінійний та зменшення залишкової вартості [1].

На закінчення важливо відзначити, що більшість європейських країн намагаються зблизити правила ведення обліку і тим самим привести до єдиного знаменника - стандарти бухгалтерської звітності.

Список використаних джерел

1. Гавриловський О. С., Сташенко Ю. В. Поняття «необоротні активи» в обліковій практиці. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 19. С. 498–502. URL:http://global-national.in.ua/archive/19-2017/96.pdf (дата звернення 31.03.2020 р.).

2. Єлісєєва О. К., Яресько А. М. Методи оцінки основних засобів в умовах законодавчих змін: вітчизняний та зарубіжний досвід. Економічний форум. 2017. № 1. С. 223-230. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2017_1_35 (дата звернення 31.03.2020 р.).

3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16«Основні засоби» / Міжнародний документ від 01.01.2012. URL:http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_014 (дата звернення 31.03.2020 р.).

4. Мельник Н. Характеристика сучасного рівня впровадження МСФЗ в світі. Бухгалтерський облік і аудит. 2014. № 3. С. 25-30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/boau_2014_3_6 (дата звернення 31.03.2020 р.)

5. Орел О.О. Вплив світових моделей на розвиток національних систем бухгалтерського обліку і фінансової звітності в Україні. 2016. URL: https://www.sworld.com.ua/konfer42/71.pdf (дата звернення 31.03.2020 р.).

6. Пилипенко К. А. Міжнародні системи та моделі бухгалтерського обліку : ознаки та характеристики. *Інноваційні технології та актуальні питання післязбиральної доробки плодоовочевої продукції як важіль підвищення економічної ефективності* : матер. Міжнародної науково-практичної конференції (м. Херсон, 14-15 березня 2019 р.). Херсон: ДВНЗ «ХДАУ», 2019р. С. 143-146. URL: http://www.ksau.kherson.ua/files/konferencii/%D0%86%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%96%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97%20222%20%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D1%8C.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ПРИ ЗАСТОСУВАННІ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ

Гарбуз А.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультет обліку та фінансів

Науковий керівник – Черненко К.В.,
кандидат економічних наук

Даючи визначення сутності грошових коштів слід звернути увагу на те, що в економічній літературі виділяють поняття «гроші» як загальноекономічну категорію і «грошові кошти» як суто бухгалтерську категорію. К. Маркс визначає гроші як специфічний товарний вид, з натуральною формою якого суспільно зростається еквівалентна форма, стає грошовим товаром, або функціонує як гроші [1].

На сьогоднішній день облік грошових коштів займає одне з центральних місць у системі бухгалтерського обліку. Оскільки зараз підприємства в основному застосовують комп'ютерні технології в своїй діяльності, тому облік грошових коштів в програмах є також досить важливим та актуальним питанням.

Грошові кошти необхідні підприємству для здійснення розрахунків між постачальниками та підрядниками, для здійснення платежів до бюджету, розрахунків з кредитними установами, для видачі працівникам зарплати, премій і для здійснення інших видів виплат. Метою бухгалтерського обліку грошових коштів є контроль за дотриманням касової і розрахункової дисципліни, правильність та ефективність використання грошових коштів і кредитів, забезпечення збереження грошової готівки і документів в касі. Бухгалтерський облік грошових коштів має важливе значення для правильної організації грошового обігу, організацію розрахунків і кредитування на виробництві.

Сучасне програмне забезпечення будується відповідно до вимог, принципів і методів ведення обліку, облікового забезпечення, виходячи із можливостей сучасної техніки. Вітчизняні програмні продукти, призначені для обліку на малих підприємствах, повинні відповідати основним функціональним обліковим вимогам, мати можливість проводити облікову, аналітичну, контролюючу роботу, враховуючи національні специфічні риси підприємств (галузь діяльності, розмір і форму власності підприємства). Саме ці моменти мають якісно характеризувати програмний продукт автоматизації інформаційної бази контролінгу підприємства. Тому можливості бухгалтерських програм можуть слугувати критерієм для їх якісного оцінювання й вибору для застосування малими підприємствами. До цих критеріїв потрібно віднести можливість програмного забезпечення – інформаційної бази:

1) вести синтетичний та аналітичний облік активів, капіталу, зобов'язань з елементами управлінського обліку;

2) формувати фінансову, податкову, статистичну звітність;

3) надавати іншу довідкову інформацію для потреб ведення господарської діяльності;

4) на базі даних можливостей проводити автоматизований аналіз-прогноз і контроль за діяльністю підприємства.

Вивчення програмних продуктів щодо автоматизації обліку дав змогу виокремити чотири їхні групи:

– міні-бухгалтерії – програми автоматизації стандартних бухгалтерських задач, які застосовуються в основному на малих підприємствах, де для ведення обліку достатньо одного, двох працівників;

– комплексні системи бухгалтерського обліку – це набір функціональних автоматизованих робочих місць, що працюють на централізовано збереженій базі даних у мережі, мають галузеву орієнтацію;

– інтегровані системи й бухгалтерські комплекси, які формують інформацію, на базі якої можна одночасно вирішувати задачі як традиційного бухгалтерського, так і управлінського обліку та застосовуються на підприємствах малого і середнього бізнесу, де для ведення обліку достатньо від двох до десяти чоловік;

– корпоративні інформаційні системи, під якими розуміють автоматизовані системи управління великими підприємствами, що мають складну організаційно виробничу структуру й дають можливість вирішувати завдання як фінансового, управлінського обліку, так і планування, контролю, аналізу, кадрів, автоматизованих системи управління технологічними процесами, мережевих і телекомунікаційних комплексів передавання інформації, Internet-технології з метою забезпечення менеджерів підприємств комплексною й достатньою інформацією для прийняття рішень [2].

На мою думку, в даний час найефективніше використовується програмний продукт «1С: Підприємство», але майбутнє за SAP системами, бо вони мають можливість забезпечити найповніший спектр для ведення обліку на підприємстві. Тільки за умови вибору можна максимізувати ефективність та ведення облікової діяльності, що є необхідним кроком на шляху до розвитку й процвітання підприємства.

Список використаних джерел

1. Єрмолаєва М. В., Черненко К. В., Гафіяк А. М. Облік грошових коштів та застосування інформаційних облікових технологій. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка.* 2018. № 191. С. 215-222.

2. Муравський В. В Документування в умовах повної автоматизації обліку. *Бухгалтерський облік і аудит.* 2008. № 5. С. 48-52.

ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Гарбуз А. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Ходаківська Л. О.,
кандидат економічних наук, доцент

Одна з важливих проблем, що стоїть перед системою управління будь-якого підприємства, є створення в ньому дієвої системи управління його майном. Ефективність такої системи повною мірою визначається якістю інформації, що використовується для управління. Тому одним з найважливіших завдань, що має ставитися при побудові системи ефективного та раціонального використання майна підприємств, є формування в ньому достовірної інформації про рівень забезпеченості та ефективності використання основних засобів.

Внутрішньогосподарський контроль є основним джерелом інформаційного забезпечення управління підприємством, який розробляється власником, та спрямований на забезпечення дотримання законності й економічної доцільності здійснення операцій, збереження майна, попередження, виявлення і виправлення суттєвих помилок та викривлень інформації, належне формування облікових даних та фінансової звітності.

В умовах сьогодення внутрішньогосподарський контроль повинен бути присутнім на всіх рівнях управління, здійснюватися безперервно та охоплювати всі організаційні структури підприємства. Оскільки, основні засоби мають значну частку в загальній сумі активів підприємства, є одними із найважливіших об’єктів фінансового обліку, тому потрібно встановити контроль за їхнім рухом, організацією синтетичного й аналітичного обліків, визначенням зносу (амортизації), проведенням ремонту, модернізацією, оновленням застарілих і технічно недосконалих об’єктів.

Ефективність контролю господарської діяльності, зокрема, операцій щодо використання основних засобів, залежить від раціональної його організації. Для забезпечення ефективності функціонування системи контролю призначені її базові елементи. Основними елементами контролю операцій із використання основних засобів є: об’єкти контролю; суб’єкти контролю; інформаційні джерела контролю; прийоми та методи контролю [1, с. 28-29].

Під час контролю контролер перевіряє таку інформацію: договори купівлі-продажу об’єктів основних засобів; акти приймання-передачі (внутрішнього переміщення) основних засобів; акти списання основних засобів; інвентарні картки обліку основних засобів; розрахунки нарахування амортизації. Розрахунок амортизації основних засобів (крім інших необоротних матеріальних активів) застосовується для визначення суми амортизації об’єктів основних засобів із зазначенням періоду, за який нараховується амортизація; у

ньому фіксують бухгалтерську амортизацію. Оскільки, амортизацію нараховують щомісячно, то і розрахунок амортизації складають щомісячно – останнього числа місяця та інші.

Ефективність внутрішньогосподарського контролю забезпечується завдяки поєднанню різних методів, способів і прийомів його здійснення. Під час здійснення внутрішньогосподарського контролю основних засобів суб'єктами контролю застосовуються три групи його методів і прийомів, а саме:

1) прийоми документального контролю;

2) прийоми фактичного контролю;

3) розрахунково-аналітичні методи контролю.

Контролерами здійснюється перевірка достовірності даних про основні засоби, що відображені у фінансовій звітності підприємства. На цьому етапі перевіряють дотримання принципів та якісних характеристик фінансової звітності при її складанні, значну увагу приділяють визначенню достовірності даних. До кола проблем, які негативно впливають на розвиток процесів удосконалення контролю основних засобів, можна віднести: похибки у інформативності первинних документів з обліку основних засобів; низький рівень інформаційного забезпечення управління матеріально-технічною базою, що представлено на підприємстві системою бухгалтерського обліку, аналізу, контролю; проблеми аналізу ефективності використання основних засобів і можливості її прогнозування тощо. Наявність даних проблем обумовлює створення ефективної системи внутрішньогосподарського контролю основних засобів, яка включає: аналіз основних засобів підприємства за минулий період; аналіз структури та стану основних засобів; контроль за формуванням амортизаційної політики підприємства; контроль за своєчасним оновленням основних засобів підприємства; контроль за використанням основних засобів підприємства; внутрішньогосподарський контроль використання основних засобів [2, с. 84]. На підприємствах необхідно застосовувати методичні прийоми внутрішньогосподарського контролю, а саме: інвентаризацію; вибіркові та суцільні спостереження; обстеження та тематичні перевірки; економічний аналіз та методи перевірки облікової документації (фактична та зустрічна перевірка, перевірка суті змісту операцій та інші).

Отже, в умовах сьогодення здійснення внутрішньогосподарського контролю є дуже важливим. Проте, керівництво підприємств дуже часто недооцінює роль внутрішньогосподарського контролю і тому нехтує ним. Це може бути зумовлено некомпетентністю представників управлінської ланки, економією на працівниках, які мають бути задіяні в контрольному процесі в ролі суб'єктів, та непридатністю результатів контролю внаслідок неналежної його організації.

Список використаних джерел

1. Лайко О. І. Вдосконалення обліку і аудиту основних засобів на підприємствах вітчизняної економіки. *Економіка та держава.* 2011. № 8. С. 28-34.

2. Черненко С. К. Природа основних фондів: монографія. Рівне, 2006. 120 с.

ОСОБЛИВОСТІ НАРАХУВАННЯ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

Гелей І. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Грибовська Ю. М.,
кандидат економічних наук, доцент

Відповідно до Закону України «Про оплату праці» розмір заробітної плати працівника за повністю виконану місячну (годинну) норму праці не може бути нижчим за розмір мінімальної заробітної плати. Під час обчислення розміру заробітної плати працівника для забезпечення її мінімального розміру не враховуються доплати за роботу в несприятливих умовах праці та підвищеного ризику для здоров'я, за роботу в нічний та надурочний час, роз'їзний характер робіт, премії до святкових і ювілейних дат [2].

Мінімальна заробітна плата – це встановлений законом мінімальний розмір оплати праці за виконану працівником місячну (годинну) норму праці.

Від мінімальної заробітної плати залежить мінімальний страховий внесок, сума якого визначається розрахунково як добуток мінімального розміру заробітної плати (4723 грн) на розмір внеску, встановлений законом на місяць, за який нараховується заробітна плата (дохід), та підлягає сплаті щомісяця [1]. Мінімальний страховий внесок становить 1039,06 грн, (4723 грн х 22 %).

Нарахування єдиного внеску не може бути меншим від мінімального внеску (1039,06 грн.) для працівника, що працює на постійному місці роботи, якщо навіть він працює неповний робочий час.

Приклад 1. Бухгалтер Вільхова О. В. працює на півставки за основним місцем роботи, посадовий оклад – 5765,28 грн, у бухгалтерії є заява на отримання податкової соціальної пільги. За січень за відпрацьований час нараховано заробітну плату – 2882,64 грн.

Бухгалтерські записи з обліку нарахування та оподаткування заробітної плати наведено у табл. 1.

Із заробітної плати утримано: ПДФО – 329,70 грн [(2882,64 грн – 1051 грн) х 18 %)], військовий збір – 43,24 грн (2882,64 грн х 1,5 %).

Нараховано єдиний внесок на нараховану заробітну плату – 634,18 грн (2882,64 грн х 22 %).

Таблиця 1

Кореспонденція рахунків з обліку нарахування та оподаткування заробітної плати Вільхової О. В.

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		
	дебет	кредит	сума, грн
Нараховано заробітну плату	92	661	2882,64
Утримано податок на доходи фізичних осіб (18 %)	661	641	329,70
Утримано військовий збір (1,5 %)	661	642	43,24
Нараховано єдиний внесок (22 %)	92	651	634,18
Донараховано єдиний внесок до мінімального платежу	92	651	404,88
Виплачено на картковий рахунок працівниці заробітну плату	661	311	2509,70

Донараховано єдиний внесок до мінімального платежу, виходячи із мінімальної заробітної плати – 404,88 грн [(4723 грн – 2882,64 грн) х 22 %].

Приклад 2. Завідуючій виробничим цехом Петровій О. М. за січень 2020 р. нараховано заробітну плату в сумі 5850 грн. У бухгалтерії є заява на отримання податкової соціальної пільги як матері, що має двох дітей до 18 років. До бухгалтерії подано всі документи, що підтверджують право на отримання пільги.

Бухгалтерські записи з обліку нарахування та оподаткування заробітної плати наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Кореспонденція рахунків з обліку нарахування та оподаткування заробітної плати Петрової О. М.

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		
	дебет	кредит	сума, грн
Нараховано заробітну плату	91	661	5850,00
Утримано податок на доходи фізичних осіб (18 %)	661	641	674,64
Утримано військовий збір (1,5 %)	661	642	87,75
Нараховано єдиний внесок (22 %)	91	651	1287,00
Виплачено на картковий рахунок працівниці заробітну плату	661	311	5087,61

Граничний розмір заробітної плати, що дає право на пільгу – 5880 грн [(2940 грн х 2 (число дітей)]. Оскільки заробітна плата працівниці не перевищує названої суми, їй надається пільга.

Утримано податок на доходи фізичних осіб з урахуванням пільги становитиме 674,64 грн: (5850 грн – (1051 грн х 2) х 18 %);

утримано військовий збір (1,5 %) – 87,75 грн: (5850 грн х 1,5 %);

нараховано суму єдиного внеску (22 %) – 1287 грн: (5850 грн х 22 %).

Отже, якщо нарахована заробітна плата працівника, який виконав місячну норму праці, є нижчою за законодавчо встановлений розмір мінімальної заробітної плати, роботодавець проводить доплату до рівня мінімальної за-

робітної плати, яка виплачується щомісячно одночасно з виплатою заробітної плати.

Список використаних джерел

1. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України № 2464-VI від 08 липня 2010 р. *Верховна Рада України*. URL: http://www.rada.gov.ua (дата звернення 28.03.2020).

2. Про оплату праці: Закон України № 108/95-ВР від 24 березня 1995 р. *Верховна Рада України*. URL: http://www.rada.gov.ua (дата звернення 28.03.2020).

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

Гусаренко Н. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Пилипенко К.А.,
доктор економічних наук, доцент

В наш час всі сучасні підприємства, що провадять господарську діяльність можуть вести облік як за Національними так і за Міжнародними стандартами бухгалтерського обліку. Основні засоби є важливим елементом, що забезпечує функціонування діяльності будь-якого підприємства. В більшості підприємств, основні засоби, займають значну частку в активах підприємства. Основні засоби є матеріально-технічною базою підприємства. Від них залежить виробнича потужність. Раціональне використання основних засобів сприяє покращенню техніко-економічних показників роботи підприємства.

Стан і вартість основних засобів цікавить як керівництво, так й інших користувачів, так як достовірна оцінка об'єктів основних засобів дає змогу робити висновки про фінансовий стан та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Тому, користувачі мають бути забезпечені повною, правдивою та неупередженою інформацією щодо обліку основних засобів.

В наш час існує дуже багато проблем обліку основних засобів на підприємствах, що викликає достатній інтерес науковців та практиків. Облік та аудит основних засобів згідно з Міжнародними стандартами розглядалися в наукових працях вітчизняних учених: В. П. Пантелєєва, К.А. Пилипенко, О. А. Петрик, Б. Ф. Усача, А. П. Крюкова та ін.

Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку набувають все більшого поширення в Україні. Із сучасними змінами в економіці виникає необхідність їх застосування в національній практиці. Сьогодні в Україні все більш актуальним

стає розуміння норм міжнародних стандартів і застосування їх в обліковій політиці вітчизняних підприємств.

В міжнародній практиці нормативне регулювання обліку довгострокових активів регламентується: МСБО 16 «Основні засоби» (земля, основні засоби, природні ресурси); МСБО 38 «Нематеріальні активи» (нематеріальні активи); МСБО 36 «Зменшення корисності активів»; МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» [1, 4, 5, 6].

Облік основних засобів з часом ускладнюється, а ряд проблем негативно впливає на процес управління виробництвом, знижуючи ефективність їх використання. До кола проблем можна віднести: різні підходи до термінології та визначення сутності основних засобів та до принципів їх оцінки; проблема вдосконалення системи нарахування амортизації; проблеми аналізу ефективності використання.

Національний бухгалтерський облік основних засобів ведеться згідно П(С)БО 7 [2], а облік по міжнародним стандартам – на основі МСБО 16 [1]. Національні стандарти бухгалтерського обліку розроблялися з урахуванням міжнародних, саме тому П(С)БО щодо обліку основних засобів має ряд спільних моментів з МСБО. Як у П(С)БО 7, так і у МСБО 16 визначено поняття основних засобів. Основні засоби – це матеріальні активи, які призначені для використання у процесі виробництва протягом тривалого періоду.

Відносно сфери застосування МСБО 16 не користуються: виробники сільськогосподарської продукції; товарні брокери-трейдери, які вимірюють свої запаси за справедливою вартістю за вирахуванням витрат на їх продаж. Отже, в МСБО 16 виявлено більше обмежень щодо обліку основних засобів.

Стосовно методів оцінки основних засобів також існує проблемне питання. В національній практиці найбільш популярним способом оцінки є відображення основних засобів за первісною вартістю. Але використання первісної вартості може призвести до негативних наслідків. Навіть за умов незмінних цін, потенціал основних засобів не є незмінним, оскільки строк їх служби скорочується, вони стають морально застарілими. Основні засоби, які придбані в різний час, але мають однакові характеристики, матимуть різну вартість. А проведення постійних переоцінок збільшує витрати підприємства, що і впливає на його фінансовий результат.

Також проблема полягає в тому, що використання поняття «справедлива вартість» не є доречним, оскільки ринкові ціни не можна назвати справедливими.

Також у жодному Законі України немає чітко обгрунованого визначення вихідної оцінки основних засобів, що має бути досить важливим [3].

Отже, проаналізувавши підходи ведення обліку у міжнародній практиці, можна зробити висновок. У процесі дослідження встановлено необхідність правильного обліку основних засобів згідно з Міжнародними стандартами, що є важливим для зовнішніх користувачів фінансової звітності. П(С)БО 7 та МСБО 16 мають наявні істотні розбіжності. Удосконалення нормативної бази бухгалтерського обліку основних засобів дозволять гармонізувати вітчизняний облік з

міжнародними стандартами та зменшити проблемні питання обліку основних засобів. Зазначені нормативні документи в МСБО 16 містять повну і точну характеристику основних засобів щодо їх вартості, амортизації, вибуття, ліквідації, переоцінки, ремонту, ефективності їх використання та позитивний досвід багатьох країн. Ведення обліку за міжнародними стандартами полегшило роботу бухгалтерів, підприємства яких мають справу з іноземними партнерами, і покращило імідж країни.

Список використаних джерел

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» URL : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_014.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» URL : http:// www.rada.gov.ua.
3. Попович В. І. Облік основних засобів: порівняльний аналіз МСБО та П(с)БО / *Національний університет "Львівська політехніка"* № 721. 2012. - 216-219 с.
4. МСБО 36 «Зменшення корисності активів» станом на 01.01.2020 р. URL:http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_047.
5. МСБО 38 «Нематеріальні активи» станом на 01.01.2020 р. : URL:http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050.
6. МСФЗ 3 «Об'єднання бізнесу» від 01.01.2020 р. URL:http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_006.

ВІДОБРАЖЕННЯ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ У ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Демочко Ж. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Прийдак Т. Б.,
кандидат економічних наук

Важливим елементом будь-якого підприємства, за допомогою якого відображено взаємозв'язок трудових та інших показників господарської діяльності, є оплата праці. В процесі ведення бухгалтерського обліку підприємство постійно фіксує факти здійснення господарських операцій пов'язаних зі станом розрахунків з оплати праці працівникам, які базуються на документуванні та складанні звітності.

Всі форми звітності, що містять інформацію стосовно обліку розрахунків за виплатами працівникам можна поділити на три групи: фінансова звітність, податкова звітність, статистична звітність (рис. 1).

Рис. 1. Інформація щодо оплати праці у фінансові, податковій та статистичній звітності [2]

Фінансова звітність суб'єктів господарювання являє собою систему узагальнених показників, які характеризують підсумки виробничої та фінансово-господарської діяльності підприємства, що здійснюється шляхом складання звітності за звітний період (місяць, квартал, рік) [5]. Заборгованість працівників підприємству (за позиками, авансами, іншими розрахунками) відображається в активі балансу, заборгованість за виплатами працівникам є одним із джерел утворення господарських засобів і відображається в пасиві Балансу (табл. 1).

Таблиця 1

Відображення даних у фінансовій звітності стану розрахунків по операціях з оплати праці

Назва об'єкта	Номер рахунку	Код рядка
«Баланс (Звіт про фінансовий стан)»		
Поточна кредиторська заборгованість за: розрахунками з бюджетом	64	1620
розрахунками зі страхування (в частині розрахунку з ЄСВ)	65	1625
розрахунками з оплати праці	66	1630
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)		
Витрати з оплати праці	23, 91, 92, 93, 94	2050, 2130, 2150, 2180, 2505
Відрахування на соціальні заходи	23, 91, 92, 93, 94	2130, 2150, 2180, 2510

Як елемент витрат розрахунки з оплати праці відображаються у Звіті про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід). Як об'єкт оподаткування подат-

ком із доходів фізичних осіб заробітна плата відображається у Податковому розрахунку сум доходу, нарахованого на користь фізичних осіб і утриманого з них податку, а як база нарахування єдиного соціального внеску – у Звіті про суми нарахованої заробітної плати (доходу, грошового забезпечення, допомоги, компенсації) застрахованих осіб та суми нарахованого єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування до органів доходів і зборів [1].

Список використаних джерел

1. Воськало Н. М., Воськало В. І. Теоретичні та методологічні основи розрахунків за виплатами працівникам. *Східна європа: економіка, бізнес та управління.* Випуск 2 (13). 2018. С. 239 – 244.

2. Калягіна О. М., Дубініна М. В. Нормативно-правове регулювання та забезпечення обліку розрахунків з оплати праці на сільськогосподарських підприємствах. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 15. Частина 1. 2015. С. 149 - 152.

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України № 73 від 7 лютого 2013 р. *Верховна Рада України*. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/site2/p_bills_stand_laws.

4. Обмок О. Г. Відображення виплат працівникам у фінансовій звітності державного сектору. *Економічні науки*. Серія : Облік і фінанси . – 2014. – Вип. 11 (2). – С. 243 -248.

5. Польова Т. В., Дружина А. В. Фінансова звітність як елемент системи управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7458 (дата звернення: 04.04.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.11.89.

ОРГАНІЗАЦІЯ ДОКУМЕНТУВАННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ

Дорошенко Ю. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Пилипенко К.А.,
доктор економічних наук, доцент

В умовах нестабільної ринкової економіки ризик несплати або несвоєчасної оплати рахунків збільшується, що призводить до виникнення дебіторської заборгованості. Документація виконує роль імпульсу, що дає початок руху облікової інформації. Вона забезпечує бухгалтерському обліку безперервне відображення господарської діяльності підприємства. За допомогою документації контролюється правильність здійснення операцій, ведеться поточний аналіз ви-

конаної роботи.

Організація обліку розрахунків з покупцями і замовниками повинна забезпечити: - своєчасну перевірку розрахунків з покупцями і замовниками; - попередження прострочення дебіторської заборгованості.

Первинні документи - це основа обліку. Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» первинний документ - це документ, який містить відомості про господарську операцію [3]. Первинні документи створюються як у письмовій, так і в електронній формі. Юридичну силу електронний документ матиме лише за наявності електронного цифрового підпису.

Своєчасний оперативний та безперервний контроль за суворим виконанням договірних зобов'язань з постачальниками та покупцями вирішується за умови використання автоматизованих комп'ютерних систем, які на якісно більш високому рівні формують результатну інформацію. Автоматизовані системи забезпечують встановлення більш тісних планомірних взаємозв'язків з постачальниками сировини і матеріалів та покупцями. Тому, виникає необхідність у поліпшення роботи в обліку дебіторської заборгованості за допомогою автоматизованих систем обліку.

Для організації обліку розрахунків із дебіторами важливим методичним прийомом є визначення контрагента дебітором. Згідно з П(С)БО 10, контрагент визнається дебітором після здійснення господарської операції, внаслідок якої утворилася дебіторська заборгованість [3].

Для здійснення поставки товарів чи надання послуг необхідне укладання прямого договору між постачальником та покупцем. Договір - домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків [5, с. 164]. Договір купівлі-продажу - це найбільш розповсюджений вид договорів, за яким продавець зобов'язується передати майно покупцеві, а покупець зобов'язується прийняти майно та сплатити за нього визначену суму.

Рахунок-фактура - документ, який видається покупцеві продавцем та підтверджує фактичне відвантаження товарів та їх ціну. Використовується лише для податкового обліку податку на додану вартість. Такий документ подає аргумент для приймання покупцем висунутих продавцем сум ПДВ до відрахування.

Рахунок - це документ, що виписується на підставі договору купівлі-продажу товарів бухгалтером. В рахунку зазначається сума, яку повинен перерахувати платник на розрахунковий рахунок чи сплатити до каси постачальника. Прописується в документі найменування товару, одиниця виміру, кількість, ціна за одиницю, загальна сума. Вносяться реквізити, потрібні для перерахування коштів на рахунок постачальника.

Спеціальним документом, що складається в період здачі виконаних робіт чи наданих послуг між замовником і виконавцем є Акт прийнятих робіт та наданих послуг. В ньому вказані надані послуги та закінчені роботи із фіксуван-

ням періоду виконання та вартості.

Акту прийнятих робіт та наданих послуг присвоюється номер, зазначається дата завершення робіт, повне найменування замовника та виконавця, їхні реквізити, вказуються виконані роботи та вартість. Документ підлягає обов'язковому підписанню обома сторонами та встановленні на ньому печаток, що засвідчують законність операції.

ТТН виписується у чотирьох примірниках: перший - зостається у вантажовідправника для списання ТМЦ; другий - з підписами та печаткою вантажовідправника лишається у водія, а після поставки вантажу віддається вантажоотримувачу; третій - з підписом та печаткою вантажоотримувача є підставою для розрахунків; четвертий - підписаний вантажоотримувачем і з його печаткою прикладається до подорожнього листа водія і враховується при нарахуванні йому заробітної плати.

Отже, для якісного і своєчасного документального оформлення розрахунків з покупцями та замовниками необхідно:

— особам, відповідальним за складання первинних документів, потрібно бути уважними і перевіряти сформовані документи;

— автоматизувати облік з метою заощадження часу, усунення можливих помилок, що допомогло б своєчасно і правильно приймати рішення;

— створити графік документообігу для швидкої та чіткої обробки і передачі документів;

— складати в момент здійснення господарської операції або після її завершення первинний документ з усіма необхідними підписами.

Документальне оформлення розрахунків з покупцями та замовниками сприяє подальшому прогнозуванню та управлінню діяльністю підприємства, але за наявності правильно та у встановлені строки оформлених первинних документів.

Список використаних джерел

1. Івахненков С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту: навч. посіб. 3-є вид, випр. І доп. К.: Знання, 2006. 350 с.

2. Клименко О.В. Інформаційні системи і технології в обліку: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2008. 320 с.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» : Наказ Міністерства фінансів України № 237 від 08 жовт. 1999 р. URL: http://www.rada.gov.ua.

4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.99 № 996-ХІУ. *Все про бухгалтерський облік*. 2015. № 65.

5. Цивільний кодекс України : чинне законодавство зі змінами та доповненнями / уклад. А. В. Паливода. К.: Алерта, 2017. 322 с.

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК В БАНКАХ

Драновська О.І.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Нездойминога О. Є.,
кандидат економічних наук

Управлінський облік в банківських установах – це процес визначення, виміру, накопичення, аналізу, підготовки та передачі інформації фінансового і не фінансового характеру про діяльність банку в цілому та його підрозділів у формі, визначеній керівництвом, для внутрішніх користувачів з метою планування, оцінки, прийняття на різних рівнях управління банком управлінських та економічних рішень щодо управління ризиками, підвищення рентабельності, контролю за використанням ресурсів, управління активами і зобов'язаннями та розробки стратегії банку [1, с. 63].

Об'єктами управлінського обліку та звітності є банк у цілому та його структурні підрозділи (у т. ч. відділення), ЦФВ (у першу чергу, бізнес-напрямки), підрозділи, банківські продукти та послуги, клієнти та інші аспекти діяльності, визначені керівництвом Банку.

В основі визначення результатів діяльності кожного об'єкту управлінського обліку та звітності покладено принцип повного та економічно обґрунтованого розподілу усіх доходів та витрат. Одним із головних компонентів вищевказаного розподілу є трансфертне ціноутворення, яке визначає ефективність діяльності підрозділів, бізнес-напрямків, клієнтів, банківських продуктів відповідно до внутрішнього умовного обігу ресурсів (умовні доходи і витрати).

При цьому, визначення результатів діяльності з використанням трансфертних цін є незакінченою системою фінансової оцінки. Для повної фінансової оцінки діяльності банку здійснюється розподіл усіх доходів та витрат (прямих, непрямих та трансфертних (умовних).

Прямі витрати - це витрати, які можуть бути однозначно розподілені між об'єктами управлінського обліку (у першу чергу, ЦФВ) на підставі об'єктивних критеріїв. Такі витрати повинні бути розподілені в момент відображення в обліку, зокрема в підсистемах, кожної фінансової операції. У контексті цього Положення, непрямі витрати - це, наприклад, витрати одного ЦФВ, що здійснені для інших ЦФВ, розподіл яких здійснюється на підставі визначених банком правил і умовних припущень (економічно обґрунтованих коефіцієнтів).

Ведення управлінського обліку на основі бухгалтерського означає не їх суміщення, а отримання інформації, необхідної для управлінського обліку, із системи бухгалтерського обліку.

Облікова інформація задовольняє інтереси її користувачів у процесі прийняття рішень щодо діяльності банку та взаємовідносин з ним.

Внутрішніми користувачами банківської інформації є:

- Спостережна Рада та Правління Банку,
- його акціонери,
- відповідні уповноважені працівники,
- служба внутрішнього аудиту.

Важливого значення в організації управлінського обліку в банках набуває процес формування управлінської звітності, що потребує більш докладної інформації, ніж та, що подається у фінансовій звітності згідно з нормативно-правовими актами Національного банку України. У банку може виникнути потреба в розширенні внутрішнього плану рахунків із метою деталізації обліку доходів і витрат, резервів, активів та зобов'язань за об'єктами управління. Ефективна система управлінської звітності забезпечує доступність керівників усіх рівнів до даних, потрібних для прийняття рішення в оптимальний строк [2].

Слід зазначити, що банківську діяльність супроводжують ціла низка ризиків, що вимагає від системи управлінського обліку бути аналітичною, об'єктивною, єдиною, гнучкою, оперативною та раціональною.

Система управлінського обліку банку містить, як правило, такі елементи (рис. 1).

Рис. 1. Елементи управлінського обліку банківських установ

Визначені елементи управлінського обліку у взаємозв'язку забезпечать прийняття своєчасних управлінських рішень та ефективне формування стратегії розвитку банку.

Список використаних джерел

1. Баликів В. Ю. Контролінг і управлінський облік у комерційному банку. Київ, 2011. 324 с.

2. Семенчук Л. І., Беніна М. О. Управлінський облік у комерційних банках. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2016. Вип. 7. Ч. 3. С. 75-78.

ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

Зєвакова А. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів,

Науковий керівник – Яловега Л. В.,
кандидат економічних наук

Для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства використовують запаси, що є найбільш важливою й значною частиною оборотних активів підприємства. Більше того, запаси займають важливе місце у складі майна підприємства, а й зокрема у структурі витрат, оскільки вони є основною складовою у формуванні собівартості готової продукції.

В економічній літературі існує багато різних понять, пов'язаних із виробничими запасами, проте, слід врахувати, що кожна з них має самостійне змістове навантаження та власне тлумачення. За трактуванням таких вчених як Ю. В. Гончаров і І. В. Кравченко, запаси виділяють як матеріальні ресурси, необхідні для забезпечення розширеного відтворення, обслуговування сфери нематеріального виробництва та задоволення потреб населення, які зберігаються на складах або в інших місцях із метою їх подальшого використання [2]. Найбільш оптимальним, на нашу думку, є визначення виробничих запасів, запропоноване Ф. Ф. Бутинцем. Під виробничими запасами він розуміє активи, що використовуються для подальшого продажу, споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством [1].

Не можна ігнорувати існування терміну «запаси», який згідно з П(С)БО 9 «Запаси» об'єднує основні складові оборотних матеріальних активів. Використання цього терміну викликає певні протиріччя, які пов'язані з його тлумаченням у економічний літературі. Так, більшість авторів під терміном «запаси» розуміють резерв матеріальних ресурсів, що не використовуються в поточній діяльності підприємства і призначені для забезпечення безперервності процесу виробництва, зберігання на випадок необхідності [3].

Умовами визнання запасів активами є: підприємству перейшли ризики й вигоди, пов'язані з правом власності або з правом повного господарського відання (оперативного управління) на придбані (отримані) запаси; підприємство здійснює управління та контроль за запасами; існує імовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з їх використанням; вартість запасів може бути достовірно визначена.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації щодо запасів і розкриття її у фінансовій звітності визначає П(С)БО 9 «Запаси», № 246 від 20.10.1999 р. [3]. Оцінка запасів відіграє значну роль при формуванні облікової політики підприємства. Завдяки дії принципу безперервності оцінка виробничих запасів підприємства здійснюється, виходячи з припущення, що

його діяльність триватиме й надалі.

Оцінка виробничих запасів на підприємстві, враховуючи вимоги П(С)БО 9 «Запаси», здійснюється на трьох етапах їх руху: при надходженні запасів; при вибутті запасів; на дату складання балансу. Аналіз застосування різних методів оцінки запасів свідчить, що при кожному з них можна одержати різні суми відхилення первісної вартості виробничих запасів при їх надходженні від оцінки, за якою вони списуються на виробництво. Це призводить до того, що застосування різних методів оцінки матеріалів дає різне визначення собівартості витрачених на виробництво виробничих запасів.

Оцінка виробничих запасів при їх надходженні передбачає, що основою достовірності визначення вартості виробничих запасів є вартість їх придбання або собівартість. Первісна вартість виробничих запасів визначається від способу їх надходження на підприємство. Виробничі запаси можуть надходити на підприємство у результаті: придбання за грошові кошти та їх еквіваленти; виготовлення; передачі засновниками (учасниками) підприємства в якості внеску до статутного капіталу; безповоротної передачі; обміну та інші запаси.

Придбані або виготовлені виробничі запаси зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю. Первісна вартість запасів у бухгалтерському обліку не змінюється, крім випадків, передбачених П(С)БО 9 «Запаси» [3]. Наразі в умовах забезпечення ефективного функціонування суб'єктів господарювання, досягнення ними найточніших і найкращих фінансових результатів є вибір методів оцінки списання виробничих запасів.

Згідно з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» передбачено, що при відпуску виробничих запасів у виробництво, продажу та іншому вибутті оцінка їх здійснюється за одним із таких методів: ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів; середньозваженої собівартості; собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО); нормативних затрат; ціни продажу [3].

Отже, однією з найбільш важливих частин активів господарюючого суб'єкта є запаси, що відносяться до складу оборотних активів, і можуть бути перетворені на грошові кошти впродовж року або одного операційного циклу. Покращення результату господарської діяльності будь-якого підприємства можливе лише за умови оптимального вибору методу оцінки запасів, оскільки від цього залежить їх раціональне використання.

Список використаних джерел

1. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник [для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів] ; [6-те вид., перероб. і доп.]. Житомир : ПП «РУТА», 2005. 756 с.

2. Гончаров Ю. В., Кравченко І. В. Оцінка виробничих запасів: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Облік і фінанси АПК*. 2012. № 3. С. 77 – 80.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: Наказ Міністерства фінансів України № 246 від 20 жовтня 1999 р. URL: http://www.rada.gov.ua. (дата звернення 22.03.2020).

ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ

Змієвська А. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Ходаківська Л. О.,
кандидат економічних наук, доцент

Внутрішньогосподарський контроль є однією із функцій управління господарською діяльністю підприємства. Одним із його вирішальних завдань є надання інформації про діяльність підприємства для прийняття ефективних управлінських рішень, що можливе лише за раціональної його організації.

Наразі у ринкових умовах господарювання жодне підприємство не може обійтися без ефективної системи внутрішньогосподарського контролю, однією з важливих та складних ділянок якої є перевірка розрахунків з оплати праці. Одним із основних об'єктів бухгалтерського обліку є облік праці та заробітної плати, який є досить трудомістким і потребує особливої уваги та контролю.

Згідно Закону України «Про оплату праці» № 108/95-ВР від 24.03.1995 р., заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу [1]. Актуальність даної теми пояснюється тим, що оплата праці на підприємстві є однією з найбільш гострих проблем, а тому допущення найменшої помилки при бухгалтерських розрахунках неможливе і потребує удосконаленого контролю.

Організація внутрішньогосподарського контролю розрахунків з оплати праці є дуже відповідальною ділянкою, оскільки правильність його оцінок і прийняті на їх основі управлінські рішення впливають на результативність праці робітників, витрати підприємства та на формування й визначення обсягів доходу. Метою внутрішньогосподарського контролю з розрахунків з оплати праці є перевірка правильності відображення в системі бухгалтерського обліку та у фінансовій звітності підприємства інформації про розрахунки з оплати праці, а також про реальність сум заборгованостей, які числяться в бухгалтерському обліку на дату проведення перевірки [4].

Об'єктами внутрішньогосподарського контролю за розрахунками з оплати праці є стан бухгалтерського обліку та звітності за операціями з обліку заробітної плати, стан роботи з кадрами, використання фонду робочого часу та дотримання штатної й трудової організації підприємства [2].

Головна особливість внутрішньогосподарського контролю полягає в тому, що він проводиться працівниками підприємства, яке контролюється. Управлінський персонал та працівники бухгалтерської служби підприємства виконують згідно зі своїми посадовими інструкціями попередній, поточний та

наступний контроль.

На першій стадії визначається мета та завдання внутрішньогосподарського контролю за операціями з обліку оплати праці, встановлюються об'єкти контролю та джерела інформації для перевірки, обираються методичні прийоми тощо. На другій стадії здійснюється: обстеження розпорядчих документів; дослідження господарських операцій; перевірка первинних документів, облікових регістрів та фінансової звітності; інвентаризація розрахунків з працівниками щодо виплат тощо). На третій стадії проводиться аналіз і оцінка виявлених відхилень та їх вплив на господарську діяльність підприємства, розробляються заходи щодо усунення виявлених помилок та уникнення їх в майбутньому [3].

Під час контролю контролер перевіряє такі документи: колективний договір; накази (розпорядження) про прийняття, звільнення, переведення на іншу роботу; про надання відпустки; особові картки; штатний розпис; табель обліку використання робочого часу; наряди на виконання робіт; відомості виробітку продукції; листок обліку простоїв; відомості виходу продукції; розрахунково-платіжні відомості; довідки та розрахунки для нарахування виплат працівникам та інші.

Після відстеження нарахованої заробітної плати контролери перевіряють правильність проведених утримань із неї. Станом на 1 березня 2020 року встановлені такі утримання із заробітної плати:

– податок на доходи фізичних осіб складає 18 %;

– військовий збір складає 1,5 %;

– профспілковий внесок складає 1 % (за заявою працівника).

За даними перевірки інформація щодо виявлених порушень та відхилення щодо її достовірності розрахунків з оплати праці узагальнюється у звіті контролера про результати внутрішньогосподарського контролю, або доповідній записці. За результатами перевірки керівництво підприємства приймає рішення щодо усунення порушень і відхилень стосовно способу та строків виправлення помилок, порядку внесення змін до облікової політики та способу покарання винних осіб [4].

На підприємстві контроль розрахунків з оплати праці є важливим елементом внутрішньогосподарського контролю. Організований належним чином контроль дозволяє не лише виявляти та усувати проблеми, а й забезпечує передумови для недопущення їх у майбутньому. Дієвий контроль за використанням коштів на оплату праці дає можливість аналізувати результати праці, значно сприяє зростанню її продуктивності й зміцненню трудової дисципліни, дозволяє оперативно вносити корективи в обов'язки кожного з працівників.

Список використаних джерел

1. Про оплату праці: Закон України від 24 березня 1995 р. № 108/95-ВР / Верховна Рада України. URL: https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 23.03.2020).

2. Гамова О. В., Козачок І. А. Внутрішній контроль заробітної плати на підприємстві. *Інвестиції: практика та досвід.* 2017. № 2. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/2 _2017/8.pdf (дата звернення: 24.03.2020).

3. Гончар Л. В., Рубан А. Є. Організація внутрішньогосподарського контролю операцій з оплати праці та шляхи його удосконалення. *Економічні науки. Вісник ЖДТУ.* № 3(53). URL: http://ven.ztu.edu.ua/article/download/66734/62338 (дата звернення: 25.03.2020).

4. Ходаківська Л. О. Внутрішньогосподарський контроль розрахунків з оплати праці. *Економіка і суспільство*. 2018. № 17. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/17_ukr/99.pdf (дата звернення: 25.03.2020).

ОСОБЛИВОСТІ ЗВІТУВАННЯ ЗА ЄДИНИМ СОЦІАЛЬНИМ ВНЕСКОМ

Каленчук Ю. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Єрмолаєва М. В.,
кандидат економічних наук, доцент

В Україні для економічного та соціального захисту громадян створено систему державного соціального страхування Усі суб'єкти господарювання в Україні незалежно від форми власності повинні здійснювати нарахування внесків на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (далі – ЄСВ) на фонд оплати праці працівників.

Згідно з законом України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування», «єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – консолідований страховий внесок, збір якого здійснюється до системи загально-обов'язкового державного соціального страхування в обов'язковому порядку та на регулярній основі з метою забезпечення захисту у випадках, передбачених законодавством, прав застрахованих осіб на отримання страхових виплат (послуг) за діючими видами загальнообов'язкового державного соціального страхування» [1].

Роботодавці, які використовують працю найманих працівників на умовах трудового договору (контракту), договору ЦПХ або на інших умовах, зобов'язані формувати та подавати звіт з ЄСВ за своїх працівників, а також особи, які провадять незалежну професійну діяльність, теж формують та подають звіт самі за себе [2].

Звіт з ЄСВ не має однієї для всіх універсальної форми. Це цілий набір звітів, форми яких можна знайти в додатках до Порядку щодо формування та подання страхувальниками звіту щодо сум нарахованого. Подається лише той звіт, який треба. Виділяють, дві головні форми звіту з ЄСВ:

– форма № Д4 – «по зарплаті» (Додаток 4). Формує той хто має найманих працівників;

– форма № Д5 – «за себе» (Додаток 5). Формують тільки самозайняті особи (ФОП, члени фермерських господарств, особи, які провадять незалежну професійну діяльність) [3]. ФОП, які мають найманих працівників, подають обидва звіти.

Звіт з ЄСВ може подаватися як у електронній формі так і в паперовій.

«Загальні правила заповнення звіту з ЄСВ викладені в розділі ІІ Порядку № 435» [3].

Відмінністю між формами №4 та №5 є їх строки подання даної звітності. Приклад наведений в таблиці 1 на прикладі 2020 року.

«Якщо останній день строку подання звіту з ЄСВ потрапляє на вихідний, святковий чи неробочий день, то останній день подачі переноситься на перший робочий день» [1].

Таблиця 1

Терміни подачі звіту з ЄСВ 2020

Особливості	Звіт з ЄСВ за найманих працівників (форма №4)	Звіт з ЄСВ «за себе» (форма №5)	
		ФОП, члени фермерських господарств	Особи, які провадять незалежну професійну діяльність
звітний період	місяць	рік	
останній день подачі	до 20-го числа щомісяця	За 2019 рік – до 10.02.2020 включно За 2020 рік – до 09.02.2021 включно	За 2019 рік – до 30.04.2020 включно За 2020 рік – до 30.04.2021 включно

«Неподання чи несвоєчасне подання звіту з ЄСВ тягне за собою штраф у сумі 170 грн (1020 грн – повторне порушення протягом року). Якщо ж ще й був несплачений чи недоплачений ЄСВ, то штраф накладається у розмірі 20 % недоплаченої суми та нараховується пеня у розмірі 0,1% суми недоплати за кожний день прострочення платежу» [3].

Єдиний соціальний внесок став, безперечно, великим кроком у реформуванні системи загальнообов'язкового державного соціального страхування в Україні, проте потребує подальшого вдосконалення.

На сьогодні система державного соціального страхування активно реформується та оновлюється. Наприклад, з «1 січня 2021 року очікується, що звіт з ЄСВ буде об'єднаним зі звітністю по ПДФО. Відбудеться об'єднання звітності. Це стосується і підприємців, які знаходяться на єдиному податку, і підприємців, які на загальній системі. Їх декларації будуть включати дані про ЄСВ, а також з 1 січня 2021 року запрацює єдиний рахунок для сплати податків і ЄСВ» [3], що полегшить сплату.

Список використаних джерел

1. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 08.07.2010 р. № 2464-VI. *Відомості Верховної Ради України.* Дата оновлення: 18.03.2020. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17 (дата звернення: 26.03.2020).
2. Звіт з ЄСВ 2020. *Електронний журнал «Головбух»*. URL:https://www.golovbukh.ua/article/7536-zvt-z-sv-2019 (дата звернення: 26.03.2020).
3. Про затвердження Порядку формування та подання страхувальниками звіту щодо сум нарахованого єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: наказ Міністерства фінансів України від14.04.2015 р. № 435. Дата оновлення: 01.08.2018. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0460-15 (дата звернення: 26.03.2020).

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ ЗАСТОСУВАННЯ СУДОВО-БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ЕКСПЕРТИЗИ

Каленчук Ю.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Мац Т. П.,
кандидат економічних наук, доцент

Постійний процес розвитку та удосконалення економічних відносин в України, слугує поштовхом для безперервного розширення кола господарських операцій. Це, в свою чергу, призводить до збільшення кількості нормативно-правових актів, які є обов'язковими до виконання. Такий стан справ є причиною наявності досить великої кількості порушень та злочинів у сфері економіки.

Досить часто при виявленні серйозних порушень у бухгалтерському обліку, не обходиться без судового розгляду справ. Основним із методів, що застосовується у процесі розслідування або судового розгляду справ про розкрадання та привласнення майна, інші корисливі господарські злочини, є судово - бухгалтерська експертиза. За трактуванням Г. Г. Мумінової - Савіної, судово - бухгалтерська експертиза - це дослідження фінансово - господарської діяльності суб'єкта господарювання, яке в межах чинного законодавства здійснюється особою, котра володіє спеціальними знаннями в галузі бухгалтерського обліку (експертом - бухгалтером), з метою подання висновку стосовно кола питань, поставлених органами дізнання, попереднього слідства чи суду [1]. Дана експертиза досліджує конфліктні ситуації у фінансово-господарській діяльності підприємств різної форми власності, що допустили збитки, втрати, крадіжки цінностей та інші негативні явища, які стали об'єктами розслідування правоохо-

ронних органів з метою запобігання їм у майбутньому [2]. Її застосовують при розслідуванні та розгляді кримінальних і цивільних справ, коли виникають питання, для розв'язання яких необхідні спеціальні знання з бухгалтерського обліку та аналізу фінансово - господарської діяльності підприємства. Для цього залучають експерта - бухгалтера, який проводить дослідження та складає експертний висновок, застосовуючи свої високопрофесійні знання у сферах бухгалтерського обліку, господарського контролю та економічного аналізу, які одночасно є спеціальними - невластивими для слідчого або суду [4].

Організація судово - бухгалтерської експертизи передбачає здійснення комплексу заходів, спрямованих на її підготовку та проведення, що включає окремі дії з її налагодження та впорядкування.

Об'єктом організації судово - бухгалтерської експертизи (тобто тим, на що спрямована організаційна діяльність) є: процес експертизи, робота самих експертів - бухгалтерів та їх взаємодія з суб'єктами призначення експертизи.

Незважаючи на високу ефективність проведення судово - бухгалтерської експертизи, процес організації зіштовхується з рядом проблем:

1) недосконалість нормативно - правової бази, що регулює експертну діяльність в Україні;
2) низький кваліфікаційний рівень експертів;
3) вузьке коло правових функцій експертів.

Відповідно першою і головною проблемою є те, що у чинному законодавстві України відсутній нормативно - правовий акт, який безпосередньо регулював би проведення судово - бухгалтерської експертизи, що дало б змогу на законодавчому рівні закріпити порядок і умови її проведення та залучення експерта бухгалтера до судового процесу [4]. Крім того, у законодавстві взагалі відсутнє саме визначення поняття «судово - бухгалтерська експертиза», тому більшість науковців наводять своє трактування цього поняття.

Своєчасне та точне виявлення порушень, визначення винних осіб основою мірою залежить від кваліфікаційного рівня та досвіду експерта - бухгалтера, який здійснює експертизу. Відповідно до статті 10 Закону України «Про судову експертизу» судовими експертами можуть бути фахівці, які мають відповідну вищу освіту, освітньо - кваліфікаційний рівень не нижче спеціаліста, пройшли відповідну підготовку та отримали кваліфікацію судового експерта з певної спеціальності [3].

Тож наступною проблемою в проведенні судово - бухгалтерської експертизи є низький рівень кваліфікації експертів - бухгалтерів, що пояснюється невідповідністю їх спеціальних знань займаній посаді, а також відсутністю відповідної підготовки. Правоохоронні та судові органи можуть вільно обирати експертів - бухгалтерів: це можуть бути як особи, що внесені до реєстру атестованих судових експертів, так і особи, що мають значний досвід роботи в галузі бухгалтерського обліку, але не атестовані [2]. Такий порядок обирання експертів не є досконалим. Для вирішення цієї проблеми доцільно створити картотеку відомостей за кожним експертом, що працює в певному регіоні, яка б містила

інформацію про експерта, його кваліфікацію, досвід і результати роботи. Наявність такої бази даних дозволить проводити аналіз експертної роботи, визначати професійний рівень практикуючих експертів.

Експерт - бухгалтер може досліджувати лише ті документи, які є у справі й надані йому слідчим або судом. Тож проблема полягає в тому, що експерт має вузьке коло правових функцій, адже нерозуміння слідчим або судом завдань, які можуть бути поставлені перед експертом - бухгалтером, призводить до надання недостатньої кількості документів, які б сприяли проведенню експертизи, що унеможливлює повноцінне виконання завдань поставлених перед експертом.

Таким чином, зазначені проблеми організації судово - бухгалтерської експертизи можуть бути вирішені шляхом реалізації наступних заходів:

1) вдосконалення чинної нормативно - правової бази, яка регулює експертну діяльність в Україні;

2) застосування науково обґрунтованих методів, формування принципово нових підходів і використання сучасних методик до організації, планування та проведення досліджень;

3) підвищення кваліфікаційного рівня експертів у напрямку їх підготовки та атестації, що підтверджується наявністю свідоцтва судового експерта - бухгалтера;

4) судово - бухгалтерська експертиза з моменту її призначення і до передачі експертного висновку суб'єктам призначення має здійснюватися з дотриманням процесуального законодавства;

5) експерт - бухгалтер повинен бути забезпечений всіма необхідними для проведення дослідження документами [4].

Отже, можна зробити висновок, що на сьогоднішній день у процесі здійснення судово - бухгалтерської експертизи існують слабкі сторони, які необхідно удосконалювати. Врахування вище зазначених проблем та вирішення їх, застосовуючи вказані пропозиції, дозволить вдосконалити процес судово - бухгалтерської експертизи, що в свою чергу, підвищить ефективність організації боротьби з економічною злочинністю в Україні.

Список використаних джерел

1. Мумінова - Савіна Г. Г. Судово - бухгалтерська експертиза: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2003. 202 с.

2. Павлюк Д.Є., Михальчишина Л. Г. Проблеми підвищення ефективності проведення судово -економічних експертиз. *Фінанси, облік і аудит.* 2012. № 5. С. 22 - 24.

3. Про судову експертизу: Закон України від 25.02.1994 № 4038-XII. Дата оновлення: 20.03.2020. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4038-12 (дата звернення: 20.03.2020).

4. Сторожук Н. Судово-бухгалтерська експертиза: критичний огляд нормативно правового регулювання, методології та організації. *Бухгалтерський облік і аудит: Науково - практичний журнал*. 2009. № 6. С. 43 - 49.

ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ І КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Камбулова О. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Яловега Л. В.,
кандидат економічних наук

Підвищення ефективності діяльності суб'єкта господарювання забезпечується прийняттям управлінських рішень на базі даних обліку стосовно витрат виробництва. Для обчислення собівартості об'єкта калькулювання, використовують систему методів, вибір яких залежить від виду діяльності, специфіки виробництва, тривалості виробничого циклу та виду продукції.

Метод обліку витрат – це спосіб групування витрат виробництва продукції (робіт, послуг) за складом, змістом, призначенням, місцем виникнення, центрами відповідальності [2]. В економічній літературі є різні методи обліку витрат, проте обирати доцільно з урахуванням галузевих особливостей на всіх стадіях життєвого циклу продукції.

Облік витрат та калькулювання собівартості продукції на сільськогосподарських підприємствах регламентується П(С)БО 16 «Витрати» [3] та Методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132. Необхідність розробки методик калькулювання викликана тим, що нормативні документи носять доволі узагальнений характер і не відображають галузевих особливостей виробництва продукції. Собівартість є важливим показником діяльності будь-якого сільськогосподарського підприємства. Для досягнення зменшення собівартості необхідно контролювати співвідношення між доходами і витратами, пов'язаними з виробництвом продукції. Саме це співвідношення є визначальним для прийняття рішення про те, яку продукцію виробляти, які послуги надавати і у якому обсязі.

Облік витрат і калькулювання собівартості продукції можна поділити на дві частини: перша – організація аналітичного обліку витрат і розподіл виробничих витрат між об'єктами обліку; друга – калькулювання собівартості, що складається з операцій у розрахунку собівартості одиниці продукції. Організація обліку витрат, насамперед, залежить від характеру виробленої продукції та особливостей технології її виробництва [2]. Аналітичний облік витрат виробництва ведуть за видами виробництв (основні, допоміжні, обслуговуючі); за підрозділами, цехами, ділянками; за статтями витрат і видами або групами продукції. Облік у виробництві вимагає ефективного планування, обліку, контролю та аналізу. Тому облік витрат та формування собівартості продукції – це частина системи дій, що пов'язані з управлінням витратами.

У сільському господарстві витрати виробництва поділяють на постійні, змінні та умовно-змінні. Розмір змінних витрат залежить від кількості виробленої продукції, а умовно-змінних – площі посіву в рослинництві та кількості поголів'я у тваринництві. Залежно від цього використовують нормування витрат. Цей метод має великий вплив на відображення даних і визначення результатів діяльності підрозділів. Доказом цього є система складання нормативів витрат на одиницю площі конкретних культур, або на одну голову поголів'я тварин, що використовуються сільськогосподарськими підприємствами [2].

Система здійснення обліку витрат, виходу продукції чи обсягу виконаних робіт повинна відбуватись відповідно до планових завдань, виконуючи при цьому вимоги стандартів та нормативних документів. Окремі аналітичні рахунки необхідно використовувати для обліку витрат підрозділу на здійснення різних видів робіт, що передбачені річним завданням, а в разі потреби – постійних витрат підрозділів. Результати діяльності стосовно цих робіт чи видів витрат розраховують окремо, а потім додають до загального підсумку діяльності підрозділу. В рослинництві аналітичний облік витрат і вихід продукції потрібно вести за окремою культурою, групою або видом робіт відповідно до чітко встановленого завдання. Здійснюючи виробництво продукції за різними технологіями на різних ділянках, облік витрат доречно здійснювати на різних аналітичних рахунках.

Облік витрат і виходу продукції тваринництва доцільно здійснювати за статево-віковими групами. Зокрема, облік тварин вести за підгрупами, у разі наявних підгруп із різними раціонами годівлі, для правильного розрахунку необхідної норми корму на кожен день та контролю за його витрачанням. Водночас важливим є фіксація нормативу вимирання тварин за окремими групами. Це уможливить вирішення питань, що виникають в обліку падежу: організація контролю за визначенням втрат від падежу тварин; достовірне формування собівартості продукції тваринництва; обґрунтування визначення розміру відшкодувань за завдані підприємству збитки внаслідок падежу тварин.

Отже, система прийняття стратегічних управлінських рішень сільськогосподарських підприємств значно відрізняється від системи, яка застосовується в інших галузях. Розглянуті галузеві особливості в сільському господарстві впливають на систему побудови обліку витрат та формування економічних показників діяльності підприємства, тому вважаємо за доцільне враховувати ці особливості на практиці в сільському господарстві.

Список використаних джерел

1. Методичні рекомендації з планування, калькулювання та обліку собівартості (робіт та послуг) сільськогосподарських підприємств: Наказ Міністерства аграрної політики України № 132 від 18.05.2001 р. URL: http://www.zakon.rada.gov.ua. (дата звернення 24.03.2020).

2. Плаксієнко В. Я., Яловега Л. В., Лега О. В., Прийдак Т. Б., Мокієнко Т. В., Канцедал Н. А. Управлінський облік: навч. посібник [для студ. вищих навч. закл.] / за ред. В. Я. Плаксієнка. Полтава: ПП «Астрая», 2018. 250 с.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства фінансів України № 318 від 31 грудня 1999 р. URL: http://www.rada.gov.ua. (дата звернення 22.03.2020).

ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ

Камбулова О.В.
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»,
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Єрмолаєва М. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Фінансова звітність узагальнює інформацію про діяльність будь-якого підприємства та надає інформацію про його фінансовий стан та результати діяльності за звітний період. Входження України до европейського простору вимагає необхідності переформатування фінансової звітності підприємств до вимог міжнародних стандартів [1].

Аналіз показників фінансової звітності є базою для прийняття певних управлінських рішень, планування діяльності підприємства та прогнозування бажаних показників його діяльності. В міжнародних стандартах зазначено, що «бухгалтерська звітність не закінчується на самій собі, а навпаки, виконує роль інформаційної системи, котра оцінює, обробляє і передає фінансову інформацію про визначений економічний об‘єкт тому, кому вона необхідна» [2].

Останнім часом з’явилась необхідність отримання інтегрованої бухгалтерської звітності. Інтегрована звітність представляє собою поєднання елементів фінансової та нефінансової (статистичної, внутрішньої) звітності, в якій поряд з фінансовими результатами діяльності можуть бути відображені соціальні та екологічні аспекти, що особливо актуально для сільсько-господарських підприємств. На сьогоднішній час В Україні правові та організаційні аспекти складання саме інтегрованої звітності законодавчо не врегульовані. Методика складання інтегрованого звіту повинна враховувати специфіку кожного суб‘єкта господарювання з подальшим внесенням відповідних коригувань до облікової політики [2].

Особливістю складання інтегрованої бухгалтерської звітності є використання в ній нефінансових показників, зокрема таких, які виділяють Р. Каплан та Д. Нортон:

- відносини з клієнтами: кількість клієнтів, частка ринку, середній оборот на клієнта, середній час, затрачений на обслуговування клієнта, індекс лояльності клієнтів, індекс задоволеності клієнтів;
- внутрішні бізнес-процеси: своєчасна доставка, ріст продуктивності, рі-

вень адміністративних витрат, час підготовки виробництва, вартість адміністративних помилок, прямі контакти з клієнтами;

- можливості навчання і розвитку персоналу: плинність кадрів, час на навчання, середній час відсутності, річні затрати на навчання однієї людини, індекс задоволення працівників [3].

Використання зазначених показників допомагає конкретизувати результати діяльності підприємства, розробити основні напрямки розвитку його виробничої та соціальної сфери, визначити головні цілі стратегічного планування. При цьому рекомендується використовувати не більше двох або трьох показників для кожної із визначених стратегічних цілей.

При складанні інтегрованої бухгалтерської звітності кожне підприємство має обрати власну систему показників в залежності від свого галузевого підпорядкування та виду діяльності. Застосування нефінансових показників надасть можливість для проведення аналізу різних аспектів діяльності підприємства та здійснювати прогнози подальшої роботи. Це допоможе власникам та керівникам в розробці стратегічних задач та тактичних кроків розвитку свого бізнесу, підвищенні інвестиційної привабливості підприємства та збільшення рівня довіри до нього з боку можливих бізнес-партнерів.

Список використаної літератури

1. Сторожук Т.М. Необхідність формування інтегрованої обліково-звітної інформації. *Облік і оподаткування: реалії та перспективи*: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Ірпінь, 29-31 березня 2016 р.). Ірпінь, 2016. С. 92 - 96.

2. Кравченко О. В. Складання інтегрованої звітності в Україні. *Облік, оподаткування і контроль:сучасний стан та напрями розвитку*: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., (м. Черкаси, 22 березня 2018 р.). Черкаси, 2018. С. 24 - 26.

3. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию : пер. с англ. 2-е изд. испр. и доп. Москва, 2003. 320 с.

ДОКУМЕНТУВАННЯ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Кіяниця Є. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів,

Науковий керівник – Романченко Ю. О.,
кандидат економічних наук, доцент,

Трудова книжка є основним документом про трудову діяльність працівника. Як відкривати й заповнювати трудові книжки, визначає Інструкція про

порядок ведення трудових книжок працівників № 58 [1]. Сьогодні це єдиний документ, який визначає порядок заповнення трудових книжок найманих працівників.

Кодекс законів про працю (ч. 2 ст. 48) [3] вимагає оформлення та ведення трудових книжок для всіх працівників, що працюють на підприємстві, в установі, організації, незалежно від форм власності, чи у фізичної особи - підприємця, понад 5 днів. Таким чином, трудові книжки повинні **заповнювати фізособи - підприємці для своїх працівників і фізичні особи - підприємці, які використовують найману працю**, пов'язану з наданням послуг, тобто наймають кухарів, няньок, водіїв.

Не ведуть трудові книжки для осіб, які виконують роботи (надають послуги) за цивільно-правовими договорами. У разі якщо фізособа -підприємець є найманим працівником, то запис про роботу теж уносять до трудової книжки. Але законодавство не передбачає можливості внесення до трудової книжки запису про підприємницьку діяльність.

Працівникам, що стають до роботи вперше, трудову книжку оформлюють **не пізніше 5 днів після прийняття** на роботу, а студентам вищих й учням професійно-технічних навчальних закладів - **не пізніше 5 днів після початку проходження стажування.**

Усі записи до трудової книжки про прийняття на роботу, переведення на іншу постійну роботу, звільнення, а також про нагороди й заохочення **вносять після видання наказу**(розпорядження), але **не пізніше тижневого строку, а в разі звільнення - у день звільнення** [1].

Для здобувачів вищої освіти (студентів, учнів, аспірантів і клінічних ординаторів), які раніше не працювали та у зв'язку із цим не мали трудових книжок, відомості про роботу в студентських таборах, на виробничій практиці, а також про виконання науково-дослідної госпдоговірної тематики вносить на підставі довідок підприємство, на якому далі вони працюватимуть.

Для студентів, учнів, аспірантів і клінічних ординаторів, які мають трудові книжки, навчальний заклад уносить записи про час навчання на денних відділеннях вищих навчальних закладів. Підставою для внесення записів є накази навчального закладу про зарахування на навчання. Тобто якщо студент до вступу в навчальний заклад мав трудову книжку, то запис уносить навчальний заклад, якщо ні - роботодавець після закінчення навчання (підставою буде довідка навчального закладу чи диплом).

Якщо студент навчається й одночасно працює, то Інструкція № 58 [1] не передбачає можливості внести одночасно два записи. На практиці студенту заводять трудову книжку на підприємстві, куди він працевлаштувався під час навчання, і тому першим у ній буде запис про прийняття на роботу. Але тоді виходить, що запис про навчання можна внести вже після закінчення навчання на підставі наданої довідки чи диплома, проте хронологія записів буде порушена. З іншого боку, Інструкція № 58 не забороняє вносити запис про період навчання перед працевлаштуванням на підставі довідки з вузу.

Студентам вищих й учням професійно-технічних навчальних закладів теж оформлюють трудову книжку, якщо вони проходять стажування на підприємстві. Підставою для внесення таких записів є укладені договори про стажування.

За порушення встановленого порядку ведення, обліку, зберігання та видачі трудових книжок посадові особи несуть дисциплінарну й адміністративну відповідальності.

Згідно зі ст. 41 Кодексу України про адміністративні правопорушення [2] порушення трудового законодавства призводять до накладення штрафу на посадових осіб підприємств в розмірі **від від 510 грн до 1700 грн**. Органом, уповноваженим на застосування стягнення за цією статтею, є суд

Також за **порушення інших вимог трудового законодавства передбачена фінансова відповідальність у розмірі однієї мінзарплати** (ч. 2 ст. 265 Кодексу України про адміністративні правопорушення [2]).

Трудова книжка - основним документом для визначення загального, безперервного і спеціального стажу роботи працівника. Це є доволі важливою інформацією для трьох сторін - працівника, працедавця і держави, оскільки на цій підставі вирішуються основні питання соціального страхування: рівень оплати тимчасової непрацездатності, встановлення пільг за роботу в шкідливих умовах чи в певних регіонах, оплати за вислугу років (де це передбачено законодавством), особливостей пенсійного забезпечення тощо.

Список використаних джерел

1. Інструкція про порядок ведення трудових книжок працівників : затв. наказом Мінпраці, Мін'юсту, Мінсоцзахисту від 29.07.1993 р. № 58. *Законодавство України.* URL : http://www.nau.kiev.ua (дата звернення 25.03.2020 р.).

2. Кодекс України про адміністративні правопорушення : Закон України від 07.12.1984 р. № 8073-Х *Законодавство України*. URL : http:// www.nau.kiev.u. (дата звернення 25.03.2020 р.).

3. Кодекс законів про працю : Закон України від 10.12.1971 р. № 332-VIII *Законодавство України*. URL : http:// www.nau.kiev.u. (дата звернення 25.03.2020 р.).

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ: ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТУВАННЯ

Коваленко М.Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Лега О. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Виробничі запаси є однією з головних складових для забезпечення безперервного процесу виробництва і реалізації продукції. Перевірка фактичної ная-

вності, правильності оцінки запасів в обліку і звітності здійснюється за допомогою інвентаризації. Процес інвентаризації виробничих запасів доцільно розділити на чотири етапи.

І. Підготовчий, під час якого відбувається визначення об'єктів, кількості та строків проведення інвентаризації, крім випадків, коли вона є обов'язковою [1].

ІІ. Технологічно-документальний – це безпосередня перевірка наявності та стану матеріальних активів, правильності їх визначення, формування інформаційної бази для перевірки облікових оцінок та визначення підстав для їх подальшого перегляду [2].

ІІІ. Порівняльно-аналітичний, здійснюється порівняння облікових даних про матеріальні активи з фактичними, встановленими під час перевірки.

IV. Підсумковий, визначають кінцеві результати інвентаризації. Підсумки перевірки розглядаються та затверджуються на засіданні інвентаризаційною комісією, відображаючи отримані результати у протоколі.

Документування процесу інвентаризації виробничих запасів в розрізі етапів представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Документальне забезпечення етапів проведення інвентаризації

Документ	Пояснення
І. Підготовчий	
Графік проведення інвентаризації Наказ про створення інвентаризаційної комісії Наказ про проведення інвентаризації	Під час якого відбувається визначення об'єктів, кількості та строків проведення інвентаризації, крім випадків, коли вона є обов'язковою [9]. Бухгалтерська служба в процесі планування інвентаризаційної роботи складають графік проведення інвентаризації, який узгоджують з керівником підприємства. Керівник підприємства підписує розпорядчий документ щодо створення постійно діючої (робочої) інвентаризаційної комісії.
ІІ. Технологічно-документальний	
Інвентаризаційний опис ТМЦ Акт інвентаризації товарів відвантажених Інвентаризаційний опис ТМЦ, прийнятих (зданих) на відповідальне зберігання Акт інвентаризації матеріалів і товарів, що знаходяться в дорозі Інвентаризаційний опис дорогоцінних металів, що містяться в напівфабрикатах, вузлах і деталях Інвентаризаційний опис цінностей і бланків документів суворої звітності	Це безпосередня перевірка наявності та стану матеріальних активів, правильності їх визначення, формування інформаційної бази для перевірки облікових оцінок та визначення підстав для їх подальшого перегляду [9]. На цьому етапі використовують весь комплекс технічних прийомів інвентаризації: органолептичних, розрахунково-аналітичних, документальних.
ІІІ. Порівняльно-аналітичний	
Порівняльна відомість результатів інвентаризації товарно-	Здійснюється порівняння облікових даних про матеріальні активи з фактичними, встановленими під час пе-

Документ	Пояснення
матеріальних цінностей Відомість результатів інвентаризації	ревірки. Далі з метою виявлення результатів інвентаризації бухгалтерія складає порівняльні відомості, в яких фіксують розбіжності між даними інвентаризаційних описів і даними обліку
IV. Підсумковий (заключний)	
Протокол інвентаризаційної комісії	Визначають кінцеві результати інвентаризації. Підсумки перевірки розглядаються та затверджуються на засіданні інвентаризаційною комісією, відображаючи отримані результати у протоколі. Протокол інвентаризаційної комісії у п'ятиденний строк розглядає і затверджує керівник підприємства

Отже, документальне забезпечення процесу інвентаризації є важливою запорукою відображення опису безпосереднього процесу та результатів інвентаризації. Що надає можливість керівництву господарства в повністю бачити наявність активів господарства, їх стан. Виділення етапів інвентаризації, а також конкретизація методики проведення інвентаризації матеріальних активів, забезпечить високу ефективність, об'єктивність та раціональність здійснення інвентаризаційної роботи на підприємствах.

Список використаних джерел

1. Олійник Т. О., Дем'яненко І. С. Інвентаризація запасів як засіб контролю за достовірністю показників обліку. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum./Ekpr/2010_34.pdf. (дата звернення 20.03.2020).

2. Чудовець В. В. Виділення етапів інвентаризаційного процесу як важлива передумова створення ефективної методики проведення інвентаризації. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2005. №11. С. 92 – 97.

ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВА ДОКУМЕНТАЦІЯ

Колотій В.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Мокієнко Т. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Основу документаційного забезпечення діяльності будь-якого підприємства становлять організаційні, розпорядчі, довідково-інформаційні та обліково-фінансові документи.

Невід'ємною умовою здійснення фінансово-розрахункових операцій є їх процес документування. Жодна фінансова операція не може бути проведена без

підтвердження її відповідними документами [1].

Обліково-фінансова документація відзначається високим рівнем стандартизації. Майже всі обліково-фінансові документи є уніфікованими. Це дозволяє значно скоротити витрати часу і праці на їх заповнення й оформлення. Крім того, це знижує можливість помилок і полегшує візуальне сприйняття документів. Також це створює передумову для механізації і автоматизації процесів створення даної документації. Вона часто укладається на бланках і належать до документів суворої звітності. Характеристика обліково-фінансових документів представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Обліково-фінансові документи

Документ	Характеристика
заявка	документ, що видається установам (організаціям, підприємствам) на підтвердження одержання певних матеріальних цінностей і коштів.
відомість	це різновид документа, який найчастіше використовується в бухгалтерській справі, у банківській системі та ін.
відмова від акцепту: акцепт	це згода платника на оплату грошових і товарних документів. Ця форма застосовується у розрахунках за товари, послуги, виконані роботи. Платник має право відмовитися від акцепту повністю або частково у випадках, передбачених чинним законодавством, особливими умовами постачання або договором. Оформляється у вигляді листа або телеграми.
розписка службового характеру	це письмове підтвердження певної дії, яка мала місце в передачі й отримання документів, товарів, грошей.
доручення	документ, яким організація чи особа надає іншій особі право на певну діяльність або отримання матеріальних цінностей від її імені.
накладна	це обліковий документ, який дає право на отримання, відправлення вантажів чи матеріальних цінностей.
акт	це офіційний документ правової чинності, що констатує (підтверджує) певні факти, події, пов’язані з учинками конкретних приватних або службових осіб, діяльністю підприємств, установ чи їх структурних підрозділів.
квитанція	фінансовий документ, розписка в офіційній формі встановленого формату про прийом грошових коштів, будь-яких документів, цінностей тощо.

Зазвичай обліково-фінансові документи укладають уповноважені особи, проте є такі різновиди обліково-фінансових документів, як особисте доручення й особиста розписка, які можуть укладати приватні особи [1].

Обліково-фінансові документи забезпечують: повну схоронність гро-

шових та інших цінностей; точне виконання фінансових, банківських та ін. операцій; своєчасне відображення виробничих операцій; запобігання фінансовим порушенням і зловживанням; можливість документального обґрунтування відповідальності службових осіб; складання бухгалтерської та іншої звітності; здійснення грошово-розрахункових операцій у фінансових та банківських установах

Обліково-фінансові документи мають свої особливості. Зокрема:

- морфологічні особливості: уживання віддієслівних іменників; уживання прикметників, що конкретизують назви реалій; числівники записуються словами; використання займенника 1-ї особи однини (в тексті доручень, розписок); дієслова у формі 1-ї особи однини (в дорученнях, розписках); дієслова в безособовій формі (в актах) [1].

- синтаксичні особливості обліково-фінансової документації: використання синонімічних синтаксичних конструкцій; відокремлені прикладки, що відносяться до особових займенників; додатки виражені дієсловами у формі інфінітива; висока частотність уживання відіменних прийменників і прийменникових сполук; використання дієприслівникових та дієприкметникових зворотів; уживання безособових речень; уживання складнопідрядних речень.

Список використаних джерел

1. Обліково-фінансова документація. Основні різновиди. Граматичні особливості. URL: https://pidruchniki.com/84500/dokumentoznavstvo/oblikovo-finansova_dokumentatsiya_osnovni_riznovidi_gramatichni_osoblivosti.

2. Обліково-фінансові документи : розписка, доручення. URL:https://helpiks.org/8-13587.html

3. Обліково-фінансова документація. Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка. URL:https://studfile.net/preview/5253280/.

СУТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

Красовська М. О., Жуков А. В.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Красота О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент

Засоби праці безпосередньо не створюють масу продукції, в процесі виробництва зберігають свою натуральну форму і діють протягом багатьох виробничих циклів.

Вартість основних засобів переноситься на новостворювану продукцію поступово [1]. За один оборот капіталу переноситься лише певна частина вартості.

Доля вартості основних засобів, яка була включена у вироблену продукцію, відшкодовується по мірі її реалізації, виручка від якої включає спожиті оборотні засоби, частину вартості основних засобів, витрати на оплату праці і суму одержаного прибутку. Це здійснюється шляхом нарахування амортизації. Отже, вартість основних засобів окупається поступово по мірі їх зносу.

Рис. 1. Склад засобів праці

Засоби праці є певною зв'язуючою ланкою між перетворюючими стадіями процесу кругообігу капіталу, сталою, суттєвою формою зв'язку. Експлуатація і, відповідно, амортизація основних засобів – це економічні процеси. Тому можна сказати, що основні засоби є складовою частиною основного економічного процесу і однією з головних категорій економічної науки.

Засоби праці відображаються в складі необоротних активів. Значення дослідження такої економічної категорії як засоби праці зумовлюється наступним:

- засоби праці, які призначені для використання у виробничій сфері, складають матеріальну основу продуктивних сил;
- покращення якісного складу основних засобів – це передумова підвищення продуктивності праці [1]. Дослідження основних наукових категорій передбачає визначення їх змісту та класифікацію за певною кількістю ознак.

Більш обґрунтованим є визначення основні засоби – це матеріальні активи, які багаторазово приймають відповідну функціональну участь в господарській діяльності підприємства, не змінюючи натуральної форми, та вартість яких компенсується з часом, по мірі їх зносу.

Поглибленню дослідження економічної категорії основні засоби сприятиме групування основних засобів за певними однорідними ознаками, їх класифікація (рис. 2).

Рис. 2. Класифікація та оцінка основних засобів в бухгалтерському обліку

Зміст категорії основні засоби, розглядається різними науками, тому визначення поняття «Основні засоби» дуже різняться між собою.

П(С)БО 7 «Основні засоби» [2] визначає основні засоби, як 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 більший за рік).

М(С)БО 16 «Основні засоби» встановлює, що основні засоби це матеріальні активи, які: утримуються підприємством для використання у виробництві або постачанні товарів та наданні послуг, для здачі в оренду іншим, або для адміністративних цілей, а також будуть використовуватись, як очікується,

протягом більше ніж одного періоду.

Визначення приведені за міжнародними стандартами передбачають чітке дотримання принципу відповідності доходів і витрат. Тому головним завданням обліку основних засобів за міжнародними стандартами є розподіл їх вартості в часі.

Список використаних джерел

1. Кочерга С. В. Теорія бухгалтерського обліку : навчальний посібник. Полтава : ІнтерГрафіка, 2008. 200 с.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 Основні засоби від 27 квіт. 2000 р. № 92. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0288-00.

РЕЗЕРВ СУМНІВНИХ БОРГІВ: СУТНІСТЬ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Криворучко А. Є.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Прийдак Т. Б.,
кандидат економічних наук

Заборгованість покупців за відвантажену продукцію (товари), надані послуги або роботи є найбільшою складовою дебіторської заборгованості на підприємстві, тому іноді на підприємстві виникають випадки непогашення покупцями своїх зобов’язань. У результаті у продавця виникає необхідність списання такої заборгованості на витрати підприємства, що призводить до погіршення його фінансових результатів. З метою уникнення негативного впливу списання безнадійної заборгованості покупців на фінансовий стан підприємства, суб’єкти господарювання можуть створювати резерв сумнівних боргів [6].

Поточна дебіторська заборгованість, яка є фінансовим активом (крім придбаної заборгованості та заборгованості, призначеної для продажу), включається до підсумку балансу за чистою реалізаційною вартістю. Для визначення чистої реалізаційної вартості на дату балансу обчислюється величина резерву сумнівних боргів [7].

Визначення суми резерву сумнівних боргів можливо різними методами, що запропоновані П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» [4]. Згідно П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» величина резерву сумнівних боргів визначається за одним із методів: - застосування абсолютної суми сумнівної заборгованості; - застосування коефіцієнта сумнівності, цей метод має три варіанти.

Резерв сумнівних боргів - рахунок бухгалтерського обліку резервів, що створюються на покриття поточної заборгованості покупців і замовників, яка, ймовірно, не буде погашена у майбутньому. Резерв сумнівних боргів формуєть-

ся підприємством на дату балансу. На думку О. Г. Осадчої резерв сумнівних боргів - це резерв, який створюється з метою покриття у майбутньому безнадійної дебіторської заборгованості [3]. Первинним документом для нарахування резерву сумнівних боргів є розрахунок бухгалтерії. Облік резерву сумнівних боргів ведуть за боржниками чи за строками непогашення дебіторської заборгованості залежно від того, за яким методом здійснюється нарахування резерву сумнівних боргів [1].

Для бухгалтерського обліку резерву сумнівних боргів Планом рахунків передбачено пасивний балансовий рахунок 38 «Резерв сумнівних боргів», він є рахунком регулювальним (контрактивним) та застосовується для уточнення оцінки поточної дебіторської заборгованості [5].

За кредитом цього рахунка відображають створення (нарахування, донарахування) резерву, а за дебетом - списання заборгованості за рахунок резерву, зменшення суми нарахованого резерву у разі коригування його суми на дату балансу (якщо нарахування резерву ведеться сальдовим методом). Рахунок наприкінці звітного періоду не закривається, його сальдо є сумою потенційної безнадійної дебіторської заборгованості підприємства.

Нарахування резерву відображається у складі інших операційних витрат підприємства. Підприємства, що ведуть облік витрат із застосуванням рахунків 9 класу, відносять суму нарахованого резерву на субрахунок 944 «Сумнівні та безнадійні борги», із застосуванням рахунків 8 класу – на субрахунок 84 «Інші оперційні витрати». Після списання безнадійної дебіторської заборгованості підприємство зобов'язане враховувати її суму на позабалансовому рахунку протягом не менше трьох років для спостереження за можливістю її стягнення у випадках зміни майнового стану боржника. Для обліку сум списаної заборгованості застосовується субрахунок 071 «Списана дебіторська заборгованість». Якщо протягом трьох років заборгованість не буде відшкодована боржником, слід остаточно списати її суму із забалансового рахунка.

Список використаних джерел:

1. Гевчук А. В. Особливості генезису поняття, організації обліку й оцінки сумнівної і безнадійної заборгованості, створення резерву. *Проблеми економіки*. № 1 (35), 2018. С. 321 – 326.

2. Губіна І. Резерв сумнівних боргів: створення та використання. Бухгалтерія. Право. Податки. Консультація. 2007. № 48. С. 68–70.

3. Осадча Г. Г., Бережна А. А. Методика створення резерву сумнівних боргів. Проблеми і перспективи розвитку фінансового обліку і маркетингу в сучасному середовищі. 2012. № 3. С. 160–169.

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» : Наказ Міністерства фінансів України № 237 від 08 жовтня 1999 р. *Верховна Рада України*. URL: http://www.rada.gov.ua.

5. Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку : Інструкція Міністерства фінансів № 291 від 30 листопада 1999 р. Верховна Рада України. URL: http: // w1.c1.rada.gov.ua/pls/site2/p_bills_stand_laws.

6. Тесленко Т. І. Сутність та порядок формування резерву сумнівних боргів. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. №10 (2018). 129 - 133.

7. Шматковська Т. О. Формування резерву сумнівних боргів: реалії сьогодення. Wyksztalcenie i nauka bez granic. Volume 7. Ekonomichne nauki. – Przemysl : Publishing House «Nauka I studia», 2011. – S. 103 - 105.

ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ РОЗРАХУНКОВИХ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВА

Криворучко А.Є.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Тютюнник С.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Дебіторська заборгованість як складова фінансових активів підприємства є другим за ліквідністю активом після грошових коштів та видом оборотних активів, який прямо пов'язаний із розрахунково-платіжними операціями підприємства. Ефективність управління розрахунками підприємства залежить від визначення кола потенційних дебіторів та планування дебіторської заборгованості на майбутнє. Постійний моніторинг грошових розрахунків підприємства та створення кредитної політики щодо окремих покупців та замовників забезпечить ефективний контроль за формуванням та погашенням дебіторської заборгованості [2]. Класифікація факторів, що впливають на розмір і динаміку дебіторської заборгованості, є невід'ємною складовою процесу аналізу стану розрахунків з дебіторами. В системі факторів, що впливають на дебіторську заборгованість виокремлюють зовнішні та внутрішні.

Зовнішніми факторами є: загальний стан економіки країни – в умовах загального зниження економічної активності підприємства, як правило, одержують менше прибутку, а ліквідність активів у цілому самого суб'єкта господарювання знижується. У зв'язку з тим, що підприємства не одержують своєчасно оплату за свої товари, виникає ланцюгова реакція неплатежів, яка призводить до утворення дебіторської заборгованості та затримки розрахунків зі своїми кредиторами; тарифи або ціни на транспортування продукції – швидке, часто неконтрольоване підвищення цін і тарифів призводить до збільшення розмірів дебіторської заборгованості; сезонність виробництва і продажів – виробництво сезонної продукції (робіт, послуг) пов'язане із зростанням величини дебіторської заборгованості, оскільки до настання сезону підприємство практично живе в борг у рахунок майбутніх продажів; рівень доходів населення – якщо ціни і тарифи зростають, а доходи населення залишаються на тому ж самому рівні або зростають менш швидкими темпами, тоді

знижується ймовірність своєчасної оплати послуг [1].

До основних внутрішніх факторів належать: кредитна політика – неправильне встановлення термінів і умов договорів, невраховані ризики можуть призвести до незапланованого збільшення розмірів дебіторської заборгованості; політика управління дебіторською заборгованістю – неефективне та несвоєчасне управління дебіторською заборгованістю призводить до відволікання коштів з обороту, не дає можливості підприємству нормально функціонувати в сучасних умовах; фінансовий стан підприємства (зокрема, його платоспроможність і кредитоспроможність) – стійке фінансове положення підприємства свідчить про його високу платоспроможність і кредитоспроможність, що дозволяє своєчасно розраховуватися з контрагентами і контролювати величину як дебіторської, так і кредиторської заборгованості; активність і зацікавленість керівників в управлінні підприємством – чим більшою є така зацікавленість, тим вищий рівень системи внутрішнього контролю і кращий стан розрахункової дисципліни.

Зміцненню розрахунково-платіжної дисципліни сприяє управління дебіторською заборгованістю, в основу якого на підприємстві має бути покладено два підходи: 1) порівняння додаткового прибутку з втратами, що виникають при зміні політики розрахунків за реалізовану продукцію; 2) порівняння й оптимізація величини і термінів погашення дебіторської та кредиторської заборгованості [3, с. 88].

При першому підході вважається, що зі збільшенням дебіторської заборгованості за товарними операціями пов’язані не тільки додаткові витрати на фінансування цього збільшення і втрати через зростання суми безнадійних боргів, а й зростання обсягу реалізації продукції через пом’якшення умов розрахунків зі споживачами й одержання додаткового прибутку. Тому перш ніж приймати рішення стосовно того, продавати продукцію з відстрочкою платежів чи ні, необхідно порівняти витрати, пов’язані з появою додаткових дебіторів, із приростом прибутку в результаті збільшення виручки від реалізації. Якщо приріст прибутку більший, варто збільшити кредит покупцям.

Другий підхід полягає в максимальному використанні можливостей скорочення фінансового циклу за рахунок залучення до фінансування товарної дебіторської заборгованості коштів у розрахунках із кредиторами за товари (роботи, послуги). Фінансові менеджери, щоб зменшити різницю між середнім періодом погашення дебіторської заборгованості і середнім періодом погашення кредиторської заборгованості (за рахунок збільшення останнього) мають враховувати можливі втрати через відмову від знижок, які надають постачальники за більш швидку оплату рахунків.

Отже, результати оцінки стану розрахунків підприємства дають можливість виявити недоліки в їх організації та здійсненні, намітити бажані їх параметри, визначити потрібні для цього шляхи вдосконалення та заходи, відібрати з них найбільш прийнятні для кожного підприємства і на цій основі розробити комплексну політику управління розрахунками підприємства.

Список використаних джерел

1. Гаджа Т.В. Аналіз дебіторської заборгованості: проблеми та шляхи її вирішення. *Економічні науки*. 2012. № 9. С. 46-47.

2. Кащенко О. Облік та контроль дебіторської заборгованості як складової системи грошових розрахунків підприємства. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2011. № 5. С. 54-56.

3. Ценклер Н.І., Кватирка П.Б. Вдосконалення класифікаційних ознак дебіторської заборгованості та їх значення в підвищенні контрольно-аналітичної функції обліку. *Вісник Хмельницького університету*. 2010. № 29. С. 87-90.

ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ПОРЯДОК СПИСАННЯ ПАЛЬНОГО

Куришко М. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Грибовська Ю. М.,
кандидат економічних наук, доцент

Підставою для бухгалтерського обліку господарських операцій є первинні документи, зокрема подорожні листи.

Починаючи з 14 серпня 2011 р. подорожні листи (як для легкових, так і вантажних автомобілів) не є обов'язковими документами. Підприємства, які експлуатують автотранспортні засоби, мають право не виписувати їх водіям.

Оскільки подорожні листи відмінено, виникає необхідність у використанні інших документів для обліку списання пального. Значна кількість підприємств продовжує використовувати подорожні листи, оскільки вони забезпечують потреби підприємств щодо обліку робочого часу водія, витрат і списання пального. Деякі підприємства розробляють власні форми обліку роботи автомобіля – акти, звіти тощо.

У листі № 25/3717-12 зазначено, що подорожній лист вантажного автомобіля продовжують застосовувати підприємства для:

- обліку роботи автомобіля і водія;
- складання звітів за формами державних статистичних спостережень [3].

Подорожній лист є документом для відміток щодо технічного стану транспортного засобу та стану здоров'я водія. Випуск на лінію транспортних засобів без проходження щозмінного медогляду та контролю технічного стану тягне за собою адміністративну відповідальність згідно зі ст. 128 КпАП [2].

Подорожній лист застосовується для обліку господарських операцій, пов'язаних з перевезенням вантажів. Він підтверджує витрати, пов'язані із

здійсненням перевезень, зокрема витрати на пально-мастильні матеріали.

У практичній діяльності підприємства документування руху пального в баках автомобілів здійснюють з використанням подорожніх листів або інших аналогічних документів, списання пального на витрати – здебільшого на підставі Норми витрат палива і мастильних матеріалів на автомобільному транспорті, затверджених наказом Міністерства транспорту України від 10 лютого 1998 р. № 43 (далі – Норми № 43) [1].

Порядок застосування Норми № 43:

- списання пального і мастильних матеріалів здійснюється виходячи з даних про пробіг автомобіля;
- перевищення витрат пального над лінійною нормою здійснюється згідно з правилами бухгалтерського обліку на підставі відповідного документа, затвердженого наказом підприємства;
- коригування фінансового результату до оподаткування на суму перевищення витрат пального над лінійною нормою не передбачено [1].

Норми витрат пального для автомобілів:

- базова лінійна норма на пробіг автомобіля – на 100 км;
- норма на виконання транспортної роботи (враховує додаткові витрати пального при руху автомобіля з вантажем) – на 100 тонно-кілометрів (т·км);
- норма на одну тонну спорядженої маси (враховує додаткові витрати пального при зміні спорядженої маси автомобіля, причепа або напівпричепа);
- норма на їздку з вантажем (враховує збільшення витрат пального, пов’язане з маневруванням та виконанням операцій завантаження і розвантаження) – на одну їздку;
- норма на пробіг при виконанні спеціальної роботи – на 100 км;
- норма на роботу спеціального обладнання, встановленого на автомобілях, – на годину або виконану операцію;
- базова норма на роботу автономного (незалежного) обігрівача – на одну годину його роботи

Базова лінійна норма встановлюється:

- для вантажних автомобілів (за винятком самоскидів) – у спорядженому стані;
- для легкових автомобілів і автобусів (повна маса яких не перевищує 3,5 т) та самоскидів – з половиною навантаження.

Норми витрат пального підвищуються в холодну пору року на величину, яка залежить від середньої температури повітря в межах певного діапазону.

Отже, Норми № 43 призначені для планування потреби підприємств, організацій та установ в пально-мастильних матеріалах і контролю за їх витратами, ведення звітності, запровадження режиму економії і раціонального використання нафтопродуктів. Нормування витрат пального – це встановлення допустимої міри його споживання в певних умовах експлуатації автомобілів, на основі застосовання базових лінійних норм, встановлених за моделями (модифікаціями) автомобілів, та система нормативів і коригуючих коефіцієнтів, які

надають змогу враховувати виконану транспортну роботу, кліматичні, дорожні та інші умови експлуатації.

Список використаних джерел

1. Норми витрат палива і мастильних матеріалів на автомобільному транспорті: Наказ Міністерства транспорту України № 43 від 10 лютого 1998 р. *Верховна Рада України*. URL: http://www.rada.gov.ua (дата звернення 28.03.2020).

2. Про адміністративні правопорушення: Кодекс України № 8073-X від 07 грудня 1984 р. *Верховна Рада України*. URL: http://www.rada.gov.ua (дата звернення 28.03.2020).

3. Стосовно доцільності скасування типових форм, затверджених наказом Міністерства транспорту України та Міністерства статистики України від 29.12.1995 р. № 488/346: Лист Міністерства інфраструктури України № 25/3717-12 від 20 листопада 2012 р. *Верховна Рада України*. URL: http://www.mtu.gov.ua (дата звернення 28.03.2020).

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ОБЛІКУ ВНЕСКІВ ДО СКЛАДЕНОГО КАПІТАЛУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Лешенко Я. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Канцедал Н. А.,
кандидат економічних наук, доцент

Засновницький капітал – основа діяльності будь-кого підприємства. В бухгалтерському обліку засновницький капітал обліковується на рахунку 40 «Зареєстрований (пайовий) капітал». У розрізі субрахунків згідно Інструкції 291 він іменується як статутний капітал (401), пайовий капітал (402), інший зареєстрований капітал (403) [3].

Дослідження правового змісту поняття «статутний капітал» дає можливість встановити інші його варіації. Так, наприклад, статутний капітал фермерського господарства прийнято називати «складеним» капіталом.

Як відмічає Н. С. Бутрин, паралельне існування понять «статутного» та «складеного» капіталу не змінює їх функцій та призначення. Це пояснюється тим, що статутний капітал є майновою основою для підприємницької діяльності, що визначає частку кожного учасника. Відповідно, участь у створенні статутного/складеного капіталу є первинним способом набуття корпоративних прав [2, с. 75].

Для потреб бухгалтерського обліку та контролю діяльності фермерського

господарства важливим є правильний підхід до розуміння економічної сутності складеного капіталу. Це сприятиме дотриманню правового режиму користування спільним майном, налагодженню трудових відносин та узгодженню процедури розподілу доходів.

Важливість останнього з названих моментів підтверджується дослідженнями щодо існування законодавчо-правових колізій в частині регулювання діяльності сімейних фермерських господарств. Зокрема, Н. А. Канцедал та Т. Г. Тарапуцець відмічають, що на сьогодні жоден нормативний документ не визначає механізму розподілу доходу від означеного виду діяльності: «З одного боку, це не обмежує ступінь свободи членів родини у досягненні взаємних домовленостей, з іншого – може стати причиною спорів власне на етапі такого розподілу й у подальшій перспективі» [5, с. 128].

У дослідженні особливостей формування складеного капіталу необхідно акцентуватися на двох важливих аспектах: майно члена фермерського солід визнавати як оренду чи внесок до складеного капіталу?

У висвітленні авторської думки по даному питанню О. Більченко наголошує: вважати, що єдиним способом є реєстрації внеску до складеного капіталу шляхом оформлення договору оренди – неправильно [1].

Правові особливості передачі нерухомого майна члена фермерського господарства в оренду або до складеного капіталу мають відмінності. Їх потрібно враховувати, оскільки це може вплинути на вибір форми обліку діяльності такого господарства. Вона може бути проста, спрощена, за спрощеним Планом рахунків або за повним Планом рахунків [4, с. 50].

Розглянемо детальніше такі особливості:

1. Укладення договору оренди передбачає, складання письмового договору, який підписується сторонами та в окремих випадках підлягає державній реєстрації. Зокрема, державній реєстрації підлягають право власності; право користування земельною ділянкою для сільгосппотреб (емфітевзис), право оренди (суборенди) земельної ділянки, право користування (найму чи оренди) будівлею або іншою капітальною спорудою (її окремою частиною), що виникає на підставі договору, за яким строк користування становить не менше 3 років.

2. Внесення до складеного капіталу фермерського господарства може здійснюватися будь-яким власним майном: будівлі, споруди, обладнання, матеріальні цінності, цінні папери, одержані доходи, право користування землею, будівлями, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права, грошові кошти. Такий спосіб формування капіталу обов’язково фіксується в установчому документі фермерського господарства. Він включає послідовний алгоритм дій: 1) подання членом фермерського господарства на ім’я його голови письмової заяви; 2) рішення засновників про прийняття майна до складеного капіталу; 3) внесення змін до установчого документа та реєстрація його нової редакції у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань.

В обох розглянутих випадках фермерським господарством сплачується

адміністративний збір, при цьому оформлення договору оренди є менш витратним, якщо не стосується оренди землі.

Якщо фермерським господарством обрано спосіб організації обліку із застосуванням простого або спрощеного Плану рахунків Інструкції 291 [3], то у першому з розглянутих випадків сума зареєстрованого складеного капіталу повинна відображуватись за кредитом рахунка 40 «Зареєстрований (пайовий) капітал з дебетом рахунка 46 «Неоплачений капітал» з одночасним записом у позабалансовому обліку (рахунок 01 «Орендовані необоротні активи», рахунок 03 «Контрактні зобов'язання»).

Список використаних джерел

1. Більченко О. Майно члена фермерського господарства: оренда чи внесок до складеного капіталу? *Uteka*. 07.12.2018. URL: https://uteka.ua/ua/publication/agro-4-fermerske-gospodarstvo-45-imushhestvo-chlena-fermerskogo-xozyajstva-arenda-ili-vznos-v-skladochnyj-kapital.
2. Бутрин Н. С. Порядок формування та зміни статутного/складеного капіталу. *Науковий вісник Чернівецького університету.* 2011. Випуск 578. Правознавство. С. 70-75. URL: http://lawreview.chnu.edu.ua/visnuku/st/578/13.pdf.
3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій № 291 від 30 лист. 1999 р. Верховна Рада України. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99.
4. Канцедал Н. А. Варіативний підхід до вибору форми обліку фермерських господарств. *Вісник Житомирського державного технологічного університету.* Серія: економічні науки. Житомир: ЖДТУ. 2009. № 2 (48). С. 50-51. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1783.
5. Канцедал Н. А., Тарапунець Т. Г. Нормативно-правові засади порядку створення та розподілу доходів фермерського господарства. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма) «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору».* Полтава: ПДАА, 27 березня 2018 р. С. 126-128. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1176.

ОСОБЛИВОСТІ АНГЛО-АМЕРИКАНСЬКОЇ СИСТЕМИ ОБЛІКУ

Міхеєва К.Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Пилипенко К.А.,
докторт економічних наук, доцент

Метою концептуальної основи є: допомагати Раді КМСФЗ у розробці нових Міжнародних стандартів. У перегляді існуючих стандартів обліку та звітності, допомагати національним органам у розробці національних стандартів обліку, допомагати бухгалтерам та аудиторам у використанні та інтерпретації інформації, яка міститься у фінансових звітах, складених у відповідності із МСФЗ [3, с. 21].

Розглядаючи методичні аспекти міжнародних стандартів англо-американська система представляє собою документацію, що має певну теоретичну базу. Ця теоретична основа стандартів суттєво відрізняється від традиційних для України поглядів на бухгалтерську методологію.

У основі МСФЗ лежить теорія англо-американської школи обліку, ідея якої полягає у віддзеркаленні, перш за все, економічного змісту фактів господарського життя і положення підприємства в цілому. Це визначає підходи МСФЗ до кваліфікації основних облікових категорій: активів, зобов'язань, доходів, витрат, прибутку, капіталу та інших і до оцінки (визначення вартості) елементів звітності [2].

Найважливішою характеристикою англо-американської системи бухгалтерського обліку є пріоритет професійної думки бухгалтера над обліковими нормативними актами, що зовсім суперечить вітчизняній практиці обліку. Для нас звичним станом речей є чітка відповідність дій по веденню обліку розпорядженням нормативних документів. Проте не потрібно забувати про те, що концепція професійної думки бухгалтера направлена на формування достовірної і об'єктивної інформації про фінансове положення підприємства, а не на вплив на думку акціонерів з метою, наприклад, притягнення додаткових інвестицій [2].

Американські бухгалтери довели, що прибуток не відображає економічного змісту - дійсного результату господарської діяльності. Усвідомлення цього великими американськими вченими призвело до розмежування понять - бухгалтерський та економічний прибуток. Бухгалтерський прибуток визначається як результат реалізації товарів або послуг, економічний - як наслідок , результат роботи капіталу.

До основних досягнень англійської, а пізніше більш ширшої, британської облікової школи слід виділити розробку ідей амортизації, а також введення інституту незалежних присяжних аудиторів. Створення незалежного аудиту – одна з найбільш плідних ідей британських фахівців. Його основними завданнями

було виявлення фальсифікацій даних, випадкових помилок, недоліків в організації обліку.

Британо-американська модель обліку охоплює такі країни, як США, Великобританія, Австралія, Гонконг, Ізраїль, Ірландія, Ісландія, Індія, Канада, Кіпр, Мексика, Нідерланди, Центральна Америка та інші [1].

Основні принципи цієї моделі були розроблені у Великобританії та США. Великий внесок у їх розвиток зробили Нідерланди, тому було б точніше назвати цю модель британоамерикано-голландською.

Основна ідея цієї моделі – орієнтація обліку на інформаційні запити інвесторів і кредиторів. Це зумовлено тим, що промислові революції в США і Великобританії привели до того, що власники компаній та інвестори віддалилися від оперативного управління, передавши його професійним управлінцям.

У цій ситуації фінансовооблікова інформація стає важливим джерелом даних про стан компанії. Управлінський персонал зобов'язаний надавати своїм акціонерам звіти для контролю за ефективністю використання ресурсів. Саме ця обставина визначила націленість фінансової звітності на інформаційні потреби інвесторів і кредиторів. Така орієнтація фінансового обліку властива США і Великобританії протягом багатьох років. Більш того, в цих країнах були створені ринки і біржі цінних паперів, де більшість компаній знаходила додаткові джерела фінансових ресурсів. У результаті цього фінансові звіти компаній значно відрізняються за аналітичністю.

Система загальної і професійної освіти також відповідає високим стандартам, що в певній мірі поширюється на бухгалтерів і користувачів облікової інформації. У цих країнах розташовані штаб-квартири багатьох транс- або мультинаціональних корпорацій (ТНК, МНК) [1].

Список використаних джерел

1. Лучко М. Р. Бухгалтерський облік в зарубіжних країнах : навч. посіб. / М. Р. Лучко, І. Д. Бенько – 2016. – 370 с.

2. Жадько К.С. Сутність і методика застосування міжнародних стандартів фінансової звітності.УДК 336.12:657:338.1 [Електронний ресурс] –Режим доступу:http://magazine.faaf.org.ua/sutnist-i-metodika-zastosuvannya-mizhnarodnih-standartiv-finansovoi-zvitnosti.html

3. Кочерга С. В., Пилипенко К. А. Облік у зарубіжних країнах : навч. посіб. К. : ЦНЛ, 2005. 262 с.

ДОКУМЕНТУВАННЯ РОЗРАХУНКІВ ЗА ПРЕТЕНЗІЯМИ

Науменко Л.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівнк – Пономаренко О.Г.,
кандидат економічних наук, доцент

У процесі функціонування підприємство підтримує зв'язки з великою кількістю партнерів, відносини з якими регулюються умовами укладених договорів. Для відшкодування заподіяних збитків у разі недотримання умов договору на підприємствах потрібно вести претензійно-позовну роботу.

Підприємство, права якого порушені, звертається до порушника з письмовою претензією, яка підписується керівником і надсилається адресату рекомендованим (цінним) листом або вручається під розписку.

У претензії зазначаються [2]:

1) повне найменування і поштові реквізити заявника претензії та особи (осіб), якій претензія пред'являється;
2) дата пред'явлення і номер претензії;
3) обставини, на підставі яких пред'явлено претензію;
4) докази, що підтверджують ці обставини;
5) вимоги заявника з посиланням на нормативні акти;
6) сума претензії та її розрахунок, якщо претензія підлягає грошовій оцінці;
7) платіжні реквізити заявника претензії;
8) перелік документів, що додаються до претензії.

Також під час організації ведення претензійної роботи підприємство має керуватися Рекомендаціями про порядок ведення претензійної та позовної роботи на підприємстві, в установі, організації, які схвалені постановою колегії Міністерства юстиції України від 23 січ. 2007 р. № 35-14/7 [2].

Якщо претензія відхилена повністю або частково, то заявнику мають бути повернені оригінали документів, отриманих з претензією, а також направлені документи, що обґрунтовують відхилення претензії, якщо їх немає у заявника претензії.

Якщо в задоволенні претензії відмовлено або був недотриманий строк відповіді на претензію, заявник вправі подати позов до господарського суду.

Виходячи з наведених положень рекомендуємо документальне оформлення результатів претензійної роботи у конкретних сільськогосподарських підприємствах проводити в Журналі реєстрації претензій та позовів, пред'явлених підприємством.

Особливістю заповнення удосконаленого Журналу обліку претензій та позовів є поєднання у ньому окремих відомостей щодо претензійної та позовної

роботи, що дасть можливість суттєво прискорити облік претензій, оскільки дані будуть зберігатися не в декількох, а в одному журналі (табл. 1).

Таблиця 1

Журналу обліку претензій та позовів, пред'явлених СТОВ «Мрія»

№ з/п	Дата і номер	Найменування та місцезнаходження відповідача	Сума претензії, грн	Суть претензії	Результат розгляду претензії	
					в якій мірі задоволено, сума	в якій мірі відхилено, сума
1	14.01.20., № 13	ТОВ «Зоря», м. Гадяч	1200,00	Недопоставка продукції	1200,00	-
2.	20.02.20, № 25	ТОВ «Агробуд», м. Лохвиця	17000,00	Неповна комплектація	-	-

Продовж. табл. 1

Суть позовних вимог	Ціна позову	Дата і номер позовної заяви	Найменування господарського суду, номер справи	Дата та суть рішення	Дата і номер апеляційної скарги	Результат розгляду апеляційної скарги
-	-	-	-	-	-	-
Докомплектувати у місячний термін	17000,00	25.03.20, № 48	Господарський суд Полтавської області, № 123	02.04.20, задовольнити в повному обсязі	-	-

Отже, Журнал обліку претензій та позовів, пред'явлених підприємством є важливим документом у якому узагальнюються результати претензійно-позовної роботи на підприємстві, та який може надати інформацію про стан виконання окремих претензій та їх подальшого судового проходження.

Список використаних джерел

1. Порядок ведення претензійної та позовної роботи на підприємстві, установі, організації: Рекомендації Міністерства юстиції України від 23.01.2007 р. № 35-14/7 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v14_7323-07 (дата звернення 27.03.2020 р.).
2. Податковий Кодекс України : Кодекс від 02.12.2010 р. № 2755-VI Дата оновлення: 29.10.2019 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99 (дата звернення 27.03.2020 р.).

ВИЗНАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗА МІЖНАРОДНИМИ І НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ

Немовленко Т. А, Щербакова Ю. О,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Красота О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент

Основним нормативним документом, що регламентує облік основних засобів підприємств в нашій країні, є П(С)БО 7 «Основні засоби». Аналогом вітчизняного стандарту вважають Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби». Однак, перелік об'єктів основних засобів, облік яких регулюють обидва стандарти не є ідентичним.

Згідно з П(С)БО 7, основними засобами визнаються матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання 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) [3].

За МСБО 16 «Основні засоби» об'єкти беруться на облік як основні засоби, якщо є намір експлуатувати їх понад один звітний період (рік) у виробництві продукції або в процесі продажу товарів, надання послуг, а також з адміністративною метою, і якщо ці об'єкти (кожен окремо) відповідають одночасно двом умовам: по-перше, є ймовірність отримання економічних вигід від їх використання; по-друге, можливість надійно (достовірно) оцінити їх у вартісному вимірі. Таким чином, незважаючи на різницю у формулюванні, жодних відмінностей по суті у цьому питанні немає. Існують певні відмінності в підходах до класифікації основних засобів. В міжнародних стандартах здійснюється поділ основних засобів за класами, під якими розуміють групу активів, однакових за характером і способом використання в діяльності суб'єкта господарювання [2].

У МСБО 16 «Основні засоби» виділено наступні класи основних засобів: земля; земля та будівлі; машини та обладнання; кораблі; літаки; автомобілі; меблі та приладдя; офісне обладнання. П(С)БО 7«Основні засоби» виділяє наступні групи основних засобів: земельні ділянки; капітальні витрати на поліпшення земель; будинки, споруди; машини та обладнання; транспортні засоби; інструменти, приладдя, інвентар (меблі); тварини; багаторічні насадження; інші основні засоби. При цьому, під групою основних засобів розуміють сукупність однотипних за технічними характеристиками, призначенням та умовами використання необоротних матеріальних активів. Тобто суттєвої різниці між групою і класом у даному випадку немає, проте набір цих груп (класів) є

різним. Важливим аспектом обліку основних засобів є їх оцінка при надходженні. Відомо, що придбані або створені основні засоби зараховують на баланс за первісною вартістю. Це положення наведене як в національних, так і в міжнародних стандартах [1].

При первісній оцінці об'єктів основних засобів за міжнародними стандартами до їх вартості може включатися резерв майбутніх витрат на демонтаж, ліквідацію об'єкта і відновлення ділянки після закінчення терміну експлуатації.

За міжнародними стандартами балансова вартість об'єкта основних засобів може бути зменшена на суму отриманих державних грантів (субсидій), якщо таке фінансування було пов'язане з придбанням саме цього об'єкта. Облік отримуваних грантів регулюється МСБО 20 «Облік державних грантів і розкриття інформації про державну допомогу» [2].

Суттєво відрізняється порядок відображення в обліку переоцінки накопиченого зносу під час переоцінки вартості об'єкта. МСБО 16 передбачає два методи переоцінки суми зносу:

а) сума накопиченого зносу перераховується пропорційно до зміни валової вартості активу;

б) сума зносу виключається з вартості активу.

У П(С)БО 7 другий метод відсутній: передбачено використовувати лише перший (пропорційний) метод коригування накопиченого зносу [3].

Сучасний стан обліку основних засобів в Україні певною мірою відповідає вимогам міжнародних стандартів бухгалтерського обліку і звітності, але має окремі розбіжності. Ці розбіжності стосуються, як обліку основних засобів (в аспектах щодо формування первісної вартості, переоцінки, нарахування амортизації тощо), так і відображення інформації про них у фінансовій звітності. Така ситуація є цілком закономірною, адже процес адаптації нормативної бази України до вимог міжнародних стандартів обліку і звітності триває. На даному етапі важливим є розуміння необхідності безпосередньої участі України у процесі формування міжнародних стандартів з метою врахування національних інтересів.

Список використаних джерел

1. Утенкова К.А. Облік основних засобів за міжнародними та національними стандартами. *Облік і фінанси*. 2014. № 2. С. 8

2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» . URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_014.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 Основні засоби від 27 квіт. 2000 р. № 92. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0288-00.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ НАРАХУВАННЯ, СПЛАТИ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ В ОБЛІКУ

Овчаренко А.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Лега О. В.,
кандидат економічних наук, доцент

З метою збереження суверенітету і територіальної цілісності держави, а також відновлення обороноздатності України в серпні 2014 року уряд запровадив військовий збір. Кошти, які надходять до бюджету від цього податку, призначені для фінансування потреб оборони України, тому своєчасна та повна сплата цього збору є надзвичайно важливою. Саме тому вивчення проблем нарахування та сплати військового збору є актуальним.

Законом України „Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи”, який набрав чинності з 01.01.2015 р., внесено зміни до Податкового кодексу України (надалі – ПКУ) у частині оподаткування військовим збором. Відповідно до п. 161 Розділу XX Перехідних положень ПКУ оподаткування військовим збором подовжено до набрання чинності рішення Верховної Ради України про завершення реформи Збройних Сил України [4].

Ставка збору становить 1,5% від об'єкта оподаткування. Відповідно до змін ПКУ розширено перелік об’єктів, що підлягають оподаткуванню збором. Так, з 1 січня 2015 року об'єктом оподаткування військовим збором є і такі види доходів як проценти, дивіденди, роялті та будь-які інші пасивні доходи, сплачені резидентами України; доходи від надання резидентам або нерезидентам в оренду; доходи від продажу рухомого та нерухомого майна, доходи від відчуження корпоративних прав, цінних паперів, у тому числі акцій українських емітентів; доходи, отримані як внески та премії на страхування і перестрахування ризиків на території України; доходи страховиків-резидентів; інші доходи; доходи від спадщини, подарунків, виграшів, призів.

Таким чином, оподаткуванню військовим збором підлягає загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід, який також оподатковують податком на доходи фізичних осіб. Проте, на відміну від податку на доходи фізичних осіб, базою оподаткування є повністю розмір загального доходу, який не зменшується на суми єдиного соціального внеску чи будь-яких інших пільг [2].

Важливим питанням є не лише порядок нарахування та сплати військового збору, а й відображення його у бухгалтерському обліку. Так, у Плані рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов’язань і господарських операцій підприємств і організацій та Інструкції про його застосування не передбачено окремого субрахунку щодо обліку військового збору. Тому підприємства

та організації здебільшого відображають облік військового збору по субрахунку 642 “Розрахунки за обов’язковими платежами” як інші платежі. Суму нарахованого збору необхідно відображати за кредитом субрахунку 642 в кореспонденції з дебетом відповідних рахунків з яких стягується збір, а сплата збору відповідно відображається по дебету субрахунку 642 [1].

На сьогодні не має законодавчо-нормативного акту, який регламентує бухгалтерський та податковий облік з нарахування та сплати військового збору. Також, варто зазначити, що немає й окремої форми звітності для звітування по нарахуванні і сплаті військового збору. Відображення податковим агентом загальної суми доходу, з якого утримано військовий збір за звітний період, передбачено у податковому розрахунку форми № 1ДФ “Податковий розрахунок сум доходу, нарахованого (сплаченого) на користь платників податку, і сум утриманого з них податку”. Визначену суму збору слід перераховувати до бюджету за правилами, встановленими для податку на доходи фізичних осіб [3].

Враховуючи вище сказане, необхідно якнайшвидше доопрацювати та вдосконалити законодавчо-нормативну базу щодо справляння військового збору, відображення його в обліку, що полегшить роботу бухгалтерської служби. Адже, військовий збір є важливим елементом надходжень до бюджету, особливо в такі важкі часи для нашої країни.

Список використаних джерел

1. Овчарик З. Д. Актуальність введення і продовження терміну стягнення військового збору та його облік. *Збірник наукових праць. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». ЛНТУ*. Випуск 11(41). Ч. 2. Луцьк, 2014. С. 248-254.

2. Острівна Л. В. Проблемні аспекти нарахування та сплати військового збору. *Збірник наукових праць. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету.* Випуск 26. Кіровоград: КНТУ, 2014. С. 200-207.

3. Про внесення змін в адміністрування податку на доходи фізичних осіб та військового збору: Лист ДФС України № 1665/7/99-99-17-02-01-17 від 21.01.2015 р. URL: http://sfs.gov.ua/podatki-ta-zbori/zagalnoderjavni-podatki/podatok-na-dohodi-fizichnih-/listi-dps/180040.html (дата звернення 15.03.2020).

4. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи: Закон України №71-VIII від 28 грудня 2014 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/71-19 (дата звернення 15.03.2020).

ВПЛИВ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ НА ЕКОНОМІЧНУ РІВНОВАГУ

Піскунова О.Л.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Пономаренко О.Г.,
кандидат економічних наук, доцент

До основних критеріїв оподаткування, на які повинна бути зорієнтована податкова політика в сфері оподаткуванню доходів фізичних осіб необхідно віднести фіскальну достатність і соціальну справедливість, стабільність і гнучкість, максимальне урахування інтересів платників податків і держави.

Пріоритет у визначенні об'єкта оподаткування доходів фізичних осіб і ставки податку з доходу –забезпечення справедливого розподілу податкового тягаря між верстами населення з різними рівнями доходів та максимізація ролі податку на доходи фізичних осіб в доходах бюджету [1].

Останнє проявляється у впливі оподаткування доходів фізичних осіб на загальну економічну рівновагу (рис. 1).

Рис. 1. Характеристика аспектів впливу податку на доходи фізичних осіб на економічну рівновагу

Досвід розвинутих країн свідчить, що прибуткове оподаткування є дієвим інструментом перерозподілу з чітко визначеними умовами. Тобто, удосконалення оподаткування доходів фізичних осіб в Україні має здійснюватися за принципом соціальної справедливості.

З метою поліпшення демографічної ситуації цінним є використовувати досвід оподаткування з урахуванням сімейного складу платників, зокрема кількості неповнолітніх дітей. Використання прогресивної системи оподаткування доходів громадян дасть змогу врахувати реальний рівень доходів громадян.

Саме внаслідок оподаткування виникають так звані безнадійні втрати для економіки, пов'язані зі зміною поведінки платників: зменшується платоспро-

можність (ефект доходу); змінюється структура споживання; зменшуються заощадження на користь споживання (ефект заміни); знижується пропозиція праці (за високих ставок податку з доходу).

Існуючими негативними факторами досліджуваного податкового механізму є: поширення практики ухилення від оподаткування, зловживання спрощеним оподаткуванням, міграція до зарубіжних країн з використанням інших податкових юрисдикцій.

На відміну від вітчизняних реалій, оподаткування доходів фізичних осіб в зарубіжних країнах спрямовано на вирішення соціальних питань та економічну мотивацію домогосподарств водночас із забезпеченням уряду фінансовими ресурсами.

Відповідно до податкової системи США [2] доходи фізичних осіб можуть оподатковуватися як окремо з кожного громадянина, так і з доходу сім'ї. Оподатковуваний дохід обкладається за прогресивною шкалою. При цьому платники податку поділяються на чотири категорії, які оподатковуються за різними ставками залежно від доходу. Ставка оподаткування коливається від 15 до 39,6 %. Останніми роками з'явилася тенденція до зростання мінімуму доходів, що не обкладаються податком, та до зменшення його максимальної ставки. Тобто фіскальний тиск послаблюється.

Однією з найдавніших вважають податкову систему Великобританії. Прибутковий податок з громадян становить близько 65 % від усіх прямих податків, що надходять до державного бюджету. Специфікою оподаткування доходів громадян є те, що їхні доходи поділяються на певні частки, які оподатковуються за окремою методикою. Ставка податку диференціюється залежно від річного доходу: 20; 25; 40 % [2].

Практика оподаткування доходів фізичних осіб у Німеччині також має свої особливості. Основним податком, який сплачують громадяни Німеччини, є прибутковий податок. Він встановлюється на всі види доходів, які отримує фізична особа. Усі платники при визначенні податку із заробітної плати поділяються на класи. Ставка податку в цій країні встановлена в розмірі від 19 до 53 % [2]. Наприклад, для неодружених установлено значно меншу суму неоподаткованого мінімуму, ніж для одружених. Це пов'язано з важкою демографічною ситуацією в країні й спрямовано на стимулювання наро-джуваності, зростання чисельності населення.

На відміну від України, де порядок, ставки, правила оподаткування податком з доходів фізичних осіб встановлюються виключно на загальнодержавному рівні, в іноземних державах органам місцевого самоврядування надано досить широке право в сфері податкової юрисдикції (Болгарія, Кіпр, Естонія, Греція, Латвія, Норвегія, Румунія) [2].

Список використаних джерел

1. Податковий Кодекс України : Кодекс від 02.12.2010 р. № 2755-VI Дата оновлення: 20.10.2019 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17 (дата звернення 16.11.2019 р.).

2. Танклевська Н. С. Світовий досвід оподаткування доходів фізичних осіб. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки.* 2013. Т. 1. Вип. 1 (6). С. 264-268.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ СУДОВО-БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ГРОШОВИХ І РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ

Павлієнко І.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Мац Т. П.,
кандидат економічних наук, доцент

Судово-бухгалтерська експертиза належить до найпоширеніших видів судових експертиз, яку застосовують при розслідуванні та розгляді кримінальних і цивільних справ. Одним з основних об’єктів дослідження судово-бухгалтерської експертизи є грошові і розрахункові операції. Суттєвий внесок у вирішення даного питання зробили такі вчені, як Т.М. Арзуманян, Г.А. Атанесян, М.Т. Білуха, Б.А. Бор'ян, Ф.Ф. Бутинець, А.М. Бєлов, М.І. Камлик, Н.Г. Гаджиєв, Т.М. Дмітрієнко, С.Ф. Іванов, М.М. Ласкін, І.Л. Петрухін, В.Д. Понікаров, П.Ю. Пошюнас, В.О. Шевчук та ін.

Грошові кошти є найбільше ліквідними активами, їх можна легко вилучити з обігу, сховатита витратити, тому вони найбільш частіше підлягають розкраданням як на підприємствах, такі в бюджетних установах. Якщо розглядаються справи про розкрадання грошових коштів, проведення судово-бухгалтерської експертизи є обов’язковою для встановлення міри відповідальності осіб, визначення сум розкрадання та встановлення терміну розкрадання грошей. [1]

При проведенні судово-бухгалтерської експертизи грошових і розрахункових операцій відповідно до завдань експертної установи та постанови правоохоронних органів експерт-бухгалтер визначає перелік об‘єктів експертного дослідження.

Ними, зокрема, можуть бути: стан зберігання коштів у касі підприємства; матеріальна відповідальність за збереження коштів у касі підприємства; операції з готівкою; операції на рахунках в банку; бухгалтерський облік касових операцій; стан зберігання і поточні операції з цінними паперами; розрахункові операції підприємства; нестача коштів та збитки, виявлені ревізією [2].

Але більш детально я хочу розглянути нестачі коштів та збитки, які можуть бути виявлені ревізією – в процесі вивчення даного об‘єкта судово-бухгалтерської експертизи необхідно встановити, наскільки обґрунтовано реві-

зія визначила розмір збитків, а також хто і в якій мірі повинен нести відповідальність за заподіяну підприємству шкоду. Підприємства зобов'язана створити необхідні умови для забезпечення збереження грошових коштів у касі. На кожному підприємстві повинна бути мінімальна сума у касі на задоволення невідкладних господарських потреб. Тому ліміт залишку у касі встановлюється установою банку або самостійно підприємством.

Якщо було виявлено нестачі або лишків коштів, то експерт бухгалтер проводить наступні дії, а саме такі: порівнює записи в касовій книзі з ПКО та ВКО; перевіряє достовірність підрахунків та правильність підрахунків у книзі за кожний день; порівнює записи у касовій книзі та звіті касира, а також самі документи, що прикладаються до ПКО та ВКО.

Об'єкти судово-бухгалтерської експертизи грошових і розрахункових операцій носять загальний типовий характер. Згідно із завданням експертної установи та постановою про призначення судово-бухгалтерської експертизи, експерт-бухгалтер обирає і досліджує лише окремі конкретні об'єкти [3].

Досліджуючи операції з грошовими коштами, судово-бухгалтерська експертиза використовує нормативно-правову інформацію, загальнодержавні нормативні акти, а також нормативно-довідкову інформацію, які регулюють операції з грошовими коштами підприємств.

До фактографічної інформації належать: Первинні документи (ПКО та ВКО, корінець чекової книжки, договір про матеріальну відповідальність, акт про результати інвентаризації наявних коштів, квитанція на внесок готівки до банку),; облікові регістри (касова книга, журнал реєстрації ПКО та ВКО, звіт касира, Головна книга),; Звітні документи (КОРО, баланс підприємства,авансові звіти) [3].

Основною метою її проведення є встановлення об'єктивної істини щодо достовірності та об'єктивності відображення в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності готівково-розрахункових операцій. Дана експертиза дає змогу зменшити та завчасно виявити злочини, які пов'язані з грошовими операціями, та з'ясувати міру відповідальності осіб, які задіяні в цих злочинах. перевірка і т.д.).

Список використаних джерел

1. Акімов В.В., Бандурка О.М., Бєляєва Л.А., Лукін В.О., Судово-бухгалтерська експертиза в кримінальних справах про розкрадання грошових коштів, метод. Посіб. – Харків, 2000, - с. 4-18, 28-36.

2. Бруханський Р.Ф. Судово - бухгалтерська експертиза. Навчальний посібник . – Тер нопіль: ТНЕУ, 20 1 0. – 246 с.

3. Волкова І.А. Судово-бухгалтерська експертиза : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] К. : Центр учбової літератури, 2009. – 84 с.

4. Гуцаленко Л.В. Судово-бухгалтерська експертиза : [навч. посіб.] К. : Центр учбової літ., 2011. – 352 с.

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

Павлієнко І.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультет обліку та фінансів

Науковий керівник – Черненко К.В.,
кандидат економічних наук

Головним на підприємствах є виробничі запаси. Їх можливо охарактеризувати, як запаси, які забезпечують узгодженість, безперервність і ритмічність діяльності підприємств, а також вони вимагають інвестицій, що визначає його фінансовий стан, прибуток та конкурентоспроможність на ринку.

Наукові праці свідчить проте, що й досі потрібно удосконалювати виробничі запаси. Багато вчених досліджують природу та методику управління виробничими запасами на підприємствах. Підприємствам потрібно звернути увагу на вдосконалення існуючих форм документації з оперативного обліку виробничих записів. Ввести нові форми первинних документів, які повинні забезпечити своєчасне надходження і вибуття, які впливають на підвищення рівня обліку та контролю їх використання [1].

Для підвищення ефективності успішного розвитку не тільки підприємств, а й економіки України в цілому є автоматизація бухгалтерського обліку із застосуванням комп'ютерної програми 1С:Підприємство, тобто щоб автоматизований облік був не тільки в бухгалтерії але і в обліковця та комірника. Це дозволить скоротити час на отримання та обробку документів [3].

Автоматизація обліку виробничих запасів призначений для автоматизованого обліку наявності та руху запасів. Запаси є найбільш значною частиною активів підприємства, вони відносяться до складу оборотних активів, тому що можуть бути перетворені на грошові кошти протягом операційного циклу. До запасів відносять сировину та матеріали, готова продукції, незавершене виробництво тощо [2].

Основними негативними аспектами в діяльності підприємства в сфері обліку запасів є:

- низький рівень оперативності інформаційного забезпечення управління виробничими запасами підприємств;
- невідповідний рівень контролю та оперативного регулювання процесів утворення запасів;
- обмеженість контролю використання виробничих запасів;
- складність визначення справедливої (ринкової та неринкової) вартості запасів, що полягає у використанні підприємствами бартерного обміну, більше того, обміну на не подібні активи.

Вирішення цих проблем потребує оновлення системи інформації про виробничі запаси, використання нетрадиційних для вітчизняної облікової практи-

ки підходів до ефективного їх використання та оптимізації результатів діяльності підприємства через застосування принципів і методів бухгалтерського обліку [4].

Шляхи подолання проблем ведення обліку виробничих запасів на підприємствах:

- підвищення оперативності інформаційного забезпечення управління виробничими запасами підприємств;
- удосконалення системи автоматизації обліково – аналітичних робіт в управлінні виробничими запасами;
- узгодження механізмів бухгалтерського і податкового обліку виробничих запасів;
- обґрунтування системи обліку матеріальних витрат на освоєння нової техніки і технології виробництва;
- чітка організація обліково-контрольних процедур руху запасів підприємств ;

Внесені пропозиції щодо автоматизації обліку за допомогою комп'ютерної системи 1С: Підприємство, яка допоможе прискорити роботу бухгалтерів, полегшити та покращити процес обліку, а отже покращити ситуацію на підприємстві, створити перспективні умови його подальшого розвитку. Виробничі запаси є основною оборотних коштів та основою життєдіяльності підприємства. Тому достовірний облік їх на підприємстві є невід'ємною частиною управління, і тому він досягається через упровадження на підприємстві автоматизованого обліку запасів.

Список використаних джерел

1. Кужельний М. В., Лінник В. Г. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник. К.: КНЕУ. 2015. 334 с.
2. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів [8-те вид., перероб. і доп.]. Житомир: ПП «Рута». 2015. 912 с.
3. Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: Навч. Посібник. К., 2014. 526 с.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 9 «Запаси», затверджене наказом МФУ від 20.10.1999 р. № 246, зі змінами і доповненнями. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99.

ОРГАНИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В АВСТРАЛІЇ

Павловська Т. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Ходаківська Л. О.,
кандидат економічних наук, доцент

За оцінкою Міжнародного валютного фонду у 2019 році Австралійський Союз посідає чотирнадцяте місце за рівнем ВВП у світі і десяте за рівнем ВВП на душу населення. Управління економікою такої заможної країни вимагає серйозного контролю.

Система фінансового контролю в Австралії розпочинається з Ради фінансових регуляторів. Вона координує діяльність основних регуляторних органів країни: Австралійського органу пруденційного регулювання, Австралійської комісії з цінних паперів та інвестицій, Резервного Банку Австралії та Казначейства. Крім того, якщо в цьому є потреба, до засідань Ради можуть долучатися інші організації: наприклад, Австралійська комісія з питань конкуренції та споживачів, Австралійська податкова служба чи Австралійський центр звітів та аналізу трансакцій. В нормальних умовах Рада фінансових регуляторів збирається раз на квартал у складі двох представників – керівника агентства та іншого старшого представника – від кожного з чотирьох агентств-членів.

Рада фінансових регуляторів не має офіційних повноважень щодо регулювання чи прийняття політичних рішень, оскільки її діяльність спрямована саме на координацію роботи контролюючих фінансових організацій країни. Рада забезпечує співробітництво й обмін інформацією між ними, узгодження нормативних та звітних вимог, виявлення важливих питань і тенденцій у фінансовій системі з акцентом на ті, які можуть впливати на загальну фінансову стабільність. У період між щоквартальними засіданнями керівників робота Ради фінансових керівників здійснюється через різні робочі групи, які працюють над конкретними темами чи реформами політики [4].

Домовленості, яких було досягнуто на засіданнях Ради, можуть виконуватися її членами, але відповідальність за ці дії несеться кожним органом окремо.

Австралійський орган пруденційного регулювання є незалежним статутним органом, який здійснює нагляд за банками, будівельними товариствами, кредитними спілками, компаніями загального страхування та страхування життя, більшою частиною індустрії забезпечення, і підзвітний парламенту Австралії. Також він виступає національним статистичним агентством для фінансового сектору, збираючи дані як для власних цілей, так і від імені Резервного банку Австралії та Австралійського статистичного бюро.

Австралійський орган пруденційного регулювання здійснює контроль за установами у сфері банківської діяльності, страхуванням та страховим забезпе-

ченням шляхом ліцензування відповідних установ, наданням регуляторних схвалень з таких питань, як зміни форм власності, передача бізнесу тощо, проведенням на місці огляду діяльності установ (перевірки, ревізії і т. д.), а також оцінка ризиків у діяльності установ, з метою визначення наглядового підходу [1].

Австралійська комісія з цінних паперів та інвестицій є регулятором корпоративних, ринкових та фінансових послуг Австралії. Вона несе відповідальність за цілісність ринку, захист споживачів і регулювання діяльності інвестиційних банків та фінансових компаній. Це сприяє економічній репутації та добробуту населення Австралії.

Австралійська комісія з цінних паперів та інвестицій контролює зовнішні схеми вирішення суперечок, а саме: діяльність Служби фінансового омбудсмена і Служби кредитного та інвестиційного омбудсмена. Більшість суперечок з постачальниками фінансових послуг в Австралії вирішуються між замовником та відповідним банком, постачальником кредитних послуг, страховою компанією чи іншим постачальником фінансових послуг. Однак, якщо спір не вдається вирішити безпосередньо, Служба фінансового омбудсмена може розглянути його. Вона може дати офіційну рекомендацію та вимагати від постачальника фінансових послуг сплатити певну суму грошей, змінити умови, або звільнити заставу за боргом, змінювати умови кредитного договору у випадках фінансових труднощів, поважати вимогу страхового полісу тощо [2].

Резервний банк Австралії – є центральним банком країни. До його обов’язків відноситься підтримка цінової стабільності, повної зайнятості, а також економічного процвітання та добробуту австралійського народу. Це робиться через встановлення грошової ставки для досягнення середньострокової інфляційної мети, підтримки сильної фінансової системи та ефективної системи платежів і випуском банкнот країни. На практиці Резервний банк концентрується на першій меті, а саме, контролювати інфляцію за допомогою грошово-кредитної політики [5].

Казначейство є центральним політичним агентством. Воно оцінює та контролює питання політики з точки зору загальної економіки, враховуючи обставини уряду та зацікавлених сторін, і швидко реагує на зміни подій, напрямків. Казначейство надає ґрунтовний економічний аналіз та авторитетні рекомендації щодо політичних питань, таких як: економіка, бюджет, оподаткування, фінансовий сектор, іноземні інвестиції, структурна політика, забезпеченість, малий бізнес, доступність житла та міжнародна економічна політика [3].

Через діяльність у Раді фінансових регуляторів Казначейство, як політична організація, гарантує, що оператори ринку мають відповідний нагляд та полегшують управління кризовими ситуаціями, якщо це потрібно.

Отже, система фінансового контролю в Австралійському Союзі є досить складною, але вона забезпечує ефективний нагляд за дотриманням принципів законності, економічності, доцільності шляхом виявлення та попередження правопорушень.

Список використаних джерел

1. Веб-сайт Австралійського органу пруденційного регулювання. URL: https://www.apra.gov.au/ (дата звернення: 27.03.2020).
2. Веб-сайт Австралійської комісії з цінних паперів та інвестицій. URL: https://asic.gov.au/ (дата звернення: 27.03.2020).
3. Веб-сайт Казначейства. URL: https://treasury.gov.au/ (дата звернення: 27.03.2020).
4. Веб-сайт Ради фінансових регуляторів. URL: https://www.cfr.gov.au/ (дата звернення: 27.03.2020).
5. Веб-сайт Резервного Банку Австралії. URL: https://www.rba.gov.au/ (дата звернення: 27.03.2020).

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

Пазюченко О. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Романченко Ю. О.,
кандидат економічних наук, доцент

Облікова політика є інструментом реалізації способів (прийомів) методу бухгалтерського обліку (спостереження, вартісного вимірювання, групування, підсумкового узагальнення) з метою формування повної, достовірної фінансової та управлінської інформації для управління і прийняття обґрунтованих рішень зацікавленими особами і може відрізнятися на різних підприємствах [2].

Облікова політика малого підприємства повинна забезпечити цілісність бухгалтерського обліку і тому має охоплювати всі аспекти облікового процесу: методичний, технічний та організаційний. Складу наказу про облікову політику, як важливого облікового регламента, залежно від виду малого підприємства подано в табл. 1.

Наказ про облікову політику – це основний методичний документ, яким підприємство керується в період своєї діяльності, й найменші відхилення від неї можуть вплинути на фінансові результати підприємства, достовірність фінансової звітності та призвести до негативних наслідків, що тягнуть за собою штрафні санкції з боку уповноважених державних контролюючих органів [1].

При формуванні облікової політики передбачається майнова відокремленість і безперервність діяльності підприємства, послідовність застосування облікової політики, а також тимчасова визначеність фактів господарської діяльності. Облікова політика повинна відповідати вимогам повноти, обачності, принципам превалювання сутності над формою, послідовності, безперервності, періодичності та іншим принципам, передбаченим Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [3].

Таблиця 1

Склад наказу про облікову політику малих підприємств

Розділи та елементи наказу про облікову політику	Малі підприємства	Мікро-підприємства
Загальні положення	+	+
Розділ І. Організація облікового процесу		
Організаційна структура бухгалтерії	-	-
Форма організації бухгалтерського обліку	+	+
Перелік внутрішніх нормативних документів	+	-
Розділ ІІ. Методика та порядок ведення облікового процесу		
Межа суттєвості	+	+
Методи оцінки вибуття запасів	+	+
Строки проведення інвентаризації	+	+
Методи нарахування амортизації необоротних активів	+	+
Визнання доходів і витрат	+	+
Методи калькулювання витрат виробництва	+	+
Розділ ІІІ. Технічне забезпечення облікового процесу		
Робочий План рахунків	+	-
Перелік первинних документів і облікових регістрів	+	+
Форма ведення бухгалтерського обліку	-	-
Правила документообігу та обробки облікової інформації	+	+
Склад і порядок подання фінансової звітності	+	+
Додатки		
Робочий план рахунків	-	-
Графік документообігу	+	+
Перелік первинних документів і облікових регістрів	-	-

Ураховуючи чисельність працюючих, обсяги реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), види діяльності, систему оподаткування та інші чинники, які впливають на вибір методів ведення і організації обліку, власники та обліковий персонал малих підприємств повинні виходити з принципу раціональності та врахування індивідуальних особливостей при формуванні облікової політики.

Таким чином, формування облікової політики полягає в тому, що з усієї сукупності способів реалізації прийомів обираються придатні на даний момент за конкретних умов. Обрані способи ведення бухгалтерського обліку повинні забезпечувати обліковий процес, в результаті якого формується повна і достовірна картина майнового і фінансового стану підприємства.

Список використаних джерел

1. Гуріна Н. В. Формування облікової політики підприємства щодо витрат і доходів. URL : http://www.business-inform.net/pdf/2015/8_0/ 194_199.pdf (дата звернення 15.11.2019 р.).

2. Облікова політика підприємства : навч. посіб. / за ред. Ю. М. Лузана,

В. М. Гаврилюка. 2-е вид., доп. і перероб. Київ : Видавництво ТОВ «Юр-Агро-Веста», 2009. 328 с.

3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-IV. *Верховна Рада України*. URL : http://kodeksy.com.ua/pro_buhgalters_kij_oblik_ta_finansovu_zvitnist.htm (дата звернення 15.11.2019 р.).

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ЗВІТНОСТІ ЗА ЄДИНИМ СОЦІАЛЬНИМ ВНЕСКОМ

Палій М. О.
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Єрмолаєва М.В.,
кандидат економічних наук, доцент

Відповідно до Конституції України для захисту громадян створена система державного соціального страхування. На початковому етапі вона включала відрахування до чотирьох фондів, що регламентувалися низкою нормативних актів, що у свою чергу ускладнювало роботу бухгалтерів.

З прийняттям Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 08.07.2010 р. № 2464-VI в облікову практику увійшов єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – «консолідований страховий внесок, збір якого здійснюється до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування в обов'язковому порядку та на регулярній основі з метою забезпечення захисту у випадках, передбачених законодавством, прав застрахованих осіб на отримання страхових виплат (послуг) за діючими видами загальнообов'язкового державного соціального страхування» [1]. Прийняття цього Закону дало змогу оптимізувати податкове законодавство шляхом створення єдиного платежу.

Законом передбачається, що усі суб’єкти, що провадять свою діяльність на території Україні, незалежно від форми власності, зобов’язані здійснювати нарахування внесків на загальнообов’язкове державне соціальне страхування на фонд оплати праці працівників, що працюють на умовах трудового та цивільно-правового договорів. Також на роботодавців покладається обов’язок щомісячного подання до податкових органів звітності з єдиного соціального внеску на загальнообов’язкове державне соціальне страхування (ЄСВ) за найманих працівників.

Роботодавці зобов’язані щомісяця, не пізніше 20-го числа, сплачувати до бюджету суму нарахованого єдиного соціального внеску за найманих працівників. У разі несвоєчасної або не в повному обсязі сплати ЄСВ до плат-

ника застосовуються фінансові санкції, передбачені Законом України № 2464, а посадові особи, винні в порушенні законодавства про збір та ведення обліку соціального внеску, несуть дисциплінарну, адміністративну, цивільно-правову або кримінальну відповідальність.

Згідно з Порядком формування та подання страхувальниками звіту щодо сум нарахованого єдиного соціального внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування існує 6 Додатків.

«У додатку 1 наведено Довідник категорій страхувальників, які сплачують ЄСВ, у додатку 2 - Таблиця відповідності кодів категорії застрахованої особи та кодів бази нарахування та розмірів ставок ЄСВ, у додатку 3 - Довідник кодів підстав для обліку стажу окремим категоріям осіб відповідно до законодавства.

Додатки 4-6 - це звіти, які зобов'язані подавати різні категорії страхувальників до органів ПФУ, у строк не пізніше 20 числа місяця, наступного за звітним періодом» [2].

Звіт подається за основним місцем взяття на облік у фіскальних органах в один із таких способів:

- «засобами електронного зв’язку в електронній формі з дотриманням умови щодо реєстрації електронного підпису відповідальних осіб у порядку, визначеному законодавством;

- на паперових носіях, завірених підписом керівника страхувальника та скріплених печаткою (за наявності), разом з електронною формою на електронних носіях інформації;

- на паперових носіях, якщо у страхувальника кількість застрахованих осіб не перевищує п'яти. Звіт на паперовому носії заповнюється українською мовою в друкованому вигляді або кульковою ручкою із синім або чорним чорнилом друкованими літерами без помарок та виправлень. У разі незаповнення того чи іншого рядка Звіту через відсутність операції цей рядок прокреслюється. Надсилання поштою з повідомленням про вручення та з описом вкладення за умови, що у страхувальника кількість застрахованих осіб не перевищує п'яти не пізніше ніж за десять днів до закінчення граничного строку подання Звіту» [3].

Страхувальник повинен подавати Звіт у повному обсязі. Звіт, складений з порушенням вимог Порядку № 435, у тому числі без обов'язкових реквізитів та поданий без всіх необхідних таблиць, не вважається звітом і вважається таким, що не подавався.

Водночас якщо юридичні особи або фізичні особи – підприємці не використовують працю фізичних осіб на умовах трудового договору (контракту) або на інших умовах, передбачених законодавством, Звіт за найманих працівників до фіскальних органів не подається.

В загальних масштабах запровадження ЄСВ сприяє раціональному реформуванню системи загальнообов’язкового державного соціального страхування, адже стимулює детінізацію економіки, шляхом офіційного відображення сум отриманого доходу.

Список використаних джерел

1. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 08.07.2010 р. № 2464-VI. Дата оновлення 18.03.2020 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17.

2. Засадний Б. А., Даценко Т. В. Особливості нарахування та утримання єдиного соціального внеску. URL: http://magazine.faaf.org.ua/osoblivosti-narahuvannya-ta-utrimannya-edinogo-socialnogo-vnesku.html.

3. Лищенко О. Г., Прохоренкова М. А. Облік розрахунків за єдиним соціальним внеском. URL: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/3205/1/Lishchenko_Accounting_for_payments.pdf.

ОРГАНІЗАЦІЙНА МОДЕЛЬ АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Пинчук А. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Лега О. В.,
кандидат економічних наук, доцент

Основні засоби є однією з складових матеріально-технічного забезпечення виробничих підприємств. На сьогодні, діяльність переважної кількості таких підприємств позбавлена інвестиційних можливостей через послаблення інноваційно-інвестиційних процесів, тому оновлення основних засобів є неефективним. Саме тому одним із важливих напрямків аналізу для виробничих підприємств є аналіз основних засобів підприємства.

Здійснення такого аналізу має на меті визначення забезпеченості основними засобами за умови найбільш інтенсивного їх використання та пошуку резервів підвищення їх віддачі. Завданнями аналізу основних засобів є: а) оцінка основних засобів; б) аналіз основних тенденцій розвитку; в) вивчення та кількісне обчислення впливу основних факторів на величину основних засобів; г) виявлення, вивчення та використання резервів підвищення ефективності використання основних засобів; д) надання вичерпної інформації для прийняття управлінських рішень.

Інформаційна база аналізу основних засобів є групи документів:

1. Облікові – первинні (Акт приймання-передачі (внутрішнього переміщення) основних засобів; Акт приймання-здачі відремонтованих, реконструйованих та модернізованих об'єктів; Акт списання основних засобів) та журнали-ордер по рахунках 10, 11, 13, 15.

2. Фінансова звітність - ф. № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)», ф. № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)», ф. № 3 «Звіт про рух грошових коштів», ф. № 5 «Примітки до фінансової звітності». - «Баланс

(Звіт про фінансовий стан)», дані якого використовують для оцінки динаміки залишкової, первісної вартості основних засобів та суми зносу;

- «Звіт про власний капітал» – для оцінки змін у власному капіталі, в тому числі за рахунок зміни вартості основних засобів (внески до зареєстрованого капіталу, дооцінка, уцінка);

- «Примітки до фінансової звітності», розділ ІІ «Основні засоби» якого дає можливість проаналізувати склад, динаміку та структуру основних засобів, розділ ІІІ «Капітальні інвестиції» - склад, динаміку та структуру інвестицій у капітальне будівництво, придбання (виготовлення) основних засобів, інших необоротних матеріальних активів, придбання (створення) нематеріальних активів та придбання (вирощування) довгострокових біологічних активів.

3. Статистична звітність – ф. №о 50-сг «Звіт про основні економічні показники роботи сільгосппідприємств», ф. №2-ОЗ ІНВ «Звіт про наявність і рух необоротних активів, амортизацію та капітальні інвестиції», №2-нвестиції «Звіт про капітальні інвестиції».

Структура організаційної моделі аналізу основних засобів наведена на рис. 1.

Рис .1. Організаційна модель аналізу основних засобів підприємства

Аналіз основних засобів на основі зазначеної інформаційної бази та з використанням запропонованої моделі допоможе керівництву виробничих підприємств у прийнятті ефективних управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Швець Н. В., Бродський О. Л. Проблемні питання аналізу основних засобів підприємства. *БІЗНЕС-ІНФОРМ*. 2012. № 8. С. 159 – 162. URL: http://www.business-inform.net/pdf/2012/8_0/159_162.pdf. (дата звернення 20.03.2020).

РЕКЛАМА: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

Сидоренко Л.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Романченко Ю.О.,
кандидат економічних наук, доцент

Реклама - це спосіб подання інформації щодо існуючої пропозиції на товари та послуги через спеціальні носії від імені виробника або посередника, з метою інформування, збільшення кола споживачів, привернення уваги, а отже, і збільшення рівня прибутку. Згідно з Законом України «Про рекламу», реклама - це спеціальна інформація про продукцію, послуги або осіб, що подається у будь-якій формі та будь-який спосіб, з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку.

Рекламу необхідно розглядати в трьох аспектах: внутрішньофірмову, рекламу для створення престижу підприємства в суспільстві і рекламу з метою розширення збуту.

Внутрішньофірмова реклама встановлює надію співробітникам у власне підприємство, і має довести що саме хороша робота колективу допомагає процвітанню підприємству. В свою чергу, це сприяє підвищенню відповідальності співробітників, вихованню в них самостійності в прийнятті рішень, що важливо в умовах ринкової економіки. Засобами внутрішньо-фірмової реклами є відповідний рівень організаційної структури підприємства і гарних взаємин між керівництвом і співробітниками, соціальні пільги для співробітників. До внутрішньофірмової реклами можна віднести і видання фірмової газети і навіть зразкове поводження керівників підприємства в суспільстві.

Реклама з метою створення престижу підприємства знаходиться в тісному зв'язку з внутрішньофірмовою рекламою і використовує контакти з представниками преси в наданні інформаційних матеріалів, висвітленні в пресі позитивної діяльності підприємства, участі керівників підприємства в суспільному житті.

Ефективність реклами можна також порівняти з того економічному результату, який досягнуто в результаті проведення рекламних заходів. Економічний результат визначається співвідношенням між прибутком від додаткового товарообігу, отриманого під впливом реклами, та витратами на неї.

Учасниками рекламного процесу можуть бути рекламодавець, виробник та розповсюджувач реклами. При цьому рекламодавець може виступати в особі всіх трьох (так звана самореклама), а виробник і розповсюджувач реклами також можуть поєднуватися в одній особі.

Фактично податок з реклами сплачує замовник послуг під час оплати усіх видів оголошень і повідомлень, що передають інформацію з комерційною метою за допомогою засобів масової інформації, преси, телебачення, афіш, плакатів, рекламних щитів, інших технічних засобів, майна та одягу; на вулицях, магістралях, майданах, будинках, транспорті та в інших місцях. Але одержує такий податок розповсюджувач реклами під час отримання оплати за надані послуги. Сума податку з реклами зазначається окремим рядком у розрахункових документах (рахунку-фактурі, акті виконаних робіт, податковій накладній тощо). Базою для нарахування податку є вартість наданих послуг за встановлення і розміщення реклами без урахування ПДВ. ПДВ на суму податку не нараховується. Податок з реклами не є частиною вартості послуг (компенсацією).

У **бухгалтерському обліку** рекламні носії можна зарахувати на субрахунок 209 «Інші матеріалі» і включати їх до витрат на збут у міру роздачі споживачам реклами.

Отже, рекламна діяльність забезпечує стабільно високий рівень продажу сільськогосподарської продукції, швидке реагування на зміни ринкової ситуації, застосування необхідних засобів активної протидії конкурентам, коригування товарного асортименту залежно від потреб споживчої аудиторії. А отже, рекламна діяльність є досить вагомим фактором у процесі розвитку компанії та її господарської діяльності. У сучасних умовах рекламна діяльність відіграє ключову роль, оскільки вона впливає на репутацію та рівень популярності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Облік рекламних послуг та звіт з реклами. URL: https://dtkt.com.ua/show/1cid03229.html (дата звернення 27.03.2020).

2. Підвищення ефективності реклами як інструменту просування продукції. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/58.pdf (дата звернення 25.03.2020 р.).

3. Управління рекламною діяльністю та напрями її вдосконалення. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/11_2019/20.pdf (дата звернення 26.03.2020 р.).

ВІДОБРАЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ГРОШОВІ КОШТИ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ

Співак І.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Прийдак Т. Б.,
кандидат економічних наук

Грошові кошти відіграють значну роль у формуванні фінансової стабільності будь якого господарюючого суб'єкта [3].

Звітність підприємств є завершальним кроком системи бухгалтерського обліку, яка узагальнює і систематизує інформацію про діяльність підприємства та яка необхідна усім зацікавленим особам для прийняття ефективних економічних рішень. Добре налагоджена звітність підприємств є, безсумнівно, умовою будь-якого правильно організованого бізнесу. Фінансова звітність підприємств – це система узагальнених показників, які характеризують підсумки фінансово-господарської діяльності за минулий період (квартал, рік). Грошові кошти та їх еквіваленти як найліквідніші активи які потребують постійного контролю та повного відображення у фінансовій звітності підприємства [5].

Під час складання фінансової звітності і відображення у ній інформації про грошові кошти слід усвідомлювати важливість повноти відображення даних, оскільки показники звітності є джерелом інформації для прогнозування і прийняття управлінських рішень на підприємстві [1].

Питання відображення руху грошових коштів у фінансовій звітності розглядали багато науковців, до числа яких можна віднести С. Ф. Голова, А. О. Гикава, М. В. Єрмолаєву, О. В. Легу, Т. В. Мокієнко, М. Ф. Овсійчук, С. Г. Олійник, В. Я. Плаксієнка, О. Г. Пономаренко, А. Ю. Трушину, Л. З. Шнейдмана та інших.

Інформація про рух грошових коштів відображалася у «Балансі» підприємства у розділі ІІ «Оборотні активи», а саме у рядках «Грошові кошти та їх еквіваленти» (табл. 1).

Для повного відображення руху грошових коштів підприємство складає «Звіт про рух грошових коштів» ф. № 3. Звіт про рух грошових коштів - це звіт, який відображає надходження і видаток грошових коштів у результаті діяльності підприємства у звітному періоді. Він складається за звітний період наростаючим підсумком з початку року в тис. грн.

Для порівняння інформації у Звіті наводяться дані за аналогічний попередній період. У звіті розкриваються джерела надходження та видатку грошових коштів у розрізі таких видів діяльності, як операційна, інвестиційна та фінансова. Форма 3 «Звіт про рух грошових коштів складається за прямим та непрямим методом (за вибором підприємства).

Таблиця 1

Відображення інформації про грошові кошти у Балансі

Баланс (звіт про фінансовий стан)		Зміст	Джерело інформації	Різниця
назва статті	код			
Кошти та їх еквіваленти	1165	Вносять загальну суму готівки в касі підприємства, грошей на поточних та інших рахунках у банку, які можна використати для поточних операцій, а також коштів у дорозі, електронних грошей, еквівалентів коштів як в національній, так і в іноземній валюті	Сальдо Дт 30, 31, 33, 351	Раніше кошти та еквіваленти показували окремо в національній, та іноземній валютах. Тепер усю суму таких активів незалежно від валюти й місцезнаходження (каса, поточний рахунок) включають до аналізованої статті
вписуваний рядок Готівка	1166	Розшифровують суму готівки підприємства, як в національній, так і в іноземній валюті	Сальдо Дт 30	Раніше рядок був стаціонарним і ві-доображав дані лише про готівку в касі
вписуваний рядок Рахунки в банках	1167	Вносять загальну суму коштів на поточному та інших рахунках	Сальдо Дт 30, 31	Раніше такого рядка не було

Склад грошових коштів також розкривається у Примітках до річної фінансової звітності за формою № 5, у розділі VI «Грошові кошти».

Список використаних джерел

1. Макарович В. К., Фортуненко К. О. Грошові кошти: проблемні аспекти відображення у звітності. Економіка і суспільство. Випуск № 18. 2018. С. 966 – 967.
2. Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку : Інструкція Міністерства фінансів № 291 від 30 листопада 1999 р. Верховна Рада України. URL: http: // w1.c1.rada.gov.ua/pls/site2/p_bills_stand_laws.
3. Єрмолаєва М. В. Теоретичні та практичні аспекти обліку грошових коштів. Наукові та прикладні аспекти удосконалення бухгалтерського обліку, економічного контролю та системи оподаткування : [колективна монографія] / за заг. ред. Плаксієнка В. Я. – Полтава, 2018. – С. 58 - 68.
4. Мокієнко Т. В., Прийдак Т. Б., Ліпський Р. В. Електронні гроші: сутність, класифікація та облікове відображення. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7107.
5. Чабанюк О. М., Балецька Т. І., Звіт про рух грошових коштів та його місце в управлінні підприємством. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12719/1/47_245-255_Vis721menegment.pdf.

ЦИФРОВЕ КАДРОВЕ ДІЛОВОДСТВО: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Ставицька В. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Мокієнко Т. В,
кандидат економічних наук, доцент

Наразі триває Четверта промислова революція, яка несе за собою значні зміни в життя людей. Вона охоплює всі галузі промисловості, не оминаючи й діловодство. Багато вчених вважають, що в майбутньому використання паперових носіїв інформації буде куди рідкіснішим явищем, ніж зараз. Діловодство теж не має стояти осторонь цього. Найбільше перехід до цифрової форми зберігання інформації торкнеться саме кадрового діловодства.

Узагалі, діловодство – це сукупність процесів, що забезпечують документування управлінської інформації та організацію роботи зі службовими документами [2]. А саме кадрове діловодство має справу з документами, які містять інформацію про особовий склад корпорації чи підприємства, що зафіксована у заявах про звільнення з роботи чи прийняття на неї, переведення на інше місце роботи, в наказах з особового складу, контрактах тощо.

Перехід кадрового діловодства до цифрового формату має свої переваги та недоліки. Це питання зараз особливо актуальне у зв'язку з постійним втіленням у роботу діловодів передових технологій.

Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на роботу працівників відділу з кадрових питань і викликав зацікавленість даного дослідження.

Країни з високим рівнем розвитку вже мають досвід переведення великої кількості галузей економіки в цифрову форму. Що не можна зараз сказати про Україну, яка досі дотримується, у більшості випадків, паперової форми документації.

Цифровий документообіг має ряд переваг. Зокрема :

- операція службового листування та передачі документів між різними населеними пунктами значно полегшується, адже не потрібні кошти на транспортування та доставку. Також у такому форматі передавати інформацію можна за лічені секунди не виходячи із-за робочого столу;
- листування та обмін документами з партерами є значно надійнішим, оскільки не потребує посередництва кур'єра;
- у працівника завжди є дистанційний доступ до потрібної інформації, якщо він має відкриті канали доступу до неї;
- зберігання документів у електронному форматі заощаджує місце в архівах та на складах, так як об'єм цифрового документа для зберігання на комп'ютері не перевищує кількох мегабайтів, що значно менше за його об'єм у фізичній формі;

- цифровий формат документації дозволяє удосконалити процедуру їх підготовки, подачі (доставки), обліку та зберігання документів, їх аутентифікацію, цілісність та конфіденційність;

- криптографічний захист інформації (електронних документів) при передачі по відкритих каналах [1];

- електронний підпис дозволяє дистанційно підписувати документи та подавати їх до органів звітності;

Кадровик завжди має можливість перевірити працівника у загальнодержавних базах даних;

Кадровик має можливість он-лайн підбору кандидатів на посади, он-лайн співбесід.

Поряд з значним перевагами цифровий документообіг має й свої недоліки:

- цифровий документообіг потребує додаткових заходів кібер-безпеки;

- необхідні додаткові витрати на автоматизацію процесу;

- автоматизація документообігу витісняє людину, скорочує кількість робочих місць в діловодстві;

- підвищуються вимоги до апаратного забезпечення при зберіганні великих обсягів інформації;

- потребує додаткових навиків та умінь кадровика та їх оновлення.

Таким чином, цифровий документообіг, незважаючи на додаткові витрати на автоматизацію та перекваліфікування, дуже необхідний на підприємствах, незважаючи на його негативний соціальний фактор.

Список використаних джерел

1. Носіков О. Електронна форма кадрового діловодства. *Держслужбовець*. № 7. 2019. Журнал «IFactor». сайт URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/ds/2019/july/issue-7/article-45458.html.

2. Про затвердження Правил організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях : Наказ Міністерства юстиції України № 1000/5 від 18.06.2015 р. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0736-15.

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК В БЮДЖЕТНІЙ УСТАНОВІ

Стадніченко В.Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Нездойминога О.Є.,
кандидат економічних наук

Формування управлінського обліку на відміну від фінансового залежить від економічних, правових та інших особливостей функціонування організації.

На сьогодні управлінський облік в бюджетних установах знаходиться в стадії формування, коли інформація, що використовується для оперативного управління видатками поділяється на відомчому рівні, тобто формується система управлінського обліку з деталізацією за центрами відповідальності.

Інструментарій сучасного управлінського обліку з одного боку дозволяє налагодити контроль за використанням всіх видів ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових), а з іншої сторони, вивчаючи зовнішнє середовище, оцінюючи діяльність конкурентів, сприяє підвищенню конкурентоспроможності організації.

Головне завдання бюджетної освітньої установи – підвищення якості й доступності послуг за рахунок ефективного використання обмежених фінансових, матеріальних, трудових та інших ресурсів. Основним фактором щодо формування ефективної системи управлінського обліку в бюджетній сфері є потреба в отриманні інформації не тільки в розрізі кодів бюджетної класифікації, а й за структурними підрозділами, а також орієнтування управлінського обліку на розгорнутий облік витрат (видатків) і калькулювання собівартості послуг, що надають бюджетні установи [1]. Розвиток теоретично-методологічних та організаційних підходів до формування управлінського обліку в бюджетній сфері є актуальним в сучасній економіці.

Незважаючи на те, що Кабінет Міністрів України в особі Міністерства фінансів України здійснює загальну організацію та управління виконанням державного бюджету, координує діяльність учасників бюджетного процесу з питань виконання бюджету, а на місцях цю функцію виконують місцеві державні адміністрації, органи виконавчої влади, все ж виникають випадки нецільового використання бюджетних коштів і тому, питання якісного ведення управлінського обліку вбачається особливо необхідним заходом, направленим на здійснення додаткового контролю належного використання бюджетних коштів.

Так, досягнення цілей фінансового контролю цільового використання бюджетних коштів передбачає вирішення ряду завдань, основними з яких є:

- здійснення спостереження за показниками фінансово-економічної діяльності суб’єктів господарювання, що використають бюджетні кошти;
- своєчасне виявлення відхилень фактичних показників від передбачених

планами та цілями фінансування;

- визначення причин цих відхилень, факторів, що роблять найбільш значний вплив на їхнє формування, винних у нецільовому використанні бюджетних коштів;

- оцінка ефективності використання бюджетних коштів суб'єктами господарювання;

- розробка пропозицій щодо відповідного регулювання окремих напрямків використання бюджетних коштів суб’єктами господарювання для забезпечення дотримання принципу їх цільового та ефективного використання [2].

В той же час, ефективне функціонування системи управлінського облік в бюджетних установах потребує достатнього рівня фахової підготовки працівників структурних підрозділів, в тому числі бухгалтерів, а також налагодження ефективної взаємодії між структурними підрозділами щодо розробки та виконання стратегічних планів направлених на досягнення основних цілей функціонування бюджетної установи (наприклад, надання якісних освітніх послуг більшій кількості здобувачів різних спеціальностей).

Разом з тим, функціонування управлінського обліку в закладах освіти має базуватись на дотриманні загальних функцій управління – планування, організації, мотивації та контролю – задля отримання найбільш очікуваного результату. Так, в частині планування варто звернути увагу на процес бюджетування та формування кошторисів бюджетної установи з позиції методичного та організаційного підходів. При калькулюванні собівартості освітніх послуг та формування її ціни слід враховувати ресурси закладу освіти. Крім того, слід дотримуватись принципу комплексності (поєднання внутрішньогосподарського обліку з плануванням, нормуванням, контролем та аналізом державного закладу вищої освіти) [3].

В цілому, можна зробити висновок, для бюджетної установи організація та ведення управлінського обліку важливо як і для інших підприємств та організацій. Від рівня сформованості системи управлінського обліку та її взаємодії з різними підрозділами установи, підприємства, організації.

Список використаних джерел

1. Черкашина Т. В. Нові підходи щодо ефективного функціонування системи управлінського обліку у державному секторі. *Перспективи розвитку обліку, контролю і аналізу в контексті євроінтеграції* : зб. тез IV Міжнародної наук.-практ. конф., присвяченої 95-річчю ОНЕУ, 26 травня 2016 р., Одеса : ОНЕУ, 2016. С. 258-260.

2. Биба В. В., Матюшіна Ю. І., Карпець Ю. І. Організація управлінського обліку в бюджетних установах як фактор посилення контролю за цільовим використанням бюджетних коштів. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2992.

3. Свірко С. В., Тростенюк Т. М. Функції, завдання, елементи та принципи управлінського обліку в державних закладах вищої освіти. *Економіка та держава*. 2019. № 2. С. 41-46.

ДОКУМЕНТУВАННЯ РУХУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Сухомлин О.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Мац Т. П.,
кандидат економічних наук, доцент

Незважаючи на належність продукції сільськогосподарського виробництва до запасів з точки зору методології обліку, вибір документальних форм ґрунтується на урахуванні її специфічних рис [1, 2]. Види продукції сільськогосподарського виробництва диференціюються залежно від характерних якісних критеріїв, що потребують документального закріплення. Наприклад, для сої це – % вологості; вміст протеїну у перерахунку на суху речовину; масова частка олії; сміттєва та олійна домішка. Для організаційного розмежування документальні форми доцільно поділити на табличні блоки: форми надходження (оприбуткування) та форми руху.

Таблиця 1

Документування оприбуткування продукції сільськогосподарського виробництва

Вид продукції	Регістри первинного обліку
Продукція рослинництва	
Зерно колосових і зернобобових культур, соняшнику і інших олійних культур, насіння однорічних і багаторічних трав від комбайнів на токи, склади і інші місця постійного або тимчасового зберігання	Реєстр відправки зерна і іншої продукції з поля (ф. № 77); Путівка на вивезення продукції з поля (ф. № 77 а); Талони (ф. № 77 б, № 77 в, № 77 г), Реєстр приймання зерна від шофера (ф. № 71 а), Журнал обліку виданих талонів (ф. № 188); Реєстр приймання зерна вагарем (ф. № 78 а); Реєстр приймання зерна та іншої продукції (ф. № 78), Реєстр документів на вибуття (ф. № 79), Відомість руху зерна та іншої продукції
Кукурудза в качанах для переводу зерна в сухе	Реєстр переводу качанів кукурудзи повної стиглості в зерно
Результати сортування і сушіння зерна	Акт на сортування і сушіння продукції рослинництва
Цукрові буряки, кормові коренеплоди, картопля, овочеві, баштанні, плодово-ягідні, горіхоплідні, субтропічні і цитрусові культури, а також виноград і ягоди, продукція ефіроолійних культур	Щоденник надходження сільсько-господарської продукції (ф. № 81)
Продукція теплиць і парників	Щоденник надходження продукції закритого ґрунту (для спеціалізованих господарств)
Сіно, солома, полова	Акт приймання грубих і соковитих кормів (ф. № 92)
Зелена маса трави пасовищ, згодована ху-	Акт на оприбуткування пасовищних кормів (ф. №

Вид продукції	Регістри первинного обліку
добі шляхом випасу	93)
Гранульовані корми та трав'яне борошно, вироблені в господарстві	Звіт про переробку продукції (ф. № 123)
Продукція тваринництва	
Молоко	Журнал обліку надою молока (ф. № 112) Відомість руху молока (ф. № 114)
Яйця, риба, мед, віск, маточне молоко, гній, кінський волос, вовна-линька	Щоденник надходження сільсько-господарської продукції (ф. № 81), Акт на сортування яєць в цеху інкубації (ф. № 109)
Вовна	Акт настригу і прийняття вовни (ф. № 115), Щоденник надходження і відправлення вовни на заготівельні пункти (ф. № 116)
Силос і сінаж	Акт на оприбуткування грубих і соковитих кормів (ф. 92)

Таблиця 2

Документальні форми з обліку вибуття продукції сільськогосподарського виробництва

Вид продукції	Регістри первинного обліку
Зерно, насіння олійних та інших культур і трав	Товарно-транспортна накладна на відправку-прийняття сільськогоспо-дарської продукції (ф. № 1-сг)
Сортове насіння	Атестат на насіння (ф. № 216); Сортове свідоцтво (ф. № 213)
Овочі, плоди, ягоди, картопля, продукція баштанних і горіхоплідних культур, льон, коноплі, тютюн, гірчиця, соя, коріандр	Товарно-транспортна накладна на відправку-прийняття овочів, фруктів, ягід (ф. № 1-сг (овочі))
Цукрові буряки	Товарно-транспортна накладна (ф. № 1-сг (буряк))
Молоко і молочні продукти	Товарно-транспортна накладна на відправку-прийняття молока і молочних продуктів (ф. № 1-сг (молоко))
Вовна	Товарно-транспортна накладна на відправку-прийняття вовни (ф. № 1-сг (вовна))
Відпуск продукції іншим фізичним чи юридичним особам крім заготівельників	Накладна на відпуск товарно-матеріальних цінностей (ф. № М-20)
Відпуск продукції працівникам підприємства	Накладна внутрішньогосподарського призначення (ф. № 87)
Нестача сільськогосподарської продукції, виявлена при проведенні інвентаризації	Інвентаризаційний опис товарно-матеріальних цінностей (ф. ІНВ-1 с.г.)

Список використаних джерел

1. Сук П. Л. Облік виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції в умовах ринку : методологія і практика : монографія. К. : НАУ, 2007. 330 с.

2. Сук Л. К. Бухгалтерський облік сільськогосподарської продукції. *Бухгалтерія в сільському господарстві.* 2007. № 6. С. 49-52.

ВИНИКНЕННЯ ДОКУМЕНТІВ ТА ЇХ РОЗВИТОК У ПЕРІОД КИЇВСЬКОЇ РУСІ

Тимко А. К.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів,

Науковий керівник – Мокієнко Т. В,
кандидат економічних наук, доцент

Потреба у спілкуванні, а також у передачі та отриманні інформації, посідає вагоме місце серед потреб сучасного суспільства. Людям конче необхідний обмін знаннями та досвідом. Носіями інформації, яку можна передавати, є документи. Саме вони мають здатність задовольняти одні з найважливіших потреб.

Документ – це засіб закріплення різними способами на спеціальному матеріалі інформації про факти, події, явища об'єктивної дійсності і розумову діяльність людини [2, с. 20].

Також документ – це діловий папір, що посвідчує певний юридичний факт, підтверджує право на що-небудь, служить доказом чого-небудь; письмове свідоцтво, що офіційно підтверджує особу; письмовий твір, грамота, рисунок тощо як свідчення про щось історичне, важливе [1, с.31].

Вчені не дійшли спільної думки про появу першого документа, тому зараз не існує однозначного твердження про чинники, що зумовили виникнення документів. Але з впевненістю можемо сказати, що складання документів бере свій початок з виникнення писемності.

Народження документальної форми фіксації інформації припадає на IV - III тис. до н.е., а за місцем першого вияву належить найдавнішим суспільним утворенням в історії людства – державам східної цивілізації [1, с. 115].

Документування у Київській Русі почалося з IX ст. за умов остаточного формування політичного устрою. Документ на ранньому етапі розвитку людства виконував ті ж функції, що і зараз. У ньому знаходили своє відображеннч господарські операції, велися статистичні підрахунки, укладалися договори, велося листування, існували збірники законів, в яких відображався розподіл суспільства, ставлення до приватної власності і т.д.

Перші документи Київської Русі були оформлені на дерев'яних дощечках, переважно дубових і липових, які вибілювалися гіпсом. Ще одним матеріалом для письма у слов'ян слугував нижній шар кори берези – берест. Вони датовані XI - XV ст. На бересті літери писали продряпуючи писалом, який мав загострений металевий або кістяний стержень [3, с. 75].

Основним джерелом писемності у Київській Русі були - літописи. Літописання було започатковане в Києві у X ст. і дуже швидко набуло поширення по всіх руських землях. Окремі записи поступово об'єднувалися у літописні зводи,

що є практично єдиним джерелом документування періоду Київської Русі.

Фундаментом літописання Київської Русі є Іпатієвський літописний звід, до якого ввійшли літописні твори X - XIII ст. Іпатієвський звід складається з трьох частин: «Повісті временних літ», Київського літопису, Галицько-Волинського літопису [3, с. 77].

Одним з найважливіших документів Київської Русі була «Руська правда», що об'єднувала загальноприйняті закони у єдиний правовий кодекс. З виникненням цього документа князівське законодавство отримало можливість не тільки регулювати сторони державного і громадського життя, а й виступати нормою юриспруденції.

Важливими документами тогочасної епохи були княжі й церковні устави та «уроки». Княжі устави використовувалися для доповнення або зміни внутрішніх державних норм і порядків. Уроки – це постанови князів переважно фінансового характеру. Вони стосувалися податків чи данини на користь князя. [4, с. 152].

Серед управлінських документів Київської Русі потрібно виділити жалувані та хресні грамоти. Жалувані грамоти стосувалися дарування нерухомого майна певним особам, церквам чи монастирям. Хресні ж грамоти укладалися через цілування хреста, тому вони були обов'язковими до виконання.

На високому рівні розвиту перебували давньоруські дипломатичні відносини. Київська Русь укладала договори з іншими державами, що були засвідчені міжнародними документами. Широкого поширення набули «речі», або послання князів. Документи економічного призначення Київської Русі представлені у Іпатієвському літописному зводі згадками про велику кількість «купчих», «дарчих», «заповітових» грамот, що складали протягом двох століть різні верстви її населення [4, с.153].

Отже, бачимо, що документи Київської Русі мають значні відмінності від сучасних документів. Щоб набути довершеної форми вони пройшли багато етапів розвитку, поліпшуючи матеріали для письма, техніку та спосіб написання та стилістику. Удосконалення носіїв інформації в свою чергу посприяло економічному, культурному та соціальному розвитку суспільства.

Список використаних джерел

1. Бездрабко В. В. Історія науки про документ, або Відкриття відомого. Київ, Четверта хвиля, 2011. 296 с.

2. Блощинська В. А. Сучасне діловедення: навч. посібник. Івано-Франківськ: Інститут менеджменту та економіки, 2010. 270 с.

3. Нікольченко Ю. М. Українське документування періоду Київської Русі за літописними джерелами. *Вісник Маріупольського державного університету. Сер. філософія, культурологія, соціологія*. 2013. Вип. 6. С. 71–79.

4. Ставніча О. В. Літописи як джерела давньоруської документної традиції. *Українська державність: історія і сучасність:* зб. матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф. Маріуполь: МДГУ, 2008. С. 152–153.

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Шапаренко В.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Нездойминога О.Є.,
кандидат економічних наук

Стаття 1 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначає, що внутрішньогосподарський (управлінський) облік – система збору, обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством [1].

В той же час сам процес управління підприємством являє собою постійний і системний вплив на діяльність його структур для забезпечення узгодженої роботи і досягнення кінцевого позитивного результату [2].

Управління підприємством відображає сукупність взаємозв'язаних процесів планування, організації, мотивації та контролю, які забезпечують формування й досягнення цілей підприємства – отримання прибутку та ефективне функціонування на певному ринку продукції (товарів, послуг).

Система управлінського обліку базується на даних, які можуть надходити з інших підрозділів підприємства і залежить від сформованості внутрішнього середовища функціонування підприємства з урахуванням впливу факторів зовнішнього середовища. Тому можна стверджувати, що кожне підприємство розробляє систему управлінського обліку виходячи із власних потреб і специфіки роботи.

Основними завданнями управлінського обліку є:

— облік наявності та руху матеріальних, фінансових і трудових ресурсів й надання відповідної інформації по них менеджерам;

— облік витрат і доходів, а також відхилень по них від встановлених норм, стандартів і калькуляцій по підприємству в цілому, структурним підрозділам, центрам відповідальності, технологічним рішенням тощо;

— розрахунок різних показників фактичної собівартості продукції (робіт, послуг) і відхилення їх від нормативних та планових показників (повної виробничої собівартості, неповної виробничої собівартості, собівартості реалізованої продукції тощо);

— визначення фінансових результатів діяльності окремих структурних підрозділів за центрами відповідальності, новим технологічним рішенням, реалізованим виробам, виконаним роботам та наданим по слугам;

— контроль і аналіз фінансовогосподарської діяльності підприємства, його структурних підрозділів та інших центрів відповідальності;

— планування фінансовогосподарської діяльності підприємства в цілому, його структурних підрозділів та інших центрів відповідальності;

— прогнозування і оцінка прогнозу (надання висновку про вплив очікуваних в майбутньому подій на основі аналізу минулих подій та їх кількісна оцінка для цілей планування);

— складання управлінської звітності і надання її управлінському персоналу та спеціалістам для управління виробництвом та прийняття рішень на перспективу [3].

В цілому управлінський облік в загальній систему управління підприємством можна представити у вигляді схеми (рис. 1).

Рис. 1. Взаємозв'язок управлінського обліку з системою управління підприємством

Таким чином, можна зробити висновок, що управлінський облік має важливе значення в організації ефективної діяльності підприємства, забезпечуючи керівництво необхідною обліково-аналітичною інформацією для прийняття ними обґрунтованих управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» №996-XIV від 16.07.1999 р. (редакція від 27.02.2020 р.). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14 (дата звернення: 25.03.2020).

2. Економіка і підприємництво, менеджмент / Єрмаков О. Ю., Балановська Т. І., Гуцул. Т. А. та ін. Київ : ЦП « Компринт», 2014. 360 с.

3. Биба В. В., Матюшіна Ю. І. Система управлінського обліку: сутність, завдання та етапи впровадження. *Економіка та держава*. 2015. № 1. С. 60-62.

ПОЛІТИЧНА МОДЕРНІЗАЦІЯ У СУЧАСНІЙ ЕТИЦІ: СУТНІСТЬ І ЗМІСТ ПОНЯТТЯ

Кекало О.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Ільченко А.М.,
кандидат педагогічних наук, доцент

Однією із актуальним проблем сучасного суспільства залишається його удосконалення й модернізація задля високого і якісного рівня життя людей. Процес модернізації суспільства має відбуватися органічним шляхом, що передбачає збалансованість і гармонізацію економічної, політичної, правової, соціальної та інших систем, їх внутрішніх елементів [3]. Тому, розуміння сутності й етичного змісту політичної модернізації є важливим не лише для професійного діяча, а й кожного громадянина, що й зумовило вибір теми тези.

Теорія політичної модернізації в її сучасному розумінні викристалізувалася з багатьох концепціях, які містять висновки й рекомендації і мають різну соціально-політичну спрямованість. Серед відомих представників, які досліджували дане питання є: Д. Аптер, Г. Алмонд, П. Бергер, Л. Біндер, С. Верба, С. Ейзенштадт, А. Етціоні, Д. Коуелман, Д. Лапаламбара, С. Ліпсет, Д. Лернер, У. Мур, Л. Пай, Ф. Ріггз, У. Ростоу, С. Хантінгтон, В. Цапф, Р. Уарт.

У науковому розумінні «модернізація» є комплексним процесом, який супроводжується цілеспрямованими змінами в політичній, економічній, соціальній та культурній сферах суспільства в напрямі їх удосконалення [2]. Сам термін у перекладі з англійської мови означає «осучаснення» та передбачає впровадження у суспільство ознак сучасності. Польський соціолог П. Штомпка визначає дане поняття, як:

- синонім усіх прогресивних змін, коли суспільство рухається уперед згідно з прийнятою шкалою змін;
- синонім сучасності, коли йдеться про комплекс соціальних, політичних, економічних, культурних й інтелектуальних трансформацій, котрі мали місце на Заході з XVI ст. і досягнули свого апогею у XIX–XX ст.;
- зусилля слаборозвинених або відсталих суспільств, спрямовані на те, щоб наздогнати провідні, найрозвиненіші країни [4].

Отже, призначення процесу модернізації полягає в удосконаленні основних сфер життєдіяльності суспільства від менш досконалих до більш досконалих, зокрема й політичної сфери. Науковці К. Ващенко і В. Корнієнко зазначають, що політична модернізація – це соціальні та інституціональні перетворення, пов’язані з переходом від одного типу політичної системи до іншого [3].

Тому, з точки зору сучасних підходів, сутність політичної модернізації полягає в еволюційному запровадженні нових прогресивних форм організації

політичного життя та раціоналізації влади шляхом комплексного поєднання соціально-економічних і духовно-культурних чинників суспільної системи. Політична модернізація передбачає створення певних політичних інститутів, які мають сприяти реальній участі населення у владних структурах та впливу народних мас на прийняття конкретних рішень.

Політична модернізація – це процес, що проявляє себе в таких основних сферах: політичній системі, політичній культурі та політичній поведінці, тому, тісно пов'язаний із політичною етикою. Аналіз наукових праць сучасних українських та російських політологів, світового досвіду дозволяє виділити основні морально-етичні складові політичної модернізації, які тісно переплітаються з процесом демократизації суспільства:

- динамізація політичної системи, її здатність адекватно реагувати на зміни політичних реалій;
- формування нової модернізаторської політичної еліти;
- подолання відчуження громадян суспільства від політичної влади;
- забезпечення реальної участі народу в політичному житті;
- посилення впливу інформації та зростання доступу громадян до неї;
- постійне вдосконалення цінностей та норм у системі політичної культури;
- розвиток людської особистості, підвищення цінності людини [1; с.243].

Отже, аналіз наукової літератури з питання сутності і змісту поняття політичної модернізації дає можливість зробити висновки про те, що процес модернізації є комплексним, який передбачає цілеспрямовані позитивні зміни в політичній, економічній, соціальній та культурно-духовній сферах суспільства для його удосконалення; політична модернізація є обов’язковою умовою для переходу від авторитаризму до демократії і має базуватися на морально-етичних засадах, тобто відповідати моральним нормам та настановам сучасного суспільства.

Список використаних джерел

1. Беглиця В.П., Ярошенко В.М. Політична етика : навчальний посібник. Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2015. 400 с.
2. Політологічний енциклопедичний словник / Упорядник В. Горбатенко; за ред. Ю. Шемшученка, В. Бабкіна, В. Горбатенка. 2-ге вид., доп. і перероб. К.: Ґенеза, 2004. С. 226.
3. Політологія для вчителя : навч. посібн. для студ. педагогічних ВНЗ / за заг. ред. : К. О. Ващенка, В. О. Корнієнка. К. : Вид-во імені М.П. Драгоманова, 2011. 406 с.
4. Штомпка П. Социология социальных изменений. М., 1996. 416 с.

ЧЕСНІСТЬ У ПОЛІТИЦІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Гергель А.А.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Ільченко А.М.,
кандидат педагогічних наук, доцент

Одним із основних критеріїв ефективності політики, як суспільного явища, є мораль – сфера суспільної та індивідуальної свідомості, сукупність встановлених норм і принципів, вимог і правил, категорій та ідеалів, на основі яких оцінюється людська поведінка, явища соціального і духовного життя, регулюється сімейно-побутова, трудова, громадянська, політична життєдіяльність [1]. Мораль тісно взаємодіє і переплітається з політикою, оскільки: санкціонує або ж засуджує мотиви, практичну діяльність і результати політичного курсу, що реалізується; здійснює етичну експертизу політичних програм; висвітлює особисті якості політичних діячів, визначає міру їх моральної і соціальної надійності [1].Моральним можна вважати такого політика, котрий намагається досягти максимального блага для найбільшої кількості людей. Тому, дослідження таких основних етичних понять моральної свідомості політика, як:добро, справедливість, обов'язок, честь, совість, шляхетність, чесність не втрачає своєї актуальності.

Проблеми моральних цінностей у соціальній та політичній сферах суспільства висвітлюються у працях: Г. Головних, Б. Грушина, Г. Дашутіна, А. Здравомислова, С. Катаєва, Л. Когана, О. Космій, С. Кримського, С. Мендус, М. Михальченка, Т. Мовчан, В. Ольшанського, І. Федякіна та інших. Проте, як зазначають науковці, питання політичної чесності є складним для аналізу, не достатньо вивчене, тому потребує більш детального дослідження.

У сучасному словнику з етики, чесність визначено якпозитивна моральна якість людини,одна з основних людських чеснот, що відображає одну з найважливіших вимог моральності і включає в себе правдивість, вірність взятим зобов'язанням, принциповість, суб'єктивну переконаність у правоті справи, щирість перед іншими і перед самим собою відносно тих мотивів, якими людина керується, визнання і дотримання прав інших людей на те, що їм законно належить [2].

Чесність – це моральна цінність, уміння відстоювати власні фундаментальні етичні переконання, які можуть часом дорівнювати переконанням без сторонньої моралі. Чесність перебуває у протистоянні з вимогами безсторонності та, водночас, чесність перебуває у протистоянні з наслідковими міркуваннями. Політика вимагає вищого ступеня безсторонності та підвищеної обачності з огляду на можливі наслідки. Отже, і в першому, і в другому випадку, політика – це загроза для чесності.

Взаємозв'язок чесності і політичної діяльності прослідковується у відповідях на питання: «Що таке чесність?», «Чим є чесність для кожного з нас?», «Чи є чесність складнішою справою для політиків, аніж для решти громадян?» у книзі британської дослідниці С'юзен Мендус «Політика та мораль» [4]. Її спостереження доводять, що сучасний політик не дуже відрізняється від пересічного громадянина, йому важко відстоювати власні моральні та етичні переконання, оскільки від нього вимагається прискіплива увага до можливих наслідків та високий рівень безсторонності. До цього призводять такі чинники: загроза наслідкових питань, загроза множинних цінностей і загроза соціальних ролей [4]. Особа, яка втрачає чесність або жертвує нею, відчуває, що зрікається власних цінностей та пов'язує себе зі злом.

На рівні політичних процесів чесність проявляється: у довірі, втрата якої може призвести до втрати легітимності влади; у чесних виборах, що полягає у дотриманні виборчого законодавства; у діалозі між політичними діячами, результатом якого мають стати ефективні політичні рішення; у реалізації принципу справедливості, що є запорукою політичної стабільності [3].

Отже, політкам важче відстоювати власні етичні та моральні переконання, оскільки від них вимагається велика увага до можливих наслідків та високий рівень безсторонності. Якщо будь-яка людина потрапляє на офіційну посаду, то вона може виявити, що не завжди вдається діяти за власною совістю, але також буде вимушена визнати наявність певних обов'язків, пов'язаних з тією чи іншою соціальною роллю. Якщо визнати існування різних цінностей, які конфліктують між собою, то можна виявити, що час від часу усім доводиться жертвувати чимось, що має етичну цінність. Всі ми живемо, як каже Тейлор, «між єдиним та багатьма», хоча, звичайно, для політика ризик може бути значно вищим, спокуси – більшими, а ціна помилки – значно публічною.

Список використаних джерел

1. Горлач М.І., Кремень В.Г. Політологія: наука про політику: підручник. URL: https://pidruchniki.com/1625021236439/politologiya/politika_moral
2. Сучасний словник з етики : словник. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. 416 с.
3. Космій О. Чесність у політиці: аксіологічний аспект. Політика і духовність в умовах глобальних викликів. Вип.13. К. : Вид-во НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2014. С. 144-148.
4. Мендус С. Політика та мораль. К. : Темпора, 2010. 160 с.

ВЖИВАННЯ НЕНОРМАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ У СУЧАСНОМУ МОЛОДІЖНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Лифар І.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Ільченко А.М.,
кандидат педагогічних наук, доцент

Нині демократизація мовленнєвої культури молодої людини, послаблення рівня її саморегуляції, що призводить до тимчасового обмеження впливу соціальної прийнятності, іноді до агресії, дотримання соціального небажаних форм поведінки та інші чинники, зауважують О. Шевченко, О. Талько, Л. Ростомова та інші, сприяють поширенню ненормативної лексики у молодіжному середовищі [2; 4]. Отже, проблема культури мовлення та поширення вживання ненормативної лексики сучасною українською молоддю не втрачає своєї актуальності.

У соціокультурному аспекті вживання ненормативної лексики досліджували такі науковці: О. Бондаренко, В. Жельвіс, І. Кон, В. Леві, Д. Ліхачов, Н. Панова, Б. Успенський, Л. Широкорадюк, інші. Ними визначено, що ненормативна лексика – це неприпустима лексика, яка сприймається людиною як відразлива, непристойна. Така лексика перебуває поза нормальним стилем спілкування і включає в себе набір соціолектів (сленги, жаргон, арго, просторіччя тощо) та стилістично знижену лексику (вульгаризми, лайки, мат, дисфемінізми, суржик, емфінізми тощо). Часто термін «ненормативна лексика» ототожнюють із терміном «вульгарна лексика» або з деякими її складниками – просторіччями, діалектизмом, сленгом, спираючись на певні функціональні збіги. Таким чином, під цими термінами розуміють народні, сільські слова і вирази, неввічливі, грубі слова і вирази, грубі відхилення від стандарту, непристойні мовні форми, номінації таких предметів, процесів і дій, які ніколи не вживаються в пристойній розмові [1, с.85].

З метою визначення рівня вживання ненормативної лексики серед здобувачів вищої освіти 18-20 років, витоків та основних причин такого мовлення, на базі Полтавської державної аграрної академії, було проведено соціологічне дослідження «Здорове спілкування – здорова нація» за анкетою Х. Чабаненко [3]. Анкетування пройшли 53 здобувачі вищої освіти, серед яких 23 хлопців і 30 дівчат.

Дане дослідження показало, що всі анкетовані здобувачі вищої освіти вживають у своєму мовленні ненормативну лексику. Серед них: 24 % – деколи вживають, 70 % – часто, але тільки в колі людей, які також спілкуються ненормативною лексикою і 6% – практично спілкуються нею.

Першоносіями ненормативної лексики для 24 % анкетованих були батьки, для 68 % – однолітки і для 8 % – телебачення та ЗМІ.

На питання «Чому студенти вживають ненормативну лексику?»: 24 % відповіли, що хочуть показати, як знають ці слова, 24 % – це модно, 13 % – це приносить задоволення, 39 % обрали свій варіант, серед яких частіше зустрічалася відповідь, що вони так виплескують негативну енергію.

На питання «Чи необхідно позбутися ненормативної лексики?»: 18 % анкетованих вважають, що її необхідно викорінити, бо вона псує рідну мову, 41 % вважає, що в деяких випадках вона необхідна і 41 % вважає, що вживання ненормативної лексики є нормальним явищем. 54 % студентів хотіли б спілкуватися без вживання ненормативної лексики, 31 % обрали варіант «змінити лише деякі слова» і лише 15 % хочуть залишити все так, як є. Лише 14 % анкетованим приємно чути ненормативну лексику в своєму молодіжному середовищі, а 86 % не бажають чути її, бо це неприємно.

Отже, культура спілкування сучасної молоді відрізняється особливою розкутістю, а подекуди й брутальністю. Порушення мовного етикету характерні для кризових періодів розвитку суспільства, для вікових криз розвитку особистості, коли норми втрачають сталість, коли вживання жаргонізмів чи звичайного «мату» стає нормою, чи, принаймні, не зустрічає різкої відсічі від присутніх.

Дане дослідження дозволило розглянути важливу проблему сучасної молоді – вживання ненормативної лексики серед здобувачів вищої освіти. Варто зауважити, що проблема постає глибше і ширше та є не лише філологічною, але й соціальною, психолого-педагогічною, важливим шляхом вирішення якої є гуманітарно-соціальне зорієнтування сучасної вищої освіти.

Список використаних джерел

1. Клепуц Л. Стратегії класифікації ненормативної лексики. Гуманітарні та соціальні науки : матеріали І Міжнар. конф. молодих вчених, м. Львів, 14–16 трав. 2009 р. Львів : Львівська політехніка, 2009. с.84–87.
2. Ростомова Л.М. Нормативна лексика: до питання про культуру спілкування студентства. Педагогічний дискурс, випуск 12, 2012 р. с.271-274.
3. Чабаненко Х.Я. Соціологічне дослідження «Здорове спілкування – здорова нація». Прикарпатський інститут ім. В. Стефаника, м. Івано-Франківськ, 2013 р. URL: https://studfile.net/preview/5258327/
4. Шевченко О.М., Талько О.Б. Психолого-культурологічні аспекти вживання ненормативної лексики у молодіжному середовищі. Молодий вчений. № 3 (43), березень, 2017 р. С. 280-283.

ВПЛИВ БАТЬКІВСЬКОЇ СІМ'Ї НА ФОРМУВАННЯ ЦІННОСТЕЙ ПОДРУЖНЬОЇ СІМ'Ї У МАЙБУТНЬОМУ

Шульга В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Ільченко А.М.,
кандидат педагогічних наук, доцент

Питання готовності молоді до створення сім'ї залишається актуальним в сучасному суспільстві. Порівняно з іншими соціальними інститутами, сім'я має певні особливості, які істотно впливають на становлення особистості дитини. Саме батьки, їх світогляд, відносини у сім'ї та поведінка, сприяють формуванню особистості сина чи доньки з раннього віку, з власним поглядом на майбутнє життя. З часом, ці погляди можуть змінюватися. Перш за все, це обумовлено індивідуальними особливостями особистості, здобуттям нею певного досвіду, соціальним середовищем тощо. Але, основним підґрунтям формування принципів та поведінки особистості залишається приклад власної сім'ї: у родині закладається модель сімейних відносин; здобуваються навички спілкування з різними людьми – за віком, інтересам, особистісним особливостям; формуються соціально-адаптивні навички та вміння різного рівня і спрямованості.

Вплив батьків (частіше матері) на формування і розвиток особистості дитини висвітлюється в науково-педагогічній і психологічній літературі. Існує цілий ряд теоретичних підходів щодо розуміння ролі та змісту дитино-батьківських відносин, сформульованих різними психологічними школами, а саме: психоаналітична модель (З. Фрейд, Е. Еріксон, Ф. Дольто, Д. Віннікот, К. Бютнер, Е. Берн), біхевіористична модель (Дж. Уотсон, Б. Скіннер, Р. Сіре, А. Бандура), гуманістична модель (А. Адлер, Р. Дрейкурс, Д. Нельсен, Л. Лотт, К. Роджерс, Т. Гордон). В психоаналітичній та біхевіористичній моделях дитина представляється скоріше як об'єкт докладання батьківських зусиль, як істота, яку потрібно соціалізувати, дисциплінувати, адаптувати до життя у суспільстві. Гуманістична модель має на увазі, перш за все, допомогу батьків в індивідуальному становленні дитини. Тому, важливим є прагнення батьків до емоційної близькості, розуміння, чуйності у відносинах з власними дітьми [1].

З метою з'ясування впливу батьківської сім'ї на створення подружньої сім'ї сучасною молоддю на базі Полтавської державної аграрної академії в процесі вивчення навчальної дисципліни «Соціологія» було проведено опитування здобувачів вищої освіти 18-23 років (60 респондентів). Для досягнення мети дослідження були визначені наступні завдання: 1) розробити анкету «Орієнтація молоді на шлюб та смію»; 2) провести анкетування; 3) проаналізувати й узагальнити отримані дані. Для розв'язання поставлених завдань були використані

такі методи дослідження: анкетування, аналіз, індукція, дедукція, описовий метод.

Анкетування дало такі результати: більшість респондентів виховувалися у повній сім'ї, з них у 55% склалися теплі стосунки з батьками, що може бути зумовлене дружніми відносинами в сім'ї, у 42,5% – звичайні стосунки з батьками, що робить дійсне припущення про тісний зв'язок членів сім'ї і лише для 2,5% анкетованих перебування разом усіх членів сім'ї викликає негативні емоції, саме тому вони намагаються уникати один одного. Більшість опитаних не перебуває у відносинах на даний момент, але інші 17,5% вважають, що їхня кохана людина не схожа на когось з батьків, 7,5% мають стосунки і помічають спільні риси партнера з батьками.

70% опитаних не хочуть, щоб у майбутньому, кохана людина була схожа на когось з їхніх батьків, при цьому 87,5% планують створити власну сім'ю у майбутньому, переважно у 23-27 років, що у 67,5% не схоже на вік створення сім'ї їхніми батьками. Це обумовлюється зростанням віку одруження на сьогодні. 57,5% респондентів хотіли б запозичити сімейні правила, традиції для власної майбутньої сім'ї, серед них 90% планують виховувати власних дітей так, як виховували їх батьки, але дещо змінивши. Поставивши питання : «Як ви вважаєте, чи впливає сім'я, у якій ви зросли, на подальше формування власної сім'ї?», більшість опитаних погодилася і лише 7,5% відповіли – «ні».

Отже, проаналізувавши й узагальнивши отримані дані анкетування, можна зробити висновок, що більшість респондентів виховувалися у повних сім'ях, мають задовільні стосунки як з батьками, так і в сім'ї у цілому. Це формує бажання створювати власну сім'ю у майбутньому (у 23-27 років), де у майже у всіх випадках планують народжувати дітей. Більшість респондентів не бажають, щоб партнер мав спільні риси з батьками. Переважна кількість опитаних вважають, що батьківська сім'я дійсно впливає на формування майбутнього подружнього життя. На підставі вищесказаного можна стверджувати, що батьківська сім'я відіграє неабияку роль у формуванні світогляду особистості щодо створення власної сім'ї у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Влияние родительской семьи на систему взаимоотношений в браке. URL: https://studbooks.net/1704419/psihologiya/vliyanie_roditelskoy_semi_sistemu_vzaimootnosheniy_brake.

2. Кошонько Г.А. Психологічні особливості готовності молоді до створення сім'ї. Актуальні проблеми навчання та виховання людей з особливими потребами: збірник наукових праць. № 2 (4). 2007. URL: http://ap.uu.edu.ua/article/581.

DOING BUSINESS IN JAPAN

Дергільов І. А.,
Здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Воскобойник В. І.,
кандидат філологічних наук, доцент

Japan is one of the world's economic superpowers and its prosperity is based on its efficient industries (automobile, information and communication technology, and consumer electronics). Foreign investors who intend to set up a business in Japan can choose from a wide range of legal entities such as representative offices, branch offices, and companies (private and public) [2, p. 8].

Knowledge of Japanese opens tremendous business opportunities. Partnership with Japanese companies can bring many benefits. However, to make a deal with representatives of Japanese business is not so easy. Japan may seem closed to foreigners. This closeness has developed both because of cultural peculiarities and because of various formal obstacles. For example, when doing business in Japan, be careful with the symbols of death. If you decide to wear a kimono, make sure you turn left over right. Otherwise, you will indicate that you want to be buried.

Incorrect behavior to the negotiations may lead to the disruption of the transaction by the Japanese side, even if future deal would bring great benefits to the Japanese enterprise. Here are some aspects whichmust be taken into account if you are going to participate in building business contacts with Japanese partners [1].

1. Business ethics: In Japan, it is very useful to have connections, but we should be careful when choosing partners: they must be of the same rank as you are.

Japanese business people will want to know everything about your training and qualifications.

In order to succeed, you must describe how your products can enhance the career prospects and reputation of your partners in Japan.

Decisions are made exclusively within the group. Foreigners must obtain approval from the group before they can influence the decision-making process.It is a bad idea to expect quick decision-making from the Japanese. For them, business is associated with war, since business ethics was shaped by the samurai and Confucian ethical systems. Many ideals of Confucianism are the ideals of modern Japanese businessmen: honor, respect for elders, duty, and devotion. For the Japanese, defeat in business is tantamount to defeat in a war, so they weigh all decisions carefully and for a long time. So, do not be in a hurry to make a detailed contract or a contract from a multitude of points.

2. Greeting:A bow (o-jig) is a way of greeting, apologizing, or even offering help. This elemental gesture can greatly assist Western entrepreneurs in establishing business relationships with a potential Japanese client. Depth of bow depends on the

status of your colleague. When you worship a person who has a higher status than you, it is necessary to bow a little lower than that person, in order to show him / her your respect.

The introduction is very important for the Japanese. You need to give your name and position and offer a business card to your interlocutor. The Japanese are very attentive to this introductory part of conversation, especially to business cards. To show respect to your Japanese partner, it is necessary to take and give a business card with two hands. After you have received a business card, it should be carefully studied, and then put on the table in front of you. And of course, be sure to remember the name of the interlocutor, because you need to contact the Japanese during business communication only by last name.

The first impression about you is made up of how punctual you are. The Japanese are extremely sensitive about the time and do not like being late.

3. The art of conversation: Good topics for conversation are the family of the person, gratitude for the hospitality, and history of Japan.But the Japanese can ask very personal questions about your salary, your education, and your family life.

Wide hand gestures, unusual facial expressions, or sharp movements are not accepted. The Japanese do not talk their hands. The Japanese should never pat their backs or shoulders.

Making derogatory remarks about anyone, including your competitors and your own employers, will destroy your relationships.

Laughter usually indicates embarrassment and shock, not joy.

4. Business meetings and dinners: Strict adherence to the dress code is necessary. Business style for men is a dark suit(dark blue or black), a white shirt, a tie in the period from October to April; from May to September gray suit is good. A black suit, white shirt, and black tie is a funeral outfit.For women it is recommended to have short (or rear-ended) hair and wear seasonal-colored pants or long skirts, just like men's.

Any white flowers should be avoided. It is considered unlucky to give a bouquet of four or nine flowers.

For a gift, foreign, prestigious, branded items, pens and pencils, or a regular memory card are good options.

If you are invited to a karaoke bar, you must sing. It doesn't matter whether you sing or not.

So,doing business in Japan is very closely connected with culture, philosophical and religious views of the Japanese. Apart from the language, it is necessary to master the basic knowledge of Japanese culture and mentality to succeed in business with the Japanese.

Список використаних джерел

1. Особливості ведення бізнесу в Японії. URL :https://glebov.com.ua/vedennya-b%D1%96znesu-v-yapon%D1%96%D1%97.html (дата звернення: 19.03.2020).

2. Doing business in Japan. The network for doing business. Tokyo. UHY Tokyo & Co, 2018. 34 p.

АФІКСАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ В АНГЛОМОВНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ

Лосєва А. В.,
Здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Воскобойник В. І.,
кандидат філологічних наук, доцент

Глобалізація суспільства спонукають до всебічного дослідження англомовної економічної сфери, особливо якщо враховувати вплив на неї інформаційної революції і потребу характеристики нових понять [1, с. 16].

Економіка залишається одним із головних постачальників інновацій сьогодні. Значна кількість неологізмів, що виникають у сфері економіки, характеризує нові економічні теорії і доктрини, економічні явища, особливо такі, що співвідносяться з постійними реформами, прагненням удосконалення економічного життя суспільства. Створюються нові слова і словосполучення, які призначені для номінації і характеристики економіки в умовах посилення процесів глобалізації економічного життя.

Неологізм – це слово чи сполука, використані мовою в певний період на позначення нового або вже наявного поняття або в новому значенні й усвідомлюються як такі носіями мови. Неологізми належать до пасивного словникового складу мови, але з часом засвоюються нею й переходять до загальновживаної лексики, утративши свій статус неологізма [2, с. 417].

Інтенсивне поповнення термінологічного складу англійської мови відбувається за рахунок афіксації – утворення нових термінів шляхом додавання до кореневих слів, запозичених з грецької й латинської мов префіксів і суфіксів.

Продуктивними в утворенні англійських неологізмів в економічній сфері є вже відомі афікси, які мають суміжне значення, а саме: германський префікс **up-** (*upshift – наймати на виснажливу та нервову роботу, після звільнення з легшої і спокійнішої роботи, upsell – намагатися переконати клієнта купити дорожчу продукцію*) та германський суфікс **-dom**(*corporatedom – все, що відноситься до корпорації*); романські префікси **mega-** (*megamall – дуже великий торговий центр, megaproject – великомасштабний проект*), **micro-** (*microvacation – коротка відпустка*), **mini-** (*mini-job – «міні-робота», заняття, що не приносить солідного прибутку, проте не вимагає і значних витрат часу,*, **super-** (*supersize – значно збільшувати щось у розмірах, supermom – жінка, що поєднує риси дружини, матері, активного працівника і суспільного діяча*), **hyper-** (*hyperengineering – радикальна реорганізація ділових підприємств, hypercommercialisation – гіперкомерціалізація; надзвичайно високий рівень про-*

мислового виробництва), а також романські суфікси **-er** (*pharmer – людина або організація, які займаються одержанням медично активних речовин з тварин, створених шляхом біотехнологій*), **-ist (***declinist – особа, яка песимістично оцінює тимчасові досягнення в економіці країни*), **-ation**(*casualization – впровадження замість «формального» стилю одягу службовців «неформального»*).

Однак, нові лексичні одиниці англійської мови в економічній сфері створюються не лише за участю вже відомих афіксів, а й за допомогою нових словотворчих елементів – так званих, напівафіксів, що оформилися в останні десятиліття і виявляють значну активність в утворенні новотворів. «Роль кожного продуктивного афікса варто вважати важливішою порівняно з роллю окремого лексичного чи фразеологічного неологізму, оскільки кожна словотворча морфема дає життя багатьом лексичним неологізмам, розширює можливості словотвору» [1, с. 4]. Нові афікси в економічній терміносистемі виникають не лише на базі існуючих морфем, але й на основі псевдоморфем, які можуть збігатися з існуючими лексичними одиницями або бути їх частинами у результаті розчленування чи словотвірної фрагментації. Особливо активними у творенні нових афіксів є телескопія. Деякі фрагментів слів, що входять до складу телескопійних одиниць і характеризуються високою частотністю використання, поступово можуть еволюціонувати в нові афікси. Телескопія викликала формування нових препозитивних та постпозитивних формантів, які функціонують в ролі афіксів, наприклад: **docu-** (елемент *docu-* виділився внаслідок телескопії зі слова documentary і утворив ряд неологізмів): *documercial – рекламно-документальний ролик, docuterm – ключове слово документа*; **cyber-** (скорочений варіант слова cybernetics): *cyberbusiness – віртуальний бізнес, cybermall – електронний магазин*; **globo-** (елемент слова global перетворився на префіксальний словотвірний елемент): *globoboss – керівник транснаціональної корпорації, фірми, globoprotester – людина, що протестує проти негативних наслідків глобалізації;***-nomics**(елемент *-nomics*зі значенням «економічна політика; економічний аспект діяльності», що є результатом телескопії, активно функціонує в ролі афіксу у термінології менеджменту): *culturnomics – залежність економіки від особливостей культури країни, mistakonomics – недосконала економічна політика*; **-ariat** (за аналогією до існуючих лексичних одиниць proletariat, secretariat утворив неологізми): *salariat – саларіат (клас службовців, що складають більшу частину населення в сучасних розвинутих країнах), commentariat – відомі журналісти, аналітики ЗМІ;* **-crat** (зі значенням особи, наділеної певною владою): *businesscrat, kleptocrat*; **-cracy**(зі значенням соціальної структури, наділеної певною владою): *corpocracy – корпократія (суспільство, в якому великі фірми і корпорації мають значну політичну та економічну владу)*.

Таким чином, афіксація є продуктивним способом творення англійських новотворів економічної сфери. Як уже відомі афікси, так й напівафікси беруть активну участь у формуванні англійських економічних інновацій.

Список використаних джерел

1. Зацний Ю.А. Сучасний англомовний світ і збагачення словникового складу. Львів : ПАІС, 2007. 228 с.
2. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля – К., 2006. 716 с.

TRANSLATING AND INTERPRETING LEGAL TERMS

Лоза Я. О.,
Здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Воскобойник В. І.,
кандидат філологічних наук, доцент

Legal terminology is necessary and compulsory in legal practice and advocacy, because it is impossible to explain any law or normative legal act without it. The legislation of Ukraine as well as other countries is changed regularly, that's why it requires new legal terms, doctrines, and explanations. The legal language does not depend on ethnos and is necessary on every stage of society's development.

The main unit of any terminology is a term. A *term*is a word or a group of words which is specifically employed by a particular branch of science, technology, trade or the arts to convey a concept peculiar to this particular activity [1]. We define *alegal term*asa word or a word combination which stands for a general name of a legal concept, has a specific and definite meaning, and is often used in legislation and legal documents. The contemporary language of law makes several requirements relating to legal terms that should be taken into consideration in the process of translating. The legal term should meet the following important requirements [2]: satisfy the rules and norms of a corresponding language; be systematic; correspond to a certain definition oriented to a certain concept; be relatively independent of the context; be precise; be as concise as possible; aim at one-to-one correspondence (within the terminological system); be expressively neutral; be euphonical.

The English legal terminology is characterized by a specific set of terms. First of all, it comprises numerous Latin words and phrases (ex. *lex loci actus, res gestae, corpus delicti, lex domicilii,* etc.). It also has words of the Old and Middle English origin, including compounds which are no longer in common usage (*aforesaid, hereinabove, hereafter, whereby,* etc.). Besides, the English legal language includes a large amount of words derived from French (*appeal, plaintiff, tort, lien, estoppel, verdict* etc.). The language of law also uses formal and ceremonial words (*I do solemnly swear, Your Honour, May it please the court...*) and technical terms with precise meanings (*defendant, negligence, bail* etc). Thus, the present content of the English language of law is due to the influence of different languages and that has a historical explanation.

Considering Ukrainian legal terminology, we should keep in mind that it comprises fewer borrowings and compounds than the English one. A considerable part of legal terms is of a national origin. This may be explained by the history of Ukraine and its legal system development as well. At the same time, the contemporary Ukraine legal language has been enriched by the new law terms derived from English:*лізинг - leasing*, *антитрестовский - antitrust,корпоративний - corporate, факторинг - factoring* etc. Thus, English and Ukrainian legal languages are characterized by their own specific features which are explained by the historical, political, social and cultural influences.

Dealing with the language of law implies two forms of transferring from one language to another – legal interpreting and legal translating. *Legal interpreting* is meant for people who come before the courts (litigants, defendants, witnesses) and who cannot communicate effectively in the language of legal procedures. According to the law, individuals who do not communicate in the language of legal proceedings have a right to speak their native language in court and use the interpreting services. The interpreter's goal is to interpret from one language to another everything what is said in court, preserving the tone and level of the original language, adding and deleting nothing. The legal interpretation should be adequate, complete and correct.

Legal translating first of all implies translating legal documentation (laws, acts, judicial decisions, legal rules, contracts, agreements, administrative papers and other law-related documentation). This kind of translating has been recently prevailing in the process of international relations development. Faced with a legal text to translate, a legal translator must deal with the dual challenge of language and law, which he or she must reproduce as correctly as possible in the target language. This complex procedure of transferring from one language to another involves a number of risks inherent in language. That is why it is rather difficult to transfer the entire message of the source text from one language to another.

While translating it is important to know the legal terminology in both languages. The substitution of a legal term of the source text by its synonym (a word of common usage) in the target language may result in misinterpretation in terms of law. The distortion of the meaning of a law term may influence upon legal consequences. For example, the legal phrase *"the party domiciled abroad"* is not equal to its Ukrainian translation «*закордонна сторона»* or «*сторона, що проживає за кордоном»*. The correct way to express the same meaning in Ukrainian legal terminology will be «*сторона, доміцилірована за кордоном»*. It should be noted that *a domicile* as a legal term means *a place of permanent living* (if an individual is implied) or*a seat of a corporation, a principle place of business* (if a juridical person is implied), while the general meaning of this word is *a place where someone lives* [3].

Taking into consideration the aforesaid, we come to a conclusion that legal translators and interpreters should meet the essential requirements mentioned above in order to provide a complete, correct and adequate translation. Deep knowledge of the legal language and proficiency in legal terminology of both languages are the

main factors providing the effective intercultural communication of legal professionals in the process of international cooperation.

Список використаних джерел

1. Суперанская А. В., Подольская Н. В., Васильева Н. В. Общая терминология : Вопросы теории. М. : Наука, 1989. 246 с.
2. Ivanova L. I., SheberstovaT. B. ThePeculiarities of theEnglishLegalTermand TheirReflection in Translation // The Problems of Intercultural Communications (International Conference Materials). ISUCT Press : Ivanovo, 2000. 134p.
3. New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language. Danbury: Lexicon Publ. Inc., 1993. 1216 p.

STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN MODERN ENGLISH

Тюріна К.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультет обліку та фінансів

Науковий керівник – Тагільцева Я.М.,
кандидат філологічних наук, доцент

English has a thousand-year history and during this time it has accumulated many phrases, which are used by people in special cases and sound interestingly and brightly. We are talking about phraseological units.

Phraseological units or idioms are determined as stable self-expressions.They are similar to proverbs, but, in contrast to them, idioms aren`t complete sentences. It means that meaning of idiom isn`t deduced from the meaning of its constituent components (for example, under a cloud – під підозрою; face like thunder –чорніший за хмару). Modern English totals about 25 000 phraseological units.

The background of the theory of phraseology can be seen in the works of such Russian scientists as A. A. Potebnya, A. A. Shakhmatov and F. F. Fortunatov. The development of phraseology was also significantly influenced by the ideas of the French linguist Sharl Balli, who first formulated the signs of stable combinations of words and the basis for their classification and, in fact, introduced the term 'phraseology', which was understood as "a section of stylistics that studies related phrases" [1, p. 9; 29, p. 12].

Professor A. V. Kunin believes that, basically, a phraseological unit is a combination of potential words with a completely rethought meaning and a combination of potential words with real words with a partially rethought meaning [2, c. 19].

English phraseological units are also classified by a characteristic feature, which is taken as a basis.

English idioms are associated with various types of human activity, for example:

1. Idioms related to the sea. Many of them are more widespread, being metaphorically rethought:

- Like a fish out of water – як не у своїй тарілці

For example: Yesterday we were at Jim's party and I felt like a fish out of water.

2. Many phraseological expressions related to hunting are also included in the colloquial English:

- To run with the hare and hunt with the hounds – служити і нашим, і вашим;сидіти на двох стільцях одразу.

For example: I'm surprised at you! You helped our enemies, being in our team. You made a decision to run with the hare and hunt with the hounds.

3. Of the animals, there are dogs, pigs, cats and horses mentioned in idioms most often.

- Whenpigsfly – коли рак на горі свисне

For example: She will marry him when pigs fly.

4. Birds are also often mentioned in idioms:

- To be in full feather – бути при параді

For example: There is John`s party today so I should be in full feather.

5. Furniture is the source of the following idioms:

- Skeleton in the cupboard – скелети в шафі (секрет)

For example:He certainly has a skeleton in the cupboard and we must find out what he keeps secret.

6. Many colorful idioms were born in the kitchen:

- Have a finger in the pie – бути причетним до чогось

For example: The police suspected that Daniel Crofft had a finger in the pie in many crimes.

7. Phraseological units associated with traditions:

- Have kissed the Blarney stone – бути підлесником. (According to tradition, everyone who kisses the stone which is in the Blarney`s castle in Ireland, was awarded by the gift of the flattering speech).

Thus, we can conclude that the peculiarity of English phraseological units is in their variety and their great amount. Almost all or more than half of all events occurring in England and the UK are reflected in the phraseology of this language. "By means of idioms, as with the help of various shades of colors, the information aspect of the language is complemented by a sensually intuitive description of our world, our life." [1, c. 301]. Using idioms, we can investigate history, culture and language of the nationality, which is a perspective for further research.

References

1.Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. Л. : Просвещение, 1981. 295 с.

2. Смирницкий А. И. Лексикология английского языка. М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1956. 260 с.

LEXICAL AND SEMANTIC FEATURES OF EMOTIONAL EXPRESSION IN THE NOVEL "A WALK TO REMEMBER" BY N. SPARKS

Рибалко В.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Тагільцева Я.М.,
кандидат філологічних наук, доцент

Our research is founded on the novel "A Walk to Remember" by Nicholas Sparks. ***Emotional expressions*** are behaviors that communicate an emotional state or attitude. They can be verbal or non-verbal, and can occur with or without self-awareness. Emotional expressions include facial movements like smiling or scowling, simple behaviors like crying, laughing, or saying "thank you," and more complex behaviors like writing a letter or giving a gift [1].

Comparisons: "If truth be told, people *cried buckets* whenever they saw it" [3, p.10] **(sadness)**. "She really worked that gum, chewing it almost *like a cow* working her cud"[3, p.61] **(disgust)**. "Lew was looking at Jamie as though she had *cornstalks growing out of her ears*"[3, p.64] **(surprise)**. "We arranged to meet at five o'clock, and the rest of the afternoon ticked by slowly, *like the drips fromChinese water torture*" [3, p.77]**(expectation)**. "'Oh...' I said it like I'd stepped on someone's *pet turtle, squashing it under my shoe*" [3, p.125]**(regret)**.**Interrogation**: "Some end for a guy like that, huh*?* Life, I've learned, is *never fair*" [3, p.20] **(frustration)**. "Being seen with her once was bad enough...but being seen with her *every day?*" [3, p.81]**(rueful feelings)**."'Why not?' I shouted *hoarsely*, *not understanding* any of this". [3, p.200]"*Why*, I *wondered*, had my world suddenly unraveled as it had? *Why* had all this happened to someone like her?"[3, p.237] **(bewilderment)**.**Delight**: "I've been *soblessed* to have a father like mine". [3, p.29] "She was absolutely *joyous* as she looked up at me".[3, p.153] **Admiration**: "You're a *wonderful person*, Jamie. You're *beautiful*, you're *kind*, you're *gentle*...you're everything that I'd like to be". [3, p.198] **Tenderness**:"'I don't know that there's anything more you can do, *sweetheart*,' she said *gently*". [3, p.235] **Interest**: "She looked at me with *a twinkle in her eye*". [3, p.121] **Enthusiasm**: "And although I was never a particularly good athlete, on this day I was *unstoppable*". [3, p.240] "I was *flying* for about a hundred yards or so, and

then I started to get kind of tired, and then a *cramp set in*"[3, p.43]. **Exclamation, repeat and resentment**: "*I didn't want* to waste my afternoons meeting with teachers *after school—after school!*".[3, p.33] **Pity**:"'*I'm sorry*,' she whispered to me through her *ragged sobs*".[3, p.200] **Offence**: "Hegbert would never accept his help, that *the wounds were too deep*".[3, p.231] **Calm and thoughtfulness**: "She was looking out the window with a *peaceful* look on her face, kind of smiling, but *far away* at the same time". [3, p.165] **Indignation**: "'You're *full of crap*,' I answered, and he slapped my back, hard enough to force the breath right out of me". [3, p.71] "Eww . . . *gross*!"[3, p.98]. **Embarrassment**:" 'Well...*I don't know*,' I said, *confused*". [3, p.79] "Jamie *blushed*".[3, p.192] "I was *reaching for anything*, *confused* and, yes – *scared*". [3, p.200] "For a moment she seemed *lost in wonder*". [3, p.192] "I *stared at* it, *mesmerized*". [3, p.162] "I was, for the first time in my life, completely and *utterly at a loss*".[3, p.206] **Nervousness**: "They were both *nervous*, and it took them a couple of minutes to finally get to the point". [3, p.223] "She smiled at me, waiting for an answer, and I finally nodded, my *lips pressed together*". [3, p.209] "Love, anger, sadness, hope, and fear, whirling together, sharpened by the *nervousness* I was feeling". [3, p.243] **Excitement**: "My *throat* suddenly went *dry*". [3, p.200] "I *took a deep breath*, trying to gather myself, but I *couldn't force myself to come out with it* just yet".[3, p.46] "The moment she told me, the *blood drained from my face* and a sheaf of *dizzying images fluttered through my mind*". [3, p.201] "I'd gone from shock to denial to *sadness to anger* and back again, all night long, wishing it weren't so and praying that the whole thing had been some terrible *nightmare*". [3, p.205] "His voice was *choked up* as he spoke, the words ringing with the most *heartfelt emotion*". [3, p.223] "*Choking up*, I closed the card". [3, p.238] "I asked, *euphoric* and *terrified* at the same time" [3, p.242]. **Non-verbal cue**: "I *shrugged*, *a little wary* of where she was going with this"[3, p.105] **(doubt)**. "'Why not?' Jamie asked, her *brow furrowed*".[3, p.109] "Hegbert's *eyebrow raised* just a little"[3, p.170] **(astonishment)**. "I know my *jaw dropped* a little, and I just *stood* there looking at her for what seemed like a long time, *shocked* into silence"[3, p.143] **(shock)**. "My *hands* began to *tremble*"[3, p.161] **(worry)**. "'Is that what it really means to you?' she'd ask, and I'd *rub my chin* and *think* about it before trying again". [3, p.219] "She *shruggedwithout answering*, and we sat together for a few moments, watching the rain as it blew against the windows" [3, p.230]**(thoughtfulness)**.**Sadness**: " 'You can't be in love with me, Landon,' she said through *red and swollen eyes*". [3, p.200] "As he was fighting back his *tears and sniffling*, Margaret had already given in to hers and sat *weeping* on the couch". [3, p.223] "Eric *sobbed* until he was too *exhausted to cry* anymore". [3, p.224] "*Part of me wanted tocry* right then, but instead I laid her hand back down and turned to face the window". [3, p.237] "The words made me *choke up* again, and just as I was about to *cry*, the meaning of it suddenly became clear". [3, p.239] "Seeing her lying there made something *tighten deep in my stomach*, making me almost want to *cry*".[3, p.242] **Wail**: "I *cry* to you, my Lord, my rock!". [3, p.213] "Then all at once, the *wailing* began"[3, p.204].

Thus, we draw the conclusion that the author makes extensive use of various kinds of emotions, among which emotions of excitement and sadness take the leading place. It is also worth noting that Nicholas Sparks uses sound, mimic, manual, autonomic and motor emotions [2]. Analysis of emotional expressions can help determine the opinions and affective intent of writers, as well as their attitudes and evaluations with respect to various topics.

Список використаних джерел

1. Dorset Research & Development Support Unit, 2003. "Emotional Expression." Archived 2007-06-30 at the Wayback Machine Retrieved on: July 23, 2007.

2. Баженова И. С. Обозначения эмоций в художественном тексте. Прагматический аспект :автореф. дис. на соискание науч. степени д-ра филол. наук : 10.02.19 / Московского ордена Дружбы народов государственный лингвистический университет, 2004. 48 с.

3. Sparks N. A Walk to Remember URL: https://royallib.com/book/sparks_nikolas/A_Walk_to_Remember.html (дата звернення 20.03.2020).

FORMATION OF CORN HYBRIDS PRODUCTIVITY DEPENDING ON THE AGROTECHNICAL TECHNIQUES

Кеда Л.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО«Бакалавр»
факультету агротехнологій та екології

Науковий керівник – Жорник І.І.,
старший викладач

The weather and climate conditions have undergone significant changes in all zones of Ukraine. The number of arid and extreme years has increased, which has influenced the dependence of the yield quality on the weather conditions.

Grain production in the forest-steppe zone is obtained from winter and spring wheat, barley and corn. Corn plays an important role in solving the country's grain problem as a crop of high-yield use. Harvests of corn should increase in the coming years as a result of higher yields of hybrids, optimization of acreage and agricultural production.

Corn (Zea mays L.) is a valuable food, feed and technical crop. Demand for it is constantly increasing. In order to meet the ever-increasing demand for grain of this crop without increasing sown areas, corn growing requires yields increase.

According to the study of different methods of soil cultivation, the best conditions for the development and growth of plants were created by the use of chisel

plough of basic tillage and ploughing with the use of herbicides. The yield of corn increased by 0.56 t/ha. When using only chisel plough, corn yields are reduced.[4]

According to the data of the Plant Production Institute nd. a. V. Ya. Yuryev of NAAS, the use of tillage without rotation of the soil layer has led to the yield decrease of most corn hybrids, compared to ploughing.[4]

When growing corn hybrids using No-till technology, there is no need for cultivation during the growing season of mechanized row processing, which makes it possible to use a wide-row method of sowing with narrowed rows up to 25 cm. This method of sowing, while increasing the density of standing crop hybrids provides better phytocenotic capacity of crops by 10-15% to biological suppression of weeds and helps to increase grain yield by 0.3-0.5 t/ha. [1]

Plant Production Institute nd. a. V. Ya. Yuryev of NAAS has determined that the sowing terms of corn hybrids significantly affect the grain yield. According to the experiments, hybrids of Leleka MV, Donor MV and Zlahoda MV produced the highest yields during the early sowing period: 6.69, 8.29 and 5.98 t/ha, respectively, and for hybrids Vympel MV andVarta MV the best sowing period was optimal with a yield of 7.09 and 5.48 t/ha, respectively. [4]

In Dnipropetrovsk scientists, engaged in the programming of corn yields, concluded that at the corn sowing density of medium-late hybridsis 60 thousand/ha, medium-early– 80 thousand/ha and optimal fertilizer application will allow to obtain high harvest even under adverse conditions. [2]

During 2002-2003 studies, conducted in the fields of Poltava Institute of Agroindustrial Production named after M.I. Vavilov, showed that as the plant density changes from 50 to 70 thousand/ha, the number of ears increases by one unit of area. The variant of the experiment with a sowing density of 50 thousand/ha showed the greatest increase in corn yield (16%) [3]

Thus, for cultivation of corn hybrids, plowing is the best cultivation of soil compared to tillage without it.

Both early and late sowing periods reduce the corn yields. When sowing seeds at an earlier date - the field germination decreases, there is a risk for plants to be affected by late spring frosts. It will damage the growth and development of plants, which will lead to germination decrease and yield drop. But during these periods corn flowering occurs earlier than during the later periods.This contributes to the rational use of soil moisture and reduces the risk of negative effects of drought on the crop during the growing season.

So, it is necessary to take into account the hybrid specificity of the reaction to the density in order to determine the corn density, depending on the growing conditions.

Obtaining timely information on the changes in the soil and forecasting the dynamics of it sphericity for the future will enable the identification of optimal economically and environmentally sound agrotechnical techniques that will help to stop degradation processes in the soil and will help to get high yields.

As a result, depending on the innovative scientific and technological bases of corn production, it is possible to increase its production in the different soil and climatic zones of Ukraine.

References

1. Boiko P. Different zones of Ukraine - own corn /P. Boiko, N. Kovalenko // Proposition. Special issue. Corn: from seed to profit. - 2016. - № 3. - P. 10-15.
2. Kiver V.Kh. Programming corn yields in Dnipropetrovsk region/V.Kh. Kiver, V.M. Kunytsya // Proposition. - 2001. - №5. - P.7-8.
3. Pankin V.S. Standing density of corn hybrids in the central Forest Steppe of Ukraine/V.S. Pankin, O.O. Pavliuk // Bulletin of the Institute of Grain Management. - Dnipropetrovsk, 2005. - № 23-24. - P. 33-35.
4. Tsekhmeistruk M.H. Aspects of corn cultivation / M.H. Tsekhmeistruk, N.M. Muzafarov, K.M Manko//Agribusiness Today newspaper. - 2014. URL: http://agro-business.com.ua/agro/ahronomiia-sohodni/item/436-aspekty-vyroshchuvannia-kukurudzy.html (accessed 1/04/2020)

FASHION IS TIMELESS

Кочур В.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Жорник І.І.,
старший викладач

There are a lot of impressive and very beautiful things in Ukrainian culture. They are language, song, poetry, fairy tale, painting, embroidery and many others. Particular attention should be paid to the national costumes.

In my work I wanted to learn more about the ethno-cultural traditions of my land and, in particular, to describe the women's folk costume of Poltava region. After all, the Ukrainian national costume is experiencing its second birth and is now quite popular.

The main purpose of my research is Ukrainian women's costume as an element of traditional culture of Poltava region.

For my research, I used the knowledge of the artist of Poltava embroidery, the resident of Piryatyn, Kopiak Olha Fedorivna, who embroidered on request, and Olexandra Herasimova who founded workshop “Hrytsyky” in the village of Bubna, Chornukhy district. She finds and restores the ancient things [1]. In addition, electronic resources and print media were used to provide useful and thorough information on the artistic features of the Ukrainian costume as well as the embroidery symbols [2; 3].

The Poltava costume consists of many details: shirt, plakhta, zapaska, dukach , jupka, coral necklace and ochipok.

Shirt is an Ukrainian embroidery. Shirts for women were spun only from hemp or flax. Each region had its own unique patterns.

Embroidery of the Ukrainian costume is rich and varied. Motives of ornaments, compositions and colors were passed from generation to generation, becoming traditional. Ornamental motives were geometric (diamonds, rosaces, stars) and floral. The most common embroidery technique of the XIX century was “zanyzuvannia”, through which the magnificent geometric patterns were created. The tender Poltava embroidery “white on white” is becoming more and more popular among Ukrainians. Original embroidery and white thread on white fabric originated in the village of Reshetylivka, which is in Poltava region. Shirt “White on white” was considered to be a festive dress. The embroidery of Poltava region is typical, as a rule, geometric and floral ornaments. Ornaments have a clear structure, but they are saturated with deep imagery. Boundless imagination in the search of variants of the same geometric elements in combination with laconism – these features are crucial for the art of embroidery of the poltavians.[5]

The next item of clothing is plakhta, non-sewn piece of women's Ukrainian national outfit like a skirt. It was made from cloths of colorful checkered wool fabric.

Zapaska was called a non-sewn quadrangular piece of coarse woolen fabric. Mostly they were black, darkblue, rarely red. Zapaska are worn by women on weekdays, and on holidays - plakhta.

Outer wear is called yupka. At the end of the nineteenth century, the number of pleats on the back of a skirt was a sign of prosperity.

Girls wore wreaths, and after marriage changed them on the ochipok. In the different regions of Ukraine ochipoks had different image and shape. In Poltava region it was elongated, ellipse and round.

Every woman should have jewelry. Without them, her image would be inferior. One of these ornaments was called the dukach. It is a decoration in the form of a large medal-shaped coin with a bow decorated with stones. Coral jewelry was made from expensive natural materials such as corals, amber and others.

Fashion for ethnic embroidery has gone far beyond Ukraine. Cases where famous designers turn to our ornaments and motifs are increasingly common. For over ten years, Ukrainian embroidery and designers have been inspiring modelling agencies around the world.

“No Time in fashion” is a fashion show: Ukrainian traditional costumes. This event was first held in Poltava in the city of Pyriatyn. Ancient costumes, family relics of the inhabitants of Pyriatyn, Chornukhy and Hadiach were demonstrated. The viewers saw the vintage women's handmade costumes. This event was full of events that impressed the audience, one of the brightest was a demonstration of the All-Ukrainian project “Nation”. The project finds, restores and promotes Ukrainian authentic garment of the late XIX – early XX century. [4]

So, in my work I tried to reveal the artistic features of Ukrainian costume. In the world of fashion, embroidery has remained at the peak of popularity of the last few years. With that, in the trend is not only a shirt. Shirts, dresses, outerwear, bags and even shoes are decorated with embroidery.

References

1. Vasina Z. Ukrainian chronicle of clothing / Z. Vasina. - Kiev: “Art”, 2003.
2. [Electronic resource].−Access mode:http://ridna-ukraina.com.ua/nationalsuit/
3. [Electronic resource].− Access mode :https://24tv.ua/yak_ukrayinska_vishivanka_pidkorila_svit
4. [Electronic resource] .− Access mode :http://pyriatyn.org.ua/news/3931
5. H. Kysil.Ukrainian embroidery. Portraits of famous people in Poltava region/H. Kysil. - Poltava: “Dyvosvit”, 2007.

РАЦІОНАЛЬНЕ ТА ІРРАЦІОНАЛЬНЕ В ПІЗНАВАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЮДИНИ

Лозюк С. Л.,
здобувач вищої освіти СВО«Бакалавр»
факультету агротехнологій та екології

Науковий керівник – Шейко С.В.,
кандидат філософських наук, доцент

Людині в процесі пізнавальної діяльності неможливо побудувати цілісну картину світу та сформувати систему вартостей без урахування раціональних та ірраціональних чинників освоєння дійсності. Раціональне та ірраціональне це два протилежних, але взаємодоповнюваних початки, що утворюють нерозривну єдність адекватного відображення дійсності. Без звернення до ірраціонально-інтуїтивної проблематики звужується смислове поле антропологічних теорій і концепцій культурно-історичного процесу. У східних культурах здатність до ірраціонального світорозуміння – одна із основ фундаментальної пізнавальної парадигми. Проблема ірраціонального та раціонального має велике значення в розвитку західноєвропейської філософії епохи Середньовіччя та Нового часу, особливо у філософії Б. Спінози, Б. Паскаля та Ф.Й. Шеллінга. Сучасна світова філософія здебільшого ґрунтується на з’ясуванні ірраціональних форм освоєння дійсності, зокрема на проблемі інтуїції, волі, віри та внутрішньої екзистенції. Характерною ознакою українського типу філософіювання є екзистенційні мотиви та «філософія серця» у творчості Г. Сковороди, П. Юркевича, Т. Шевченка, П. Куліша, І. Франка.

Ірраціональність супроводжує діяльність людини на всіх її рівнях: у буденному житті, у міжособистісних відносинах, у сфері культури та науки. Нині навіть зверхсучасні наукові відкриття неможливі без творчого креативного пошуку та інтуїтивних прозрінь, «інтелектуальної інтуїції». Будь-яке нове знання не може бути тільки результатом логічної роботи інтелекту. Ірраціоналізм із необхідністю існує в людині вже на психофізичному рівні. Як відомо, мозок має дві півкулі. Вони володіють різними формами сприйняття дійсності та обробки інформації: одна півкуля відповідає за логічну, раціональну роботу мозку, а друга за художньо-образну, евристичну, тобто несе в собі ірраціональне навантаження.

У будь-якій науці як виразу раціональності істинне висловлювання не можна довести без звернення до духовно-практичних засобів – релігійної віри, інтуїтивного пошуку, що асоціюється з ірраціональністю. Як відомо, наукові аксіоми не доводяться раціональними засобами, а лише приймаються на віру. Тому виключно логічні засоби звужують можливості пізнання цілісної картини світу та потребують реального виходу в область інтуїтивно-образного та недискурсивного сприйняття. Прагнення до максимальної адекватності в процесі пізнання потребує використання неформалізованих ірраціональних систем. Приймаючи ірраціональну складову, як обов'язкову в процесі пізнавальної діяльності, людина все більше долає межі, які вона ставила собі протягом всього історичного часу.

Однією із форм ірраціонального відношення людини до світу, світосприйняття та цілепокладання − є віра. Ця проблематика плідно досліджувалась в українській філософії 80-90-х рр. XX століття провідними філософами І. Бичком, В. Шинкаруком, М. Поповичем. В. Шинкарук доводив, що об'єктивний світ даний нам нашим світорозумінням, нашою вірою, надією і любов'ю. Він визначив віру як форму та спосіб сприйняття соціальної інформації, норм, цінностей та ідеалів суспільного життя, коли вони приймаються, як очевидні факти чи характеристики об'єктивної діяльності, засіб духовно-ірраціонального освоєння досвіду попередніх поколінь, сприйняття сподівань, очікувань та надій щодо майбутнього [1].

Віра, як особлива людська здатність, сформувалася в процесі становлення людської свідомості на основі суспільно-історичної практики як спосіб освоєння індивідами суспільного буття. Суспільна діяльність спрямована на реалізацію таких цілей, в яких творча уява людини дає образ потрібного, в якому можливе зображується як дійсне. Віра сформувалась як здатність сприймати й переживати можливе як дійсне, ймовірне та вірогідне. Оскільки людська свідомість завжди націлена на майбутнє, віра виконує необхідність сприймати та переживати образи бажаного чи не бажаного майбутнього як неминучого, плекати надії на звершення бажаного, його перетворення в дійсність, сподівання на краще. Релігійна віра стає духовною втіхою, виправданням страждань, вона надає цим стражданням видимий сенс. У науковому світогляді віра спирається на досягнення науки та є важливим моментом у процесі формування переконань.

Тому віра є універсальною ознакою людини незалежно від ставлення до релігії, що забезпечує сприйняття майбутнього, здійснення бажаних очікувань та сподівань. Віра охоплює теоретико-пізнавальну діяльність та практичну реалізацію її цілей, а її предметом є можливості перетворення в дійсність [2].

Прийняття знання на різних етапах наукового пізнання обов'язково передбачає безпосередню участь віри. Із гносеологічної точки зору віра може бути презентована у вигляді прийняття чогось істинного, справедливого, доцільного в умовах відсутності достатніх емпіричних чи раціонально-теоретичних обґрунтувань. Наукова віра ґрунтується на даних безпосереднього чуттєвого досвіду людини та її здатності до абстрактно-логічного мислення. Оскільки, початкове знання в науці на теоретичному рівні представлене постулатами, аксіомами, логічними визначеннями, що складають передумову науково-об'єктивного знання та сприймаються на віру. Таким чином в основі пізнавального процесу реальної дійсності існує діалектичне взаємовідношення логіко-раціональних засобів та духовно-практичних основ ірраціонального освоєння дійсності людиною.

Список використаних джерел

1. Шинкарук В. І. Віра, Надія і Любов. Віче 1994. № 3 (24). С. 145–50.

2. Шинкарук В. І. Категоріальна структура наукового світогляду. Вибрані твори : у 3 т. Київ : Наукова думка, 2004. Т. 3, ч. І с. 164–172.

УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКІ ВІДНОСИНИ В УНІВЕРСАЛАХ ЦЕНТРАЛЬНОЇ РАДИ

Кулінченко І. Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Помаз Ю. В.,
кандидат історичних наук, доцент

Події Української національної революції потребують ретельного аналізу. Тодішнє падіння царату, здається, для практично усіх революціонерів стало несподіваним. Одна справа – проголошувати палкі промови із закликом повалення «кровавого режиму», а зовсім інша – одержати реальну владу на уламках цього режиму. Зрозуміло, що опозиційні сили, у тому числі й в Україні, не мали практичного досвіду управління державою: їм бракувало не лише кваліфікованих управлінців, але й просто достатньої кількості освічених людей, здатних посісти вакантні посади.

Особливість «українського питання» полягало у тому, що українські землі знаходилися у складі двох деспотичних імперій. Звідси й суттєві розбіжності в

поглядах на українську державу та її відносини з країнами-метрополіями. У ставленні до майбутніх україно-російських стосунків серед активістів українських політичних партій (а їхня кількість сто років тому перевищувала три десятки) склалися чотири напрями, пріоритетність яких змінювалося: від ілюзорно-автономічних до реально-самостійних по мірі формування практики україно-російських відносин.

Перший напрям (умовно «проросійський») розглядав Україну як невід'ємну частину Російської держави, форму устрою якої визначать майбутні Установчі Збори. Прихильники другого напряму (умовно «автономісти») бачили Українську республіку як автономне утворення у складі Російської демократичної федеративної республіки. Третій напрям (умовно«федералісти») колишню імперію уявляв як конфедерацію вільних народів, у тому числі й Української Федеративної Демократичної республіки. І, нарешті, четвертий напрям (умовно«самостійники») об'єднував прихильників самостійної, не від кого незалежної Української держави [1, с. 8-9].

Буквально наступного дня після створення Української Центральної Ради постало питання про врегулювання відносин із Росією. В Петроград були направлені делегати від УЦР(«посли»), які передали Тимчасовому Російському уряду «домагання» українців. А«домагання» ці були доволі поміркованими: визнання Української Центральної Ради як автономного органу влади в Україні, консультування щодо України з комісаром «по українських справах», передачу частини грошей, що їх збирали в Україні, «на національно-культурні потреби». Проте, навіть такі вимоги були відкинуті Тимчасовим урядом. Ключова теза І Універсалу Української Центральної Ради: «І тепер, Народе Український, нас приневолено, щоб ми самі творили нашу долю» [1, с. 59].

Однак, надія на спільну долю народів колишньої імперії знайшла розвиток і у ІІ Універсалі УЦР: «Ми, Центральна Рада, яка завжди стояла за те, щоб не одділяти Україну од Росії, щоб вкупі з усіма народами її прямувати до розвитку і добробуту всієї Росії і до єдності демократичних сил її…». І знов ключова фраза: «…Ми рішуче ставимося проти замірів самовільного здійснення автономії України до Всеросійського Учредительного Зібрання» [1, с. 61].

Перемога збройного повстання більшовиків, усунення від влади політично близьких до правлячих українських партій російських політиків неминуче внесли корективи в перспективи україно-російських відносин. Романтична ілюзія про спільне демократичне майбутнє переростала в уявлення про федерацію рівноправних народів. Більш того, в ІІІ Універсалі Української Центральної Ради звучать месіанські нотки щодо відповідальності не лише за долю України, «але і всієї Росії».

Перша українсько-російська війна остаточно зруйнувала такі ілюзії: «братовбивча війна двох сусідніх народів» поставила питання взагалі про існування української державності. Крім того посилювався тиск з боку Німеччини і Австро-Угорщини щодо умов підписання миру. Через те IV Універсал очікувано проголосив незалежність України; «Однині Українська Народна Республіка стає

самостійною, ні від нікого незалежною, вільною, суверенною державою українського народу» [1, с. 70].

Голова Української Центральної Ради М. Грушевський в праці «На порозі нової України» із сумом відзначав, що «війна більшовиків з Україною рішуче поставила хрест» на орієнтації на Росію [2, с. 196]. Одночасно, відзначав перший голова Генерального секретаріату В. Винниченко, розвіялися надії на допомогу Німеччини і Австрії, зокрема шляхом окупації території України: «Ніякий чужий пан не може бути добродійником того, над ким він панує…» [3, с. 41]. Орієнтація на себе, на власні сили – ось один з головних уроків Української революції.

Список використаних джерел

1.Конституційні акти України. 1917–1921. Невідомі конституції України. Київ : Філософська і соціологічна думка, 1992. 272 с.

2. Історія України в особах: XIX-XX ст. / І. Войцехівська та ін. Київ : Україна, 1995. 479 с.

3. Винниченко В. Відродження нації. Частина І. [Репринтне відтворення видання 1920 року]. Київ : Видавництво політичної літератури України, 1990. 348 с.

ПРОУКРАЇНСЬКА ПОЗИЦІЯ ПОЛТАВСЬКОЇ МАСОНСЬКОЇ ЛОЖІ «ЛЮБОВ ДО ІСТИНИ»

Ставицька В. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Помаз Ю. В.,
кандидат історичних наук, доцент

Полтавська історія досить насичена різними за значимістю подіями. Але кожна віха історії є важливою. Однією з цих віх є період існування полтавської масонської ложі «Любов до істини», діяльності якої й присвячено це дослідження.

Сам же термін «масонство» пішов від англійського слова «mason», яке в перекладі означає «каменяр» або «муляр». Учасники цього космополітичного релігійно-етичного руху визнають «Великого будівничого світу» творцем всього ладу в природі, а тому й вважають та називають себе будівничими його храму.У своїх писаннях масони закликають до морального удосконалення людей і їхнього об’єднання (незважаючи на релігійну та національну приналежність) на принципах братерства, рівності, взаємодопомоги й вірності [1].

Історія полтавської ложі масонів розпочинається у 1818 році, коли під керівництвом Новикова Михайла Миколайовича 26 травня відбулося перше засідання ложі «Любов до істини».В кінці засідання брат Котляревський зачитав відгук Великої ложі Астреї (Санкт – Петербургська ложа) до ложі «Любов до істини», а також Конституційну грамоту, яка затверджувала існування полтавської ложі [2]. Сам же Михайло Миколайович на той час був майстром цієї ложі, а зараз він вважається засновником полтавської масонської ложі. Новиков приїхав до Полтави весною 1816 року у ролі секретаря канцелярії князя Рєпніна.

Цікавим фактом з історії «Любові до істини» є те, що вона проіснувала менше деяких інших українських масонських лож і на три з половиною роки менше, ніж ложі в Росії. Адже полтавська ложа була заборонена 12 березня 1819 року, тоді як останні ложі Росії проіснували аж до 1 серпня 1822 року. Це підтверджує, що напрям діяльності «Любові до істини» не подобався тогочасній владі. У ложі велася різного роду полеміка. Виголошувалися промови в стилі «Про вплив масонства на благо загальне» та про те, що «одностайність та згода між вільними каменярами необхідні» [2].

Але одними інтелектуальними пошуками діяльність «Любові до істини» не обмежилася. На порядок денний були поставлені і політичні питання. Воно і не дивно, адже сам засновник ложі Новиков у свій час був членом «Союзу благоденства». Була серед полтавських масонів і група, яка мислила у іншому векторі - векторі української автономності. Масонський рух був здебільшого космополітичним, але масонство Центральної України складалося з людей іншої формації. Воно було з національним присмаком. Свою діяльність воно підпорядковувало інтересам українського громадського руху [2].

Переважну більшість ложі складали українофіли. Це такі непересічні особистості, як: С. Кочубей, Капністи, В. Тарновський, В. Лукашевич, І. Бібіков, С. Война, В. Григорович, І. Котляревський.

Михайло Новиков прагнув перетворити ложу «Любов до істини» в управу Союзу благоденства і тому ходили чутки, що учасників ложі вербували до цього Союзу. Союз благоденства – це політична таємна організація, яка виступала за скасування кріпацтва та абсолютизму, перетворення Російської імперії або на конституційну монархію, або на республіку. Це звісно не задовольняло російську владу і не дарма. Оскільки Союз благоденства постав на базі Союзу спасіння, з якого пізніше виросте декабристський рух у Росії й в Україні.

Через те, що погляди учасників полтавської ложі не вдовольняли владу, 12 березня 1819 року після 21 засідання «Любов до істини» була заборонена царським урядом за «височайшим указом» імператора Олександра І. Але вже через 7 років, у 1826 році слідчі у справі декабристів пригадали Полтавську масонську ложу «Любов до істини». У колишніх членів ложі провели ретельні обшуки, вилучили цінні папери. Не обійшли слідчі й житло тоді вже покійного майстра ложі Новикова.

Декабрист С. Волконський стверджував: чув від підполковника Хотінцева, що йому буцімто пропонував вступити до таємного малоросійського товариства полтавський масон Лукашевич. За його словами, ця організація було пов'язана з польською. Волконський говорив, що на запитання-пароль: «Де сходить сонце?» члени товариства відповідали: «У Чигирині» [3].

Російська влада настільки боялася боротьби України за незалежність, що 7 років на домашньому арешті утримувала Василя Лукашевича без права виїзду і спілкування з будь-ким. Протягом усього цього часу кожного тижня про його приватне життя доповідали генерал-губернатору Малоросії, а також кожного місяця такі ж звіти лягали на стіл особисто Миколі І.

Таким чином, можна стверджувати, що проукраїнський дух полтавської масонської ложі «Любов до істини» не лише не подобалася царському уряду, а ще й лякав його можливістю створення організованого українського руху за незалежність. Але навіть заборони та утиски українських масонів не стали на заваді розвитку декабристського руху.

Список використаних джерел

1. Енциклопедія сучасної України. URL : http://esu.com.ua/search_articles.php?id=66796.

2. Видавництво «Артефакт». URL : https://artefact.org.ua/cities/poltavski-masoni-lyubov-do-istini-dekabrizmu-liberalizmu-ta-avtonomiyi.html.

3. Суспільно-політичне видання «Грінченко-інформ». Полтавські «каменярі». URL : http://grinchenko-inform.kubg.edu.ua/poltavski-kamenyari/#.XoRs1anVKiQ.

РЕШЕТИЛІВКА У ВИРІ ПІВНІЧНОЇ ВІЙНИ

Колотій В. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Помаз Ю. В.,
кандидат історичних наук, доцент

Великі випробування випали на долю решетилян у роки Північної війни. Адже містечко опинилося у епіцентрі подій. Восени 1708 року гетьман Іван Мазепа з частиною козацької старшини відкрито перейшов на сторону Карла XII. Він сподівався з допомогою шведів визволити Україну з-під влади Москви і домогтися «відновлення священних прав і вольностей козацьких»[1]. Проте більша частина козаків, селян, міщан так і не зрозуміла задуму Мазепи та залишалася вірною союзу з Росією.

Наприкінці 1708 – на початку 1709 року решетиляни чинили опір шведським військам. Лише у березні 1709 року містечко було захоплено шведами і

перетворене на головний їх опорний пункт, де до початку Полтавської битви знаходився генерал-майор Крейц зі своїм загоном [1].

8 липня 1709 року на полі Полтавської битви решетилівські козаки у складі Полтавського полку разом з лубенцями та миргородцями, під загальним командуванням Семена Палія діяли у складі російської армії [1].

Наступного дня після поразки під Полтавою через Решетилівку прокотилися залишки шведської армії, очолювані Карлом XII, відступ яких забезпечували козаки-запорожці під керівництвом Івана Мазепи, Пилипа Орлика та Кості Гордієнка. Кинувши обоз і спаливши архіви, вони рухалися так швидко, що переслідуючі їх частини російської армії під командуванням Олександра Меньшикова так і не змогли їх наздогнати до самої Переволочної [1].

Із 13 по 19 липня 1709 року російська армія на чолі з Петром I та взяті в полон під Полтавою і Переволочною залишки шведської армії стояли табором у Решетилівці, оскільки знаходитися в Полтаві чи її околицях, в районі битви вони не могли «из-за смрада от мертвих тел» [1].

«Журнал или поденные записки императора Петра Великого» дають змогу простежити всі найважливіші події, які пов`язані з перебуванням першого імператора Всеросійськогов Решетилівці. 14 липня імператор влаштував на околиці містечка маневри російських та полонених шведських військ і сам безпосередньо стежив за ними («Действия эти Петр Великий следил по часам и убедился, что его войска в военном искусстве превосходят шведов»). А потім він щедро пригощав переможців, і переможених та підіймав «за учителей своих» «заздравный кубок», про що писав пізніше О. С. Пушкін у поемі «Полтава» [1].

15 липня Петро I надіслав до Воронежа Количеву розпорядження відносно будівництва військового флоту. А 17 липня підписав законодавчий акт щодо управління Лівобережною Україною, який увійшов в історію під назвою «Решетилівські статті» і посилював залежність гетьманського уряду від царату. При цьому цар цинічно зауважив, що «українці і так мають більші вольності, ніж будь-який інший народ на землі» [1].

18 липня Петро I щедрою рукою нагороджував переможців – генералів, офіцерів та солдат. Не забув государ імператор і про відзначення власної персони, скромно попрохавши для себе «у князя-кесаря» Федора Ромадановського та судді земського приказу Івана Бутурліна чин віце-адмірала флоту, а в діючій армії ранг генерал-лейтенанта. Зрозуміло, що прохання було негайно виконано [1].

Все це дало підставу Петру I вже наступного дня, 19 липня, щиро подякувати слугам государевим за оперативність, іронічно зауваживши при цьому: «И хотя я еще столь не заслужил, но точно ради единого вашего благоутробия еле мне даровано, в чем молю Господа сил,дабы мог вашу такую милость и впредь заслужить»[1].

Цього ж дня імператор залишив Решетилівку і вирушив через Лубни і Березань в Київ. А Решетилівка ще на деякий час залишалася місцем дислокації Преображенського полку, який пильно стежив, аби знову не збунтувався коза-

цький край. При цьому, як стверджують легенди, Петро І встиг «образити» козацьке містечко, напророкувавши, що йому «не суждено быть градом никогда»[1].

Тому не дивно, що, на відміну від сусідів-полтавців, решетиляни за минулі століття так і не створили навіть найпростішого пам`ятника чи обеліска на честь високого, але «невдячного» гостя.

Та, будучи людьми прагматичними, мудрими і розважливими, вони добре запам`ятали іншу фразу невгамовного реформатора: «Время подобно железу горящему, ежели остынет – неудобно к кованию будет», сприйнявши її як мудру пораду не заспокоюватися на досягнутому й діяти, щоб спрямувати свої зусилля на створення кращого [2]. Що й робили решетиляни наступні століття. І 7 листопада 2017 року все ж досягли свого: Решетилівку віднесено до категорії міст районного значення.

Список використаних джерел

1. Решетилівщина: історія і сучасність. Краєзнавчий нарис. Полтава : ВАТ Видавництво «Полтава», 2002. 96 с.

2. Козюра І., Козюра В. Решетилівка на скрижалях історії: історико-краєзнавчі нариси. Лубни : Інтер Парк, 2016. 116 с.

ШЛЯХАМИ ІСТОРІЇ СЕЛА АБАЗІВКА

Голуб В.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Помаз Ю. В.,
кандидат історичних наук, доцент

Абазівка – село, що знаходиться в Полтавському районі Полтавської області. Розташоване на березі річки Полузір'я, правої притоки Ворскли.

Під час розкопок біля села в урочищі Берестове знайдені знаряддя праці часів неоліту (IV тис. до н. е.). Чимало знайдених металевих предметів належать до часів готів-мігрантів. Були знайдені сліди давньогерманської матеріальної культури – застібки, деталі жіночого вбрання, шпильки для волосся, рогове стило для письма, пряжки, цвяшки, деталі вуздечки. Також чимало знахідок підтвердили те, що на території Абазівки ще у XVII ст. існувало козацьке поселення і що сама Абазівка старша майже на сто років від свого офіційного віку. Про це «розповіли» наконечник шпаги, козацькі кулі, ґудзики та інші знахідки. Знайдено й багато монет. Найстаріша з них – 1731 р. – належить до часів правління імператриці Анни Іоанівни (1730 – 1740). Є нумізматичні знахідки

епох царювання Єлизавети Петрівни (1741 – 1762), Катерини II (1762 – 1796), Олександра I (1801 – 1825).

Село засноване у 40-х рр. XIX ст. на місці хутора Курилехівка. Первісна назва Єлизаветине на честь Єлизавети Абази – дружини поміщика М. В. Абази. У селі вони збудували палац, Успенську церкву (1847 р., муровану, з дзвіницею, дотепер не збереглася), цегельний завод, вовнообробну фабрику, ґуральню, кінно-поштову станцію, дві корчми [1, с. 17].

У 1856 р. маєток Абазів становив близько 320 десятин землі і сто одну ревізьку душу селян. З 1856 р. до 1889 р. Абазівкою володів полтавський повітовий очільник дворянства, а потім володіння перейшли до міського голови Полтави О. М. Абази. Сім'я Абази тримали кріпацький театр, оркестр з італійських музикантів, художників.

У 1859 р. в селі, яке після 1861 р. стало волосним центром Полтавського повіту, було 35 дворів, 235 мешканців. Щорічно в селі відбувалися різні ярмарки. У 1883 р. було вже 65 дворів, 479 жителів. У 1885 р. було засноване земське однокласне училище. У 1890-х рр. село переходить до поміщіків Іловайських. Станом на 1910 р. було вже 85 дворів, 485 жителів, діяла церковно-парафіяльна школа, краєвецька-рукодільна майстерня. У 1917 р. Іловайські втрачають Абазівку, після революційних подій село надовго опинилося під владою більшовиків.

У 20-х рр. XX ст. було засноване сільськогосподарське товариство, відкрито клуб та громадську бібліотеку. З 1922 р. в Абазівці почав діяти вишивальний роздавальний пункт, на базі якого у середині 1920-х рр. було створено вишивальну артіль «Селянка кустарка» (з 1936 р. — філія полтавської артілі ім. Лесі Українки), де займалися вишивкою, килимарством, ткацтвом.

Станом на 1926 р. село мало 104 двори, 438 жителів. У 1930 р. в Абазівці було створено колгосп «Перемога», який згодом був перейменований на колгосп імені газети «Правда» (діяв до 1976 р.). На базі колгоспу діяв племінний кінний завод, де вирощували орловських рисаків.

За часів німецько-радянської війни з 18 вересня 1941 р. по 23 вересня 1943 р. село було окуповане німецькими загарбниками. На фронтах війни полягло 284 воїнів-односельців [1].

Абазівка є осередком художнього ткацтва і вишивки. У 1910 р. земство відкрило в селі навчальну кравецько-рукодільну майстерню, де виготовляли жіночий, чоловічий і дитячий одяг для селян та міщан, а також церковний та літургійний одяг. Чоловічі та жіночі сорочки, скатерті вишивали у техніках вирізування, мережки, лиштви, використовуючи нитки (заполоч) приглушених кольорових гам (блакитні, жовті, коричневі кольори, вишивка білим по білому). Вироби цієї майстерні експонувалися на Всеросійській кустарно-промисловій виставці у 1913 р. в Києві. З 1922 р. в Абазівці діяв вишивальний пункт, а з середини 1920-х рр. – вишивальна артіль «Селянка-кустарка», яка з 1971 р. стала бригадою Полтавського виробничо-художнього об'єднання. Ці вишивальні пу-

нкти виготовляли традиційні тканини, килими, доріжки і вишиті вироби з геометрично-рослинним орнаментом.

З другої половини XX сторіччя вишивальні пункти створюють в різних техніках вишиті чоловічі сорочки «чумачки» й «українки», жіночі блузи, гардини, скатерті, серветки, а також червоні рушники з мотивом дерева життя. Роботи народних майстрів Абазівки зберігаються в Державному музеї українського народного декоративного мистецтва, Полтавському художньому музеї [2, с. 135].

В Абазівці працювали завод залізобетонних виробів об'єднання «Укренергоконструкція» з 1963 р., Полтавська виробнича агрофірма «Насіння», підсобні господарства Полтавської державної сільськогосподарської дослідної станції, а також Полтавське тампонажне управління об'єднання «Укрнафта», цех виробничо-торгового об'єднання художніх промислів «Полтавка».

Станом на 2020 р. в селі працює Абазівська загальноосвітня школа I-III ступенів, лікарня, клуб на 120 місць, бібліотека, будинок побуту, відділення зв'язку, сільськогосподарське ТОВ «Дукла», птахоферма, Свято-Успенський собор, 2 готелі, піцерія.

Список використаних джерел

1. Полтавка – Полтавська енциклопедія. Полтава : «Полтавський літератор», 2009.

2. Ханко В. М. Абазівка. Мистецтво України: Енциклопедія в 5 томах. / А. В. Кудрицький, відповідальний редактор. Київ : «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 1995. Т. 1. 399 с.

КОМУНІКАТИВНІ ФУНКЦІЇ ПЕРЕДМОВИ ДО ЗБІРКИ НОВЕЛ МИРОСЛАВА ДОЧИНЦЯ «ХЛІБ І ШОКОЛАД»

Рибалко В.О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Сизоненко Н. М.,
кандидат філологічних наук, доцент

Мирослав Дочинець – талановитий сучасний прозаїк, філософ, журналіст, видавець, володар Шевченківської премії, автор багатьох книг, серед яких і збірка новел «Хліб і шоколад» [2], предметом осмислення якої є пересічні і небуденні життєві ситуації, сповнені глибокого філософського змісту. Основний текст новел супроводжує коротка авторська передмова, однойменна із назвою книги.

У сучасному літературознавстві передмова тлумачиться як паратекстуальний елемент [1, с. 312], місце зустрічі автора і реципієнта, налагодження контакту із читацькою авдиторією. Як функціональний комунікативний елемент передмова «сповіщає про те, якою є дана книга за характером, жанром та значенням, а також пояснює критерії відбору матеріалу та її написання» [3, с. 112]. Проте це далеко не всі її функції [1], до того ж передмова, як і будь-який мистецький акт, детермінована жанровими канонами і водночас є оригінальним новотвором, у якому виявляється авторська/редакторська свідомість.

Передмову до різножанрових художніх творів у сучасному літературознавці досліджували О. Лазаревська, Л. Ліпська, Л. Мірошниченко, Л. Сафронова, М. Сокол, І. Рождественська, О. Розоза та ін. Комунікативні функції передмови до збірки новел М. Дочинця «Хліб і шоколад» допоки не залучалися до наукового аналізу, що й становить актуальність цієї розвідки.

Передмова до збірки «Хліб і шоколад» виконує кілька функцій, на яких детально зупинимося:

1. Знайомить читача із жанровими ознаками книги. На початку передмови автор орієнтує вдумливого читача на сприйняття жанрових «координат» збірки: «короткі новели (образки, шкіци, етюди, мініатюри, ескізи – як завгодно» [2, с. 3]. Ця інформація подається в контексті оціночних суджень письменника, образних аналогій і філософських резюмувань: «Люблю цей малий жанр. Бо й самі ми постаємо з малого – і в малу грудку перейдемо, завершивши всі земні справи» [2, с. 3].

2. Інформує про мистецьке кредо письменника: «Я не люблю слово «тексти», радше – проза. Словесна тканина, зіткана з філософії і поезії, з печалі й радості. І немає прози великої і прози малої. Проза або є, або її немає» [2, с. 3].

3. Конкретизує час (не хронологічний, як звик читач, а час автобіографічний) та передісторію написання збірки: «… з того часу, як Іван Чендей, прочитавши декілька новелок, написав на полях: «Ви – письменник!» – намагаюся ці опуси відкладати» [2, с. 3]. Хоча, як зізнається автор, «чимало з написаного втрачено у веремії життя» [2, с. 3].

4. Коментує заголовок збірки. Назва книги інтригує уяву читача нетиповим поєднанням на перший погляд несумісних речей – хліб і шоколад. Тому М. Дочинець вирішує наблизити художній текст до читацького розуміння в оригінальний спосіб: у формі літературного твору – образка, що само по собі є рекламою книги, демонстрацією вправності у цьому жанрі. Доречно, на нашу думку, співвідносити розказану автором історію саме із жанром образка, оскільки в основі твору – конкретна життєва подія, яка сталася із письменником. Одного разу на відпочинку в санаторії митець, відволікшись на телефонний дзвінок, залишив на лавці шматок хліба (приготований для рибок) та шоколадку і став мимоволі спостерігачем різних реакцій на задавалося б банальні речі: один імпозантний молодий курортник поцупив шоколад; бабуся не знехтувала ні хлібом, ні шоколадом; маленький хлопчик вирішив, що хлібом можна погодувати песиків, а поласувати смаколиком не дозволила мати, яка пояснила, що

його міг забути якийсь хлопчик. Далі автор резюмує, що книга «про нас і про нашу насущність. Про наше життя. Коли ситне, а коли пісне. Коли солодке, а коли – не дуже» [2, с. 4].

І хліб, і шоколад у тлумаченні письменника – харч духовний, літературний. Щоб відчути «на смак» життя, яким воно постає у мистецькій свідомості, досить окрайця хліба (новели, образка, шкіца) і захованого в обгортку шоколаду (мистецького твору), який має «гіркувато-солодкий смак втаємничості» [2, с. 4]. В образній формі М. Дочинець ненав'язливо пропонує читачам ракурс прочитання і сприйняття книги: щось з написаного може бути простим, звичним, але таким важливим, як хліб на столі, «хліб наш насущний»; щось залишається замаскованим доти, доки «обгортку» не буде знято і не «скуштовано на смак»; щось з написаного буде приємним, а щось – залишить гіркий «післясмак».

Отже, авторська передмова до книги «Хліб і шоколад» виконує кілька функцій, одні із значущих – тлумачення назви, «керування» читацькою інтерпретацією, апелювання до індивідуальної свідомості реципієнта (кожен у збірці знайде те, що йому потрібно: хтось хліб, а хтось шоколад, а хтось і те, і інше). М. Дочинець за допомогою своєрідного плетива об'єктивних фактів і яскравих образів уводить читача у світ письменницької лабораторії, спостережень і узагальнень. Передмова вирізняється різноманіттям художніх образів, простотою викладу і водночас глибокою мудрістю, що й робить її та книгу привабливою для потенційного читача.

Список використаних джерел

1. Мар'яна Сокол. Комунікативні функції передмови як паратексту. *Питання літературознавства.* 2009. Вип. 78. С. 312–332.
2. Мирослав Дочинець. Хліб і шоколад. Новели тонкого литва і холодної чеканки. Мукачево : Карпатська вежа, 2018. 263 с.
3. Alasdir G. The book of Prefaces. New York : Bloomsbury, 2000. 186 p.

WRAPPED IN ASPIDISTRA LEAVES

Шевченко Д. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО«Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Сільчук О. В.,
кандидат педагогічних наук

George Orwell is widely famous for his dystopias «1984» and «Animal farm». Unfortunately, knowledge of the writer's work for most people comes to these two pieces only. Eric Arthur Blair, whose pen name was George Orwell, was an English novelist and essayist, journalist and critic. His work is characterized by lucid prose, biting social criticism, opposition to totalitarianism, and outspoken support of demo-

cratic socialism. We strongly believe that one more of his writings is worth knowing. Therefore, we are going to show some facts and impressions about the novel «Keep the aspidistra flying» by George Orwell.

The aspidistra is a large evergreen plant, usually grown indoors, that has purple flowers shaped like bells and long, strong leaves. It was especially popular in the Victorian era, mostly because it could tolerate not only weak sunlight but also the poor indoor air quality that resulted the use of oil lamps and, later, coal gas lamps. They fell out of favor by the 20th century, following the advent of electric lighting. Their use had been so widespread among the middle class that they became a music hall joke appearing in songs such as «Biggest Aspidistra in the World» of which Gracie Fields made a recording. The main character implies that an aspidistra should be placed on the coat of arms of the United Kingdom, as a symbol of middle class.

The atmosphere of the novel is painted with a wide range of the vocabulary which describes a state of decay and greyish world around. The author uses such words as: moth-eaten, stagnant, decayed, dust-sodden, soggy, unkempt, nasty, sod, choking, wretched, dingy, dowdy, soppy, cluttering, damp, mangy, drear, tumpty, murky, feeble, clumsy, shabby, nuisance, slummy, dreadful, squalid, sordid, wilting, twilit, musty, futile, sinister, dismal, sorrowing, bankruptcy, derelict, ungainly, cadaverous, despondent, etc. Such colours help readers to understand awful conditions of the life of the middle class in London between two World Wars [1].

The conflict of the composition can be outlined as «Character-Society». The main character, Gordon Comstock has «declared war» on what he sees as an «overarching dependence» on money by leaving a promising job as a copywriter for an advertising company called «New Albion» at which he shows great dexterity – and taking a low-payed job instead. To be a poem – that what he wishes most of all. However, after publishing one own book which was forgotten soon and numerous attempts to publish his poems in magazines and newspapers, he began wavering between a courage to write and take on new tries and a wish to give everything up. Needless to say that Gordon finds the state of middle class awful. He despises the way people go for wellness and money, finding important only to get a «good» job and to be «nice». Main character despises women as well, because they persuade man to go along with the paradigm of «being nice» and judge them according their income. He says to his friend Ravelston: «What a rot is to talk about Socialism or any other ism when women are what they are! The only thing a women ever wants is money; money for a house of her own and two babies and Drage furniture and an aspidistra. The only sin they can imagine is not wanting to grab money. No woman ever judges a man by anything except his income. Of course, she doesn't put it to herself like that. She says he's such a nice man – meaning that he's got plenty of money. And if you haven't got money you aren't nice. You are dishonored, somehow. You've sinned. Sinned against the aspidistra.» [2].

The character who outlines some different sides of Gordon's character is Rosemary, his loved one. He is unconfident in their relationships, because in his inner thoughts he is ashamed of his poverty. He tries to cover lack of confidence by long

arguments with Rosemary about the way society should exist. These arguments are held in a friendly, joking way. However, sometimes they become rough and that always ends with Rosemary's tears. But she genuinely loved him after all, and excused all his rude words.

Finally, Rosemary was the one, for whom Gordon abandoned his principles, as she got pregnant. What's more – he did this comparatively easy. Author shows it as a selfless gesture from Gordon's side, as he gives up his beliefs to save dignity of his loved one (in that time, a woman wasn't able to born a child not being married). However, the reader may see it also as an unconscious will to start a family, which is said to be essential to human beings.

What conclusions to make of this novel is up to reader only. However, there is no doubt that we can have a lot of important questions in the novel which definitely should be thought over while reading. Despite minor colours and difficult language, this book may give a great boost to personal development.

References

1. GeorgeOrwell. Keep the aspidistra flying.Published by Harcourt. Brace.1956. 250 p.

2. Keep the Aspidistra Flying : веб-сайт. URL:http://www.limpidsoft.com/ipad10/aspidistraflying.pdf. (дата звернення: 01.04.2020).

MEDIEVAL ENGLISH DRAMA ANALYSIS

Пащенко А. О.,
здобувач вищої освіти СВО«Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Сільчук О. В.,
кандидат педагогічних наук

Middle Ages are known like a period of European history when religion and the church have the dominant role in human life. Medieval english drama isn`t an exclusion.

First of all we need to investigate what drama of Middle Ages is. Medieval theatre concerns theatrical performances in the period between the fall of the Western Roman Empire in the 5th century and the beginning of the Renaissance in the 15th century. Medieval theatre covers all drama produced in Europe over that thousand-year period and refers to a variety of genres, including liturgical drama, mystery plays, morality plays, farces and masques. To Britain drama was introduced from Europe by the Romans at the beginning of the Middle Agesand became one of the most popular entertainments. The plays were usually performed in the middle of the street

of great cities on fixed platforms, in the round or on movable wagons, in the halls of nobility, or in the round in amphitheatres [1].

And what's interesting is, it is not only men took part in performances but also women were allowed to act. After moving outside the plays received some theatrical elements like comic effect and closeness to public.

At the beginning of formation religious drama, biblical performances were staged indoors, in monasteries, cathedrals and churches. At first, these actions were exclusive, but by the beginning of the thirteenth century it spread on the streets of towns and cities. Drama became a really public activity accessible for different strata of society.

Theatres were a very effective instrument to convey the Christian story to masses of people who were illiterate. Even if a big amount of people were good at reading in their native language, they didn't know Latin and definitely couldn't read the Bible, which was only made in Latin in those days. For their aim church used generally morality and miracle plays,liturgical drama etc.

Morality play is an allegorical drama in which the characters personify moral qualities (such as kindness or vice) or abstractions (as death or life) and in which moral lessons are taught. These plays were known as «interludes», a broader term given to dramas with or without a moral theme.

The main character, the protagonist, is met by personifications who try to prompt him to choose a Godly life instead of evil. This genre of theatrical entertainment has been grown out of the religion based mystery plays. Morality plays are one of the most important parts of the transition from liturgical to professional drama. The plays were most popular in Europe during the 15th and 16th centuries [4].

Miracle play, also called Saint's Play, one of three principal kinds of vernacular drama of the European Middle Ages (along with the mystery play and the morality play). These performances were played outside of churches during the Christmas holidays. Miracle plays often presented a description of the life, miracles, or martyrdom of a saint. Most of such plays concern either the Virgin Mary or St. Nicholas. One of the most popular plays was the reenactment of the Nativity. The reenactment of the Passion of Christ is performed throughout the world in the late Lenten season. Miracle plays were played frequently by Christian schools and Sunday schools. Children always performed scenes from the bible [3].

Liturgical drama of Middle Ages is a type of play that was acted near the church from the tenth century. This century is a period of the appearing the first traces of the liturgical drama in some manuscripts.

This type of drama always told people the stories from the Bible and of the saints. Although they had their roots in the Christian liturgy, such plays were not performed as important parts of a usual church service. The language of the liturgical drama, in contrast to languages of morality and miracle plays, was Latin, and the dialogue was frequently chanted to simple monophonic melodies.

Lots of plays were derived from various biblical tales such as «Daniel in the lion's den», «The foolish virgins», «The story of the Passion and death of Jesus» and from the stories of the saints such as the Virgin Mary and St. Nicholas [2].

However, time passed and liturgical drama which was a pragmatic instrument of church's influence on people became secular and adopted the vernacular. The plays became clearer for people and church did not have so much control over public.

Thus, this and other types of medieval English drama were on of the most popular entertainment for all society. It was interesting even if you were illiterate and cannot consult with a content of the Bible. Theatre was an important tool in the hands of church and kingdom that helped people to learn about history of saints or history of Britain.

References

1. Bernar H. Medieval English drama. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». Острог. Вид-во НаУОА. 2017. Вип. 67. С. 3–6.
2. Liturgicaldrama : веб-сайт. URL: https://www.britannica.com (дата звернення: 30.03.2020).
3. Miracleplay : веб-сайт. URL: https://www.britannica.com (дата звернення: 30.03.2020).
4. Moralityplay : веб-сайт. URL: https://www.britannica.com (дата звернення: 30.03.2020).

ENVIRONMENTAL IMPACT ON MIND AND BEHAVIOR OF ANIMALS

Бубирь В. С.,
здобувач вищої освіти СВО «Магістр»
факультету ветеринарної медицини

Науковий керівник – Сільчук О. В.,
кандидат педагогічних наук

Environment affects animal behavior by changing the availability of survival resources. Depending on the characteristics of the environment it lives in, an animal species may develop a wide range of physical adaptations to help it survive there.

Scientists from the University of Nevada, studied the cognitive differences between mountain chickadees that live in low and high elevations.When tested, the chickadees from higher elevations proved to have better problem-solving skills. In another test, it was found that high-elevation chickadees also have better memories. These superior abilities are likely directly linked to the environmental pressures of the birds' high-elevation habitats.The scientists discovered that the high-elevation

birds have evolved larger hippocampi than their low-elevation counterparts. The environmental influence on intelligence explains why there are such differences between animals of certain regions, and even entire continents. For instance, Australia's general population of birds is renowned for being particularly intelligent, likely because the continent has perilous living conditions [3].

Cognition allows animals to separate themselves from the immediacy of their environment and to reflect on the past in order to solve future problems. Learning through cognition may be more removed from genetic constraints than other forms of learning, but cognitive problem solving ability can vary substantially among different animals within a species [1].

Behaviors that are affected by environment:

Fear Response

One of the most obvious ways that environment affects animal behavior is by their level of interaction with humans. Yet this is also a situation that sometimes dramatically changes the normal fear response that wild animals have towards people. An example of this is a black bear, which, under normal conditions, does not approach people because of fear, and in the conditions of residence may eventually be aggressive.

Territory Size

Animal behavior is intelligently responsive to the relative abundance or scarcity of whatever resources they need. In a city environment – You might find lots of scavenging opportunities, but less safe havens to raise young.In a forest – There's a lot more security and shelter, but this also works in favor of your prey, potentially making it more difficult to find food.

Diet

Diet can sometimes change quite dramatically depending on the environment you're in.You'll notice the most adaptable species tend to be omnivores because they have more options about what to eat.Very often these dietary «preferences» are not actually a choice, so much as an adaptation to whatever is available in that particular environment.

Daily Habits

They have daily habits and routines that change depending on what makes the most sense for their environment. It all just depends on what enables them to conserve the most energy while providing for their survival needs.

Herd Size

Different environments can even affect herd behavior by changing the size of their groups.For example: In a sheltered forest environment with lots of hiding spots, you'll observe that many deer species live in small bachelor herds or female groups of 3-8 individuals or sometimes even alone.But when you get out into an open plains environment, you're much more likely to see these animals forming larger groups [2].

Researchers compared the brains of lab mice living in standard cages and those in cages enriched. They found that the mice living in the enriched environment had many more hippocampal neurons than the ones living in plain, featureless cages.

These results suggest that environments offering stimulation and facilitation of natural behaviors can have a positive effect on the cognitive abilities of captive animals, while deprived environments may have a negative effect.

Temperature can have its own effects on cognitive performance.For example, the intelligence of reptiles was long underestimated because they didn't show impressive abilities in past tests. When reptiles were kept in suitably warm environments, they performed far better [3].

As a conclusion, it shoud be mentioned that it is necessary to study the behavior of animals and their ability to deal with difficult situations for a long time depending on various factors of influence. It is also necessary to take into account the influence of the circumstances and living conditions of the animal, which are of direct importance to its behavior and development.

References

1. Both Environment and Genetic Makeup Influence Behavior : веб-сайт. URL: https://www.nature.com/ (дата звернення: 01.04.2020).

2. How Does Environment Affect Animal Behavior? : веб-сайт. URL: https://nature-mentor.com (дата звернення: 01.04.2020).

3. How Environment Influences Animal Intelligence : веб-сайт. URL: http://www.animalcognition.org (дата звернення: 01.04.2020).

СЛЕНГ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Бузуверя В. Р.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету технології виробництва і
переробки продукції тваринництва

Науковий керівник –
Красота О.Г., кандидат економічних наук, доцент

Вивчення слів нелітературної лексики викликає особливе зацікавлення. Аналіз мови як суспільного явища в його історичному розвитку потребує вивчення функціонування мови в різних прошарках суспільства і професійних групах, тому що тут виникає проблема взаємодії національної мови з соціальними діалектами, літературного розмовного мовлення певної епохи з нелітературним.

Розходження в стилістичній оцінці сленгу виражається в тому, що одні вчені вважають, що сленг псує, забруднює літературну мову, що це паразитуючий шар лексики, з яким необхідно боротися [1]. Інші, навпаки, вбачають в ньому елемент, який надає мові жвавості та образності, сприяє збагаченню та удосконаленню мови [2]. Словник Вебстера, наприклад, навіть у визначенні відмічає, що сленг робить мову більш яскравою і жвавою.

Сленг – це живий організм, що знаходиться в процесі постійного змінен-

ня та відновлення. Він постійно запозичує одиниці з жаргонів інших підсистем англійської мови, а також сам стає постачальником слів як розмовного, просторічного, так і літературного характеру. Така доля чекає на популярний сленгізм, який поступово втрачає своє експресивне забарвлення. Рухомість сленгу робить неможливим його фіксацію на папері. Можна лише прослідкувати деякі загальні особливості, притаманні сленгу англійської мови, закони його розвитку.

За соціальною важливістю всю лексику поділяють на активну та пасивну. Активна – це загальновживані слова. Їх використовують усі носії мови незалежно від професії, освіти, місця проживання. До пасивної лексики зачисляємо рідковживані лексичні одиниці: застарілі слова, неологізми, професіоналізми, екзотизми, жаргонізми, арготизми, сленгізми, а також вульгарну та лайливу лексику.

Слова зниженого стилістичного тону мають, зазвичай, синоніми у нейтральній лексиці. На відміну від слів високого стилістичного тону (поетизмів, архаїзмів, варваризмів, іноземних та книжних слів), вони перебувають у стані безперервної зміни. Тенденція до безперервного оновлення є однією із найхарактерніших ознак стилістично знижених лексичних одиниць. Слова однієї групи легко переходять в іншу, оскільки їхня належність до певної групи є умовною.

Слова зниженого стилістичного тону відрізняються між собою ступенем поширення. Ми розрізняємо два види сленгу: 1) загальний сленг, 2) спеціальний сленг. Сленг мають книголюби, газетярі, журналісти, спортсмени, музиканти, політики, військові, моряки, пілоти, науковці, школярі, студенти, автомобілістита ін. Це все різновиди спеціального сленгу.

Отже, практично кожна група людей, яких об’єднують спільні інтереси, має свій особливий тип мовлення, який реалізується у сленгових новоутвореннях і притаманний лише цій групі. Це свідчить про те, що молодіжний сленг не є цілісною системою й охоплює загальномолодіжний жаргон, що характеризує мову певного покоління, і спеціальні молодіжні жаргони.

Список використаних джерел

1. БеркВ., ФлексерС.Соціальне підгрунтя для створення англійського сленгу https://naub.oa.edu.ua/2013/vplyv-anhlijskoji-movy-na-formuvannya-molodizhnoho-slenhu/

2. Уілстек Ф., ПоттерС.Лінгвопрагматика сучасного англомовного сленгу https://sleng_v_angliyskiy_movihttp://irbis-nbuv.gov.ua/cgibin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/zrgf_2014_1_28.pdf.

НЕОЛОГІЗМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Івер О. О.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету технології виробництва і
переробки продукції тваринництва

Науковий керівник – Красота О.Г.,
кандидат економічних наук, доцент

Англійська мова вважається однією з найбільш активних серед європейських мов. Саме тому вона часто виступає донором для словників інших мов. Неологізми досить легко вкорінюються в іспанській, французькій і українській мовах. [1]

Багато лексем, які утворені за її допомогою, досить щільно увійшли в наше життя. Наприклад, такі слова як «транзистор», «мотель», «модем» – всі ці слова були створені з кількох лексем, зібраних в одне слово.

Transistor = transfer + resistor

Motel = motor + hotel

Modem = modulator + demodulator

Ось ще кілька поширених неологізмів, створених шляхом злиття:

Bionics = biology + electronics

Medicare = medical + care

Brunch = breakfast + lunch

Примітно, що найчастіше між собою слова з'єднуються не формальним способом, а фонетичною злагодженістю.

Існує кілька видів створення неологізмів при телескопії.

1. Об'єднання граматичних основ. Можливо, усічених і скорочених. По суті беруться коріння двох слів і за допомогою правил милозвучності з'єднуються в одне слово. До цього типу належать: cyborg, medicare.

2. Комбінування початку одного слова і закінчення іншого. До цього типу належать: brunch, Oxbridge .

3. З'єднання повної основи одного слова з скороченою основою іншого. Наприклад: workaholic.

4. Об'єднання двох повних граматичних основ з фонетичним накладенням. Наприклад: slanguage.

Основна цінність злиття слів в тому, що у неологізмів зберігаються оригінальні морфеми, і по ним можна з досить високою ймовірністю визначити сенс нового слова.

Найбільш активними стилями мови, щодо поповнення неологізмами є:

- науковий стиль – особливо сфери науково-технічного прогресу, військових і медичних технологій;

- стиль реклами – розрахований на маркетингове просування і побудову брендів;

- публіцистичний стиль – для більш точного і цікавого опису в засобах масової інформації.

Лінгвісти стверджують, що словник англійської мови щорічно поповнюється на 15-20 тисяч лексичних одиниць. У 1987 році видавничим домом Penguin Random House проводилося масштабне дослідження англійської лексики. Дослідники встановили, що за 20 років з'явилося понад 50 000 абсолютно нових лексичних одиниць, а значення 210 000 слів повинно бути переглянуте або доповнено.

Нові реалії XXI століття впливають не тільки на суспільне життя але й на розвиток мови. Хоча, поява словників полегшує сприйняття скорочених лексичних одиниць та специфічних текстів, проте, залишається ще багато лінгвістичних аспектів які потребують подальших досліджень. Це стосується специфіки утворення та функціонування абревіальних скорочень.

Список використаних джерел

1. Телескопія – кращий постачальник неологізмів https://opentalk.org.ua/langstory/neologizmy-anglijskoyi-movy/.

2. Абревіатури , як неологізми англійської мови https:///C:/Users/Home/Downloads/Nvchnugf_2014_708-709_15.pdf.

ГЕНЕРАЛІЗАЦІЯ І КОНКРЕТИЗАЦІЯ ЯК ПРИЙОМИ ПЕРЕКЛАДУ

Кулінченко І. Р., Гладка А. В.,
здобувачі вищої освіти СВО «Бакалавр»
ННІ економіки, управління, права та інформаційних технологій

Науковий керівник – Красота О. Г.,
кандидат економічних наук, доцент

При лексичних замінах відбувається заміна окремих конкретних слів або словосполучень вихідного мови словами або словосполученнями мови перекладу, які не є їх словарними відповідниками, тобто мають інше лексичне значення, ніж слова вихідної мови.

Особливості контексту можуть змусити перекладача відмовитися в перекладі від застосування навіть варіантної відповідності, не кажучи вже про еквівалентну відповідність.

В подібному випадку він підшукує варіант перекладу, який підходить лише для даного конкретного випадку. Такий варіант перекладу називають контекстуальної заміною.

Характер контекстуальної заміни цілком залежить від особливостей індивідуального контексту, і перекладачу доводиться кожен раз шукати особливі шляху перекладу. Це завдання вимагає творчого вирішення, і в більшості подібних випадків перекладач може керуватися лише загальними принципами перекладу. Але є низка перекладацьких прийомів, які використовують, в основному, для створення контекстуальних замін. Існує кілька таких прийомів, але ми розглянемо два: прийом конкретизації та прийом генералізації

Отже, прийом конкретизації являє собою заміну слова вихідного мови, з ширшим значенням, словом іншої мови з більш вузьким значенням.

В англійській мові багато слів із загальним широким значенням, які при перекладі завжди в тій чи іншій мірі конкретизуються: violence, nation, element, effort, failure, facilities; come, go, have, leave тощо.

В українській мові подібне використання слів із загальним широким значенням зустрічається вкрай рідко. Тому в перекладі використовуються слова з більш конкретним значенням. Дієслово «come», наприклад, перекладається у різних контекстах по-різному: прибувати, приїжджати, приходити, підходити, прилітати і т. д. Дієслово «go» перекладається словами: йти, ходити, пливти, літати, їхати, відправлятися, сходити, приходити тощо. д. Дієслово leave перекладається теж по - різному: їхати, залишати, йти, відлітати, вилітати тощо. Слід особливо обмовити роль контексту при переведенні десимантизованих слів, тобто слів, які придбали дуже широке значення, завдяки тому, що вони вживаються у найрізноманітніших лексичних сполученнях (thing, point, matter, case і т. і.).

На прикладах зі словом thing видно, що слово це у різних контекстах при перекладі кожен раз конкретизується.

1. It means a lot to her to have fresh, pretty young thing like Mary about the house. (створіння)

2. I want to look into the thing myself. (справа)

3. Things look promising. (становище)

4. How are things? (успіхи)

Прийом генералізації передбачає заміну слова, що має більш вузьке значення, словом з ширшим значенням. Цей прийом прямо протилежний прийому конкретизації. Наприклад:

Some 40000 mourners from all over the United States marched through the streets of Memphis in tribute to memory of Martin Luther King, shot down in the city last Thursday.

При перекладі цього речення навряд чи доречно буде сказати: застреленого в цьому місті. Дієслово shoot має значення «вбивати з вогнепальної зброї». Перекладачеві потрібно провести заміну за допомогою прийому генералізації: убитого в цьому місті. Дієслово «вбити» ширше за значенням, ніж «застрелити».

Ще один приклад. It was a stiff pull, but their weariness fell from them as they crouched low to the snow, whining with eagerness and gladness as they strug-

gled upward to the last ounce of effort in their bodies.

Витягнути сани на крутий берег виявилося нелегко, але собаки забули про свою втому і, розпластавшись на снігу, з нетерплячим і радісним вереском з останніх сил видиралися вгору.

Словосполучення thelastounceeffortintheirbodies вужче за значенням, ніж відповідність «з останніх сил».

Для англійської мови дуже характерно вживання числівників, а також вживання точних мір і ваг для більшої конкретизації опису.

В українському перекладі збереження мір довжини і ваги - дюймів і унцій - було б буквалізмом і порушило б стилістичні норми української мови.

Тому при перекладі у цих випадках потрібно користуватися прийомом генералізації.

Список використаних джерел

1. https://osvita.ua/.
2. https://mta.ua/.
3. https://www.forumdaily.com/uk/.

NEOLOGISMEN IN DER JUGENDSPRACHE

Щербак Ю. В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Савенкова О. О.,
старший викладач

Im Deutschen, wie in jeder Sprache, ist auch der allgemeine Sprachwortschatz von einem ständigen Verschwinden und Aufkommen neuer Wörter geprägt. Man kann den Wortschatz also als ein relativ offenes System, das wegen der immer wieder wechselnden kommunikativen und kognitiven Anforderungen der Sprachgemeinschaft an das lexikalische Potential ständigen Veränderungen unterliegt, in dem ein ständiger Austausch von verschwindenden und neu aufkommenden Wörtern stattfindet [5].

Die Sprache ist ein System, das ständig verändert wird. Dabei ändert sich das ganze sprachliche System, vor allem die Lexik. Neologismen spielen dabei eine große Rolle. Sie entstehen als Folge der Anpassung an neue Geschehnisse und Gegebenheiten. Das alte Sprachsystem finden die Jugendlichen veraltet und sein Wortschatz ist nicht mehr in der Lage, neue Situationen zu beschreiben. Deswegen entscheiden sie sich für das Schaffen eigener Wörter, bzw. Neologismen.

Ein Neologismus, so sagt der Duden, ist eine „in den allgemeinen Gebrauch übergangene sprachliche Neuprägung (Neuwort oder Neubedeutung)“ [2].

Das Wort Neologismus stammt aus dem Griechischen und besteht aus 2 Wörtern: «neos» – neu und «logos» – Rede. Es stellt also eine Neuerung, eine neue

Redeweise, dar, die innerhalb von bestimmten Sprechgruppen gebraucht wird. Aber nicht jedes neue Wort ist ein Neologismus. Nur Wörter, die von Sprechern angenommen werden, gehören zu Neologismen. Sie sind die „Erfindung“ eines Individuums und auf dem Weg von einer Idee bis zum Neologismus haben sie einen langen Weg vor sich. Dabei müssen sie eine gewisse Zeit gebraucht werden, damit sie als Neologismus gekennzeichnet werden könnten. Die Wörter, die nur einmal gebraucht werden, sind keine Neologismen. Solche Wörter nennt man Okkasionalismen und sie verschwinden sehr schnell aus dem Gebrauch.

Vor jedem/jeder Jugendlichen steht eine Menge von Aufgaben, die er oder sie in der Jugendphase erledigen muss. Ein Mittel zur Realisierung dieser Aufgaben ist natürlich die Jugendsprache. Eben aus diesem Grund ist das Thema Jugendsprache so interessant für die Wissenschaftler.

Das Institut für Deutsche Sprache (IDS) in Mannheim sammelt Neologismen seit 1991. Und das geschieht nicht zufällig. Das Team aus Wissenschaftlern um Henning Lobin wertet jährlich Unmengen an Text aus, um jeweils zum Jahresende eine neue Liste mit gesellschaftlich bedeutenden Neologismen zu veröffentlichen. 2019 sind das 51 Wörter. Inzwischen umfasst das Neologismen-Wörterbuch mehr als 1.900 Einträge. Der Leser findet neben Bedeutung, außerdem Informationen zum Zeitraum des Entstehens, der Nutzung und der Verwendung der neuen Wörter. Damit ein Begriff in das Neologismenwörterbuch aufgenommen wird, reicht es nicht aus, wenn er einmal medienwirksam verwendet wird. Die Wörter müssen Teil des Sprachgebrauchs sein. „Unsere Neologismen sind keine Eintagsfliegen“, betont Institutsdirektor Henning Lobin. Der Wissenschaftler und sein Team durchforsten riesige Textsammlungen nach neuen Wörtern und veröffentlichen zum Jahreswechsel einen ganzen Schwung davon [1].

Die Jugendsprache wandelt sich von Jahr zu Jahr. Die Jugendlichen wollen sich von den Erwachsenen abgrenzen, wollen cool sein und gehen dabei kreativ mit der Sprache um. Häufig werden neue Wörter für bekannte Dinge verwendet. Beispielsweise waren “wuchtig”, “spitz”, “dufte” und “super” in den 50ern beliebte Alternativen für “gut” oder “prima”, in den 60ern wurde daraus “bedient” und “steil”, in den 70ern “geil”, “astrein”, in den 80ern “cool”, “abgefahren”, in den 90ern “fett”, zur Jahrtausendwende lösten “tierisch” und “mega”, “irre” und “atom” ab. Heute verwendet man dafür das Wort “lit”, zum Beispiel in “Die Party war wirklich lit.” Jede Generation entwickelt eine neue und eigene Sprache. Eine kleine Ausnahme ist der Teenagerjargon aus den 60ern, der langfristig zur gesetzten Umgangssprache wurde, viele Jugendwörter kennt man noch heute: “Es läuft” abgewandelt zu “Läuft bei dir” oder “Du hast es drauf” und “cool”.

Klar, dass zahlreiche jugendsprachliche Ausdrücke heutzutage vom Internet geprägt werden. Soziale Medien, Influencerinnen und Gamerinnen haben hier einen bedeutenden Einfluss. Begriffe wie „Banalverkehr“ (belangloser Chatverlauf), „exting“ (per Text-Nachricht mit jemandem Schluss machen), „GEGE“ („good game“, Ausdruck von Gamern), „Bambusleitung“ (schlechte Internetverbindung) oder „zuckerbergen“ (stalken) sind sprachliche Zeugnisse unserer heutigen Digital-Kultur.

Wenn Sie diese nicht kennen, sind Sie wahrscheinlich „sozialtot“, also in sozialen Netzwerken nicht aktiv. Oder einfach nur alt.

Zur häufigen Verwendung von Begriffen, die in irgendeinem Verhältnis zum Internet stehen, kommen die zahlreichen Ausdrücke hinzu, die einen englischsprachigen Einfluss aufweisen. Dies kann man an Beispielen wie „Swaggernaut“ (sehr coole Person), „fly sein“ (cool sein, abgehen), „napflixen“ (schlafen und daneben Netflix einschalten) oder „squad“ (Clique) sehen. Oftmals sind diese beiden relevanten Quellen der juvenilen Wortschöpfung, Internet und die englische Sprache, vermischt bzw. gehen Hand in Hand.

Häufig werden außerdem Begriffe aus der deutschen Alltagssprache gemischt und so zu neuen umgeformt, wie man bei „Banalverkehr“, „breiern“ (brechen und danach weiterfeiern), „Dummfall“ (dummer Unfall) erkennen kann.

Jugendliche und Erwachsene sehen die Sachen anders und deswegen kommt es oft zum Generationskonflikt. Die Erwachsenen sind der Meinung, dass sie recht haben, und jene glauben, dass die Erwachsenen die Sachen zu ernst nehmen. Für die Erwachsenen ist die Jugendsprache unakzeptabel, da sie zu viel Ironie, selbstausgedachte Wörter und Anglizismen beinhaltet. Aber auf der anderen Seite ist sie die beste Art und Weise, sich mit einer Gruppe zu identifizieren. Die Bildung dieser Gruppen wird durch gemeinsame Interessen, Schulen, Unis usw. gefördert. Die Jugendlichen haben eigene Themen, die nicht so ernsthaft wie die Themen von Erwachsenen sind. Dabei verwenden sie auch Jugendsprache, die nicht so viele Regeln hat und jungen Menschen erlaubt, an der Kommunikation auf ihre eigene Art und Weise teilzunehmen.

Список використаних джерел

1. Das Buch der neuen Wörter. URL: https://www.dw.com/de/das-buch-der-neuen-w%C3%B6rter/a-47030313(дата звернення: 03.04.2020).

2. Duden. Wörterbuch. URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/ Neologismus(дата звернення: 03.04.2020).

3. Fleischer W., Barz I. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. 4. Aufl. Berlin/Boston: De Gruyter, 2012.

4. Hilke Elsen. Neologismen. Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen. Gunter Narr Verlag Tübingen, 2004. 199 S.

5. Wolf-Bleiß Birgit. Neologismen – Sprachwandel im Bereich der Lexik. URL: https://publishup.uni-potsdam.de/opus4-ubp/frontdoor/deliver/index/docId/3579/file/sprachwandel_S83_101.pdf(дата звернення: 03.04.2020).

ПОЛІТИЧНІ ПАРТІЇ ЯК ІНСТИТУТ ПРЕДСТАВНИЦЬКОЇ ДЕМОКРАТІЇ

Пикало О.М.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Приходько С.М.,
кандидат політичних наук, доцент

Класична модель демократії спирається на владу народу, здійснювану народом і для народу [1, с. 80]. Влада забезпечує права громадян, які у свою чергу, делегують їй тимчасове право приймати рішення від їхнього імені. Таке право надається на основі виборчого мандату. Громадяни обирають представницькі органи влади та деяких посадових осіб (президенти, мери). Водночас регулярні вибори дають змогу опозиційним партіям пропонувати виборцям альтернативні програми розвитку суспільства. В такий спосіб забезпечується підзвітність влади громадськості.

Основні потреби і запити населення у більшості сучасних демократичних систем не можуть бути впроваджені безпосередньо в політичні рішення. Вони відображаються через розгалужену систему представницьких організацій і в такій опосередкованій формі впливають на процес прийняття політичних рішень. Тому сучасна демократія є процесом, який здійснюється людьми не безпосередньо, а опосередковано – через представників, вибраних на вільних виборах [2, с. 88].

Реально працююча демократія може існувати тільки як її представницька. Представництво народу як джерело політичної влади, здійснюється виключно за допомогою виборів народних представників. Принцип представництва базується на тому, що громадяни шляхом виборів на визначений час передають владу до рук обраних депутатів. Саме вони і представляють в органах влади інтереси народу та діють від його імені. Обрана влада на певний час отримує повноваження ухвалювати політичні рішення від імені народу і для народу [4, с. 41]. В демократично обраних органах влади при цьому важливо не стільки з’ясувати волю всього народу, скільки шляхом узгодження позицій поєднати інтереси різних суспільних верств. Такі представницькі функції в демократичній системі здійснюють саме політичні партії. На основі історичного досвіду можна сказати, навряд чи інші політичні організації могли б робити це краще, ніж партії. Це не означає, що політичні партії завжди виконують свої функції ідеально [4, с. 46]. Просто слід відзначити факт, що їм у цьому процесі немає реальної альтернативи.

Політичні процеси протягом останніх двох століть істотно змінили свою змістовну сутність під впливом запровадження загальних виборів, які стали фактично єдиним способом легітимації (узаконення) політичної влади, а політичними інститутами, що зробили можливим існування демократичних виборчих процедур – політичні партії [2, с. 90]. Відповідно до цього сучасні демократії

неможливо уявити без відкритих, конкурентних і чесних виборів та багатопартійності. Вибори та політичні партії в демократичній політичній традиції досить тісно пов'язані між собою. Політичні партії пропонують певні політичні програми, за допомогою яких намагаються отримати підтримку серед виборців.

Розвиток демократичних політичних систем свідчить про те, що політичні партії загалом залишаються не зовсім досконалим, але найбільш ефективним інструментом реалізації групових інтересів у сфері політики. Політичні партії виступають своєрідними інститутами посередництва між соціальними групами (наприклад, класами, етнічними чи релігійними групами) та процесом ухвалення рішень, який відбувається в межах структури державної влади [4, с. 74].

Умови сучасного суспільства суттєво змінили роль партій як провідних представницьких організацій. В сучасних демократіях вирішальну роль в боротьбі за владу грають партії, що виступають як виразники інтересів всього суспільства і претендують на повноту влади, отримання ключових постів, і зокрема глави держави. Щоб перемогти на виборах, ці партії висувають програмні завдання, у вирішенні яких зацікавлене все суспільство. Виборчі програми вже не представляють собою довготривалі й об'ємні документи. З потенційних виборців мало хто читає багатосторінкові партійні програми, розраховані на «перспективу». Тому сучасні партії перейшли на створення платформ – наборів гасел і настанов з найбільш актуальних, хвилюючих людей проблем, які затверджуються до кожних виборів. Виборчі програми розробляють сьогодні не партійні, а незалежні, авторитетні наукові центри, які часом обслуговують кілька конкуруючих партій. Соціологічні опитування і політологічні дослідження партії також замовляють незалежним приватним службам [2, с. 97-98].

Отже, для сучасних партій властиві такі характеристики: демократизація організаційної будови, збільшення внутрішньопартійної демократії, автономність низових організацій, відкритість діяльності, посилення інформаційної присутності у мережі Інтернет, поступове поширення своєї діяльності за межі країни, створення механізмів постійного спілкування з громадянами (насамперед через різноманітні соціальні мережі). При цьому, незважаючи на певну кризу партій, вони залишаються основними представницькими інститутами, які забезпечують взаємодію суспільства з владою.

Список використаних джерел

1. Лінкольн А. Геттісберзька промова. *Невичерпність демократії*. Київ: Український письменник, 1994. С. 80.
2. Макаренко Б., Локшин И. Современные партийные системы: сценарии эволюции и тенденции развития. *Полис*. 2015. №3. С. 85-109.
3. Примуш М. Політичні партії: історія та теорія. Навчальний посібник. Київ: ВД «Професіонал», 2008. 416 с.
4. Шведа Ю. Теорія політичних партій та партійних систем. Навчальний посібник. Львів: Тріада Плюс, 2004. 528 с.

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТАНОВЛЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Скрипченко В.С.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Приходько С.М.,
кандидат політичних наук, доцент

Трансформація політичної системи в Україні в останні роки є однією із найактуальніших проблем, що викликає постійний поглиблений інтерес з боку як науковців політологів, так й практичних політиків. Цей процес має постійний характер. Політична система в Україні за часи незалежності неодноразово зазнавала суттєвих трансформацій. Інколи не зовсім доцільно і на догоду політикам [1, с. 123]. Отже, для створення нової політичної системи, модель якої дозволяла б насправдізабезпечувати принципи дотримання прав і свобод людини й громадянина, народовладдя, верховенства права, поділу влади, неподільності національного суверенітету необхідно врахувати попередній досвід реформування політичної системи та проаналізувати проблеми, які гальмують темп політичної модернізації.

Важливі проблеми, які супроводжували трансформацію політичної системи України,полягали в її адаптації до функціонування за умов демократичногорежиму. Відхід від тоталітаризму та утвердження демократії передбачають поступову зміну не лише системи політичних інститутів, але й самої якості цієї системи, що повинна призвести у підсумку до становлення повноцінної стабільної демократії. Політичні реформи в Україні були запроваджені державою без належного громадського контролю, що загалом виключало авторитарні чи навіть тоталітарні тенденції у виборішляхів суспільного розвитку[2, с. 95]. На порядку денному посталозавдання,(яке залишається актуальними і по нинішній час), демократичногоконтролю за владою, стабільного функціонування та розвитку демократичних засад організації влади, свобода функціонування засобів масової інформації, створенняефективного механізму багатопартійності.

Конституція України 1996 р. юридично оформила демократичні перетворення в країні. Україна проголошена суверенною, незалежною, демократичною, соціальною, правовою державою. Демократія передбачає створення умов для широкої і реальної участі громадян в управлінні справами держави і суспільства. Державна влада в Україні здійснюється на засадах її поділу на законодавчу, виконавчу і судову. В Україні гарантовані права місцевого самоврядування. Важливим елементом політичної системи країни є політичні партії. Згідно законодавства про вибори вони мають право безпосередньо формувати склад Верховної Ради. Багатопартійність є відображенням ідеологічної та політичної багатоманітності в країні. Отже, демократичні принципи політичної системи України закріплені на конституційному рівні. Але процес їх практичної реалізації досить тривалий і складний. Остаточного оформлення демократії не від-

булось. Тому доцільно говорити, що політична система України перебуває на стадії своєї трансформації[4, с. 64-65].

Але одразу виникли проблеми. Насамперед, пов'язані з узгодженням повноважень між гілками влади. Багато в чому такий стан зумовлений також принципами організації влади. Так, зокрема, в Конституції України не набули чіткого оформлення відносини між різними органами влади. Навіть на формально-правовому рівні незрозумілими були принципи взаємодії парламенту, президента й уряду. Великі повноваження належали парламенту та президенту, який до того ж не входив до жодної з гілок влади. Натомість уряд мав незначні повноваження щодо взаємодії з іншими інститутами влади і ніс основну відповідальність за всю державну політику. До того ж над завжди висіла загроза можливої відставки. На практиці кожен з владних органів тягне на себе якомога більше повноважень, позбавляючись при цьому відповідальності. Взаємодія між ними стала жорстким протистоянням. Така ситуація зберігається і зараз. Здійснювалися постійні спроби узгодити повноваження президента, уряду і Верховної Ради. Але проблема не в їх юридичному оформленні, а практичному відпрацюванні. Такий стан призводив і призводить до постійних протистоянь у системі влади і до криз влади[4, с. 142].

Слово конфліктність стало визначальним при характеристиці відносин між політичними силами і гілками влади. Ознаками нинішніх політичних відносин досить стабільно закріпились тотальна недовіра між основними політичними гравцями, ситуативні політичні союзи, залаштункові переговори всіх з усіма. А основою цих конфліктів є боротьба за адміністративний ресурс, прямо пропорційний ресурсу бізнесовому. Замість публічних політичних інститутів домінують утворення кланового типу з відвертими вузько груповими інтересами. Реальна політика стала тіньовою. Процес демократизації відбувається суперечливо і непослідовно[2, с. 98]. Що стосується ставлення самого суспільства до демократії, то воно є неоднозначним. Скепсис громадян щодо демократії зумовлений також діями самої влади. Тобто, незавершеність процесу демократизації є, так би мовити, результатом спільних зусиль. Отже, в Україні демократична трансформація ще перебуває на етапі становлення.

Список використаних джерел

1. Державне політичне правління і національна єдність: аналітична доповідь / за ред. О.М. Майбороди. Київ: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2017. 248 с.

2. Мацієвський Ю. Від хаосу до порядку: чи стабільний політичний режим у пост-помаранчевій Україні? *Політичний менеджмент*. 2011. № 5. С. 93-100.

3. Мельвиль А. Ю. О траекториях посткоммунистических трансформаций. *Полис*. 2004. № 2. С. 64-75.

4. Україна у пошуку стратегій суспільно-політичного розвитку (1991-2018 рр.). Київ: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2019. 342 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МУЗИЧНО-ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТІВ (НА ПРИКЛАДІ ДУЕТУ ГРАФА З МЮЗИКЛУ «РУДОЛЬФ»)

Шевченко Д.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО«Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Воловик Л. Б.,
кандидат філологічних наук, доцент

Переклад та адаптація окремих пісень та пісень з мюзиклів займають окрему нішу серед видів перекладацької діяльності. Перекладаючи пісню ми маємо зберегти смисл, не забути про риму і дотриматися ритмічного рисунку мелодії. Ми поставили перед собою завдання: на основі дуету графа Таафе і баронеси Марії з мюзиклу «Рудольф» а також її адаптацій польською та російською мовами проілюструвати особливості перекладу пісень та створити адаптацію даного твору українською.

В ході дослідження ми виявили, що в деяких моментах адаптації значно відходять від тексту оригіналу. Для порівняння приведемо переклад першої репліки графа Таафе:

1) німецькою:

Dieses Leben ist recht teuer,
Manchmal wirkt es auf uns nicht geheuer.
Kosten erscheinen brutal,
Doch meistens sind sie ganz normal.

«Твоє життя є справді дорогим.
Іноді для нас це незручно.
Назначення ціни може здатись жорстоким,
Але насправді – звичайне.»

2) польською:

Moja droga, wiesz zapewne,
jakie życie jest dzisiaj niepewne,
bywa też bardzo kosztowne,
trzeba zadbać o swój byt.

«Люба моя, Ви, певно, знаєте,
Яке життя тепер невизначене.
Але воно бува і досить дорогим,
Тому варто подбати про своє існування»

3) російською:

Мир прекрасен, спорить глупо,
Люди платят за эту науку.
Цель оправдает все средства –
Так нам с детства говорят.
«Світ чудовий, марно сперечатись.
Люди платять за цю науку.
Ціль виправдовує засіб -
Так нам кажуть з дитинства»

Порівнюючи данні фрагменти, ми можемо судити не лише про майстерність перекладача, а й про особливості ментальності тієї чи іншої нації з огляду на мовні форми. Так, німецькою граф Таафе одразу чітко дає зрозуміти, чого він хоче і що далі розмова буде розгортатись навколо фінансового питання; польською введення в розмову сформульоване м'якіше і не апелює так однозначно до фінансового питання, як це можна прослідкувати в оригіналі; російською граф відволікається на матерії, близькі до філософських, аби позбавити співрозмовника напруження. Таким чином можемо виділити риси, які отримав даний персонаж в різних варіаціях: німецька – прямолінійність і ділова хватка; польська – демократичність, продуманість; російська – філософічність, схильність до психологічних маневрів. Хочемо наголосити, що данні риси не притаманні всій національності, а лише психотипу даного персонажа, за умови що він до неї належав би.

Таафе:
Це життя – це річ коштовна.
Його вартісність факт неспростовний.
Це може здатись брутальним,
Та насправді – звична річ.
Марія:
Знаю цій дорозі ціну -
Бо я нею усе життя йтиму.
Не допоможуть хутра і шовки,
Тим, в кого в серці сніги.
Таафе:
Досить цих вистав
І назви врешті свою ціну.

Тож, проаналізувавши три варіанти твору і зваживши на всі неточності і нюанси літературного перекладу, ми створили україномовний варіант, намагаючи дотримуватись образності оригінального тексту.

Список використаних джерел

1. Wenn das Schicksal dich ereilt [Електронний ресурс] YouTube. 2013. Режим доступудо ресурсу: https://www.youtube.com/watch?v=tT0JVVpqguc.

2. Tylko jedno życie masz [Електронний ресурс] Tekstowo.pl. 2013. Режим досту-
пу до ресурсу:https://www.tekstowo.pl/piosenka,sylwia_banasik_i_adrian_wisniewski,tylko_jedno_zycie_masz__afera_mayerling_.html.

ÜBERSETZUNGSMETHODEN DER DEUTSCHEN SPRICHWÖRTER

Рибалко В.О.,
здобувач вищої освіти СВО«Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Воловик Л. Б.,
кандидат філологічних наук, доцент

Sprichwörter sind traditionell-volkstümliche Aussagen betreffend ein Verhalten, eine Verhaltensfolge oder einen Zustand, die zumeist eine Lebenserfahrung darstellen (Прислів'я - це традиційно популярні висловлювання щодо поведінки, послідовності поведінки чи стану, які в основному представляють життєвий досвід). Німецькі науковці використовують термін «методи перекладу» (Übersetzungsmethode) у значенні стратегії перекладу (Strategie der Übersetzung). Наразі сучасні дослідники вбачають два основні методи перекладу: відчужений / дослівний (Verfremdung /wörtliche), який орієнтований на лад вихідної культуру, та переклад-адаптація/одомашнення (Angleichung/ Einbürgerung / idiomatische), спрямований на систему цільової культури.

Роганова З. Е. виокремлює 3 групи прислів'їв: до першої входять ті, що точно збігаються в обох мовах; до другої належать ті, що мають аналог відповідний до німецького прислів'я за змістом, але не за формою; а до третьої – без відповідників (тут варто скористатися описовим перекладом або калькуванням).

До першої групи можна віднести такі прислів'я: Verschiebe nie auf morgen, was du heute kannst besorgen / *Не відкладай на завтра, що сьогодні можеш зробити*. All Ding währt seine Zeit/ *Всьому свій час*. Alles hat sein Mass/ *Всьому своя міра.* Am Anfang hiess es «Lebe lang!». Das Ende klang wie Grabgesang/ *Почали за здравіє, закінчили за упокій.* Den freund erkennt man in der Not/ *Друзі пізнаються в біді*. Besser spät als niemals/ *Краще пізно, ніж ніколи.* Achtung ist besser als Gold */ Увага дорожче золота.* Ein Buch mit sieben Siegeln/ *Книжка за сімома печатками.* Wem viel gegeben ist, von dem wird man auch viel fordern/ *Кому багато дано, з того багато й спитають.* Wer Wind sät, wird Sturm ernten/ *Хто сіє вітер, пожне бурю.* Кто сеет ветер, пожнёт бурю. Der Mensch lebt nicht von Brot allein/ *Не хлібом єдиним живе людина.* Tropfen höhlt den Stein/ *Крапля і камінь точить*. Wer zwei Hasen zugleich jagt, fängt keinen/ *За двома зайцями погонешся, жодного не спіймаєш.* Das ist bald gesagt, aber schwer getan/ *Легко сказати, та важко зробити.* Der Appetit kommt beim Essen/ *Апетит приходить під час їжі.*

До другої групи: Alter ist ein schweres Malter/ досл. переклад – Старість – важча плата/ *Старість - не радість.* Anfang ist kein Meisterstück/ досл. – Початок – не шедевр/ *Перший млинець нанівець*. Wie ein Schwein vor dem Uhrwerk stehen/ досл. - Стояти, як свиня перед годинниковим механізмом/ Дивитися як баран на нові ворота. Des Geizes Schlund ist ohne Grund/ досл. - У жадібності

утроба бездонна/ *Дві дочки в ненаситності: «Давай, давай!* Man soll den Tag nicht vor dem Abend loben / досл. – День не хвалиться вечором/ *Курчат по осені рахують; не кажи «гоп», поки не перескочиш.* Das Hemd ist mir näher als Rock/ досл. - Сорочка мені ближче ніж піджак/ *Своя сорочка до тіла ближча.* Die Zunge im Zaum halten/ досл. - Тримати язика в уздечці/ *Тримати язика за зубами.* Es juckt mir in den Fingern/ досл. - Мені свербить у пальцях/ *Руки сверблять*. Böser Gewinn fährt bald dahin/ досл. - Лихий прибуток скоро пропадає/ *Чужим добром не розбагатієш.* Leeres Stoh dreschen/ досл. - Молоти пусту солому/ *Переливати з пустого в порожнє*. Die Ziege ist satt und der Kohl unberührt/ досл - Коза сита і капуста не зачеплена/ *І кози ситі і сіно ціле*. Morgenstunde hat Gold im Munde/ досл: Вранішній час має золото в роті/ *Хто рано встає, тому Бог дає.* Das Leben ist kein Kinderspiel/ досл. – Життя - не дитяча гра/ *Життя прожити – не поле перейти.*

До третьої групи: Anfang und Ende reichen einander die Hände/ *Початок і кінець протягують руки один одному.* Armut ist fürs Podagra gut/ *Бідність сприяє подагрі. Auf der Reise ein guter Gefährt ist so gut wie ein Pferd. У дорозі гарний попутник такий же хороший, як і кінь.* Besser zehn Neider denn ein Mitleider/ Краще десять заздрісників, ніж один співчуваючий. Das Gerücht tötet den Mann/ Плітка вбиває людину. Das schlechteste Rad knarrt am meisten/ *Погане колесо сильніше інших скрипить.* Das Wasser der kleinen Bäche bildet den grossen Strom. *Води маленьких струмків зливаються в один потік.* Den ersten Tag ein Gast, den zweiten eine Last, den dritten stinkt er fast/ *У перший день - гість, у другій - тягар, на третій він вже майже смердить.* Der Gast ist wie der Fisch, er bleibt nicht lange frisch/ *Гість схожий на рибу: він теж недовго залишається свіжим.* Der Fleissige macht aus einem Tage zwei/ *Старанний з одного дня робить два.* Der gerade Weg ist der beste. *Пряма дорога найкраща.* Der Ruf ist ein Vergrösserungsglas/ *Чутка (слава, репутація) - це своєрідна лупа.* Der vielerlei beginnt, gar wenig Dank gewinnt/ *Хто за багато справ хапається, отримує мало подяк.* Die Nacht ist die Mutter der Gedanken/ *Ніч – мати думок.*

Отже, прислів'я пронизані духом культури, традицій, мудрості народу. А тому при їх перекладі перед фахівцем стоїть непроста задача – передати зміст, не порушивши початкового сенсу, застосувавши перекладацькі методики.

Список використаних джерел

1. https://de.wikipedia.org/wiki/Sprichwort.
2. Kautz U. Handbuch Didaktik des Übersetzens und Dolmetschens. München: Iudicum, 2010. 632 S.
3. Stolze R. Übersetzungstheorien: eine Einfuhrung– 3., aktualisierte Aufl. Tübingen : Gunter Narr, 2011. 292 S.
4. Роганова З. Е. Пособие по переводу с немецкого на русский язык. М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 2011. 292 с.

NEOLOGISMEN IN DER DEUTSCHEN SPRACHE

Пащенко А. О.,
здобувач вищої освіти СВО«Бакалавр»
факультету обліку та фінансів

Науковий керівник – Воловик Л. Б.,
кандидат філологічних наук, доцент

Neologismus ist ein neu erstellter Begriff, ein Wort oder eine Phrase des Autors. Er eintreten in den allgemeinen Gebrauch. Neologismen entstehen, weil neue Objekte und Konzepte auftauchen. Neologismen erscheinen in der Sprache als ihre eigene Schöpfung - durch Wortbildung basierend auf Morphemen in der Sprache, Neuinterpretation des Wortes und Lexikalisierung der Phrase, als relative Neubildungen - als Ergebnis der Ausleihe von Spracheinheiten aus anderen Sprachen und ihrer Umstellung auf die Landessprache aus engeren Stilbereichen oder territorialen Varianten, sowie das Veralten veralteter Wörter. Im Allgemeinen füllen Neologismen sprachliche Lücken: Sie entstehen in einer Sprachgemeinschaft überall dort, wo sich ein Ding, ein Umstand, ein Gefühl o. Ä. mit Hilfe bekannter Begriffe nicht oder nur unzureichend benennen lässt. Neologismen können auch Dinge vereinfacht ausdrücken, oder Wörter, die es bereits gibt, auf neue Sachverhalte übertragen (bekanntes Beispiel für eine sprachliche Neuprägung ist »surfen«). Quellen für Neologismen sind Jugendsprache, Fremdsprachen, Digitalisierung, Gesellschaft, Politik und Wissenschaft, Werbung.

Die Jugendsprache ist eine der wichtigsten Quellen für Neuwörter oder Neubedeutungen. Seit 2008 ermittelt der Langenscheidt-Verlag mithilfe einer (umstrittenen) Umfrage jeweils das Jugendwort des Jahres.

hartzen = eigentlich;
chillen = entspannen, sich abregen
Smombie = jemand, der seine ganze Aufmerksamkeit nur auf sein Smartphone richtet und ähnlich einem Zombie nichts mehr von seiner Umgebung wahrnimmt;

Bis heute gibt es viele englischsprachige Anleihen in deutscher Sprache. Manchmal ersetzen Anglizismen sogar das Ausleihen in französischer Sprache. Diese Neologismen werden assimiliert, ihnen wird eine Gattung zugeordnet und sie werden in Großbuchstaben geschrieben, wenn sie Substantive sind. Zum Beispiel die Floppy, das Trasb, der Soundtempel. Laut I. Pastukh sind siebzig Prozent der deutschsprachigen Anleihen Englisch. Im gegenwärtigen Kontext der Globalisierung und Kommunikation hat Englisch den Status einer Sprache der internationalen Kommunikation erlangt, daher ist es natürlich, dass seine Auswirkungen extrem groß sind. "Angloamerikanismen entwickeln den lexikalischen Fundus der deutschen Sprache, verflechten sich mit den eigentlichen Merkmalen des Wortschatzes und unterliegen einer morphologischen Assimilation in der Sprache, dh das Fremdwort passt sich den Regeln der deutschen Rechtschreibung an.") [1, c. 78]

Die Digitalisierung brachte eigene Begriffe mit – zumeist aus dem Englischen:

Wörter wie «downloaden», «swipen» oder «liken» sind heute fest im Alltag verankert. Besonders interessant ist die Entstehung von selbständigen Verben im Gefolge von Internetdiensten. googeln = recherchieren im Internet mit einer Suchmaschine, zumeist Google; twittern = (engl. zwitschern) Veröffentlichung von kurzen Nachrichten (Tweets) über die Plattform Twitter®; tindern = Leute kennenlernen, indem man die Dating-App fürs Smartphone Tinder®.

Mitunter lösen sich Begriffe, die von kreativen Werbetextern eigens dazu erfunden wurden, die Aufmerksamkeit auf ein bestimmtes Produkt zu lenken, aus ihrem engen Kontext. Sie werden dann als Neologismus auch im «normalen Leben» verwendet. Bekannte Beispiele: porentief aus der Werbung von «Clearasil» (besonders gründlich); aprilfrisch aus der Werbung von «Lenor» (frühlingshafte Leichtigkeit und Frische); unkaputtbar aus der Werbung (für Verpackungen, die unzerstörbar sind); den Tiger im Tank haben aus der Esso-Werbung (meint ein Auto oder einen Menschen, das oder der besonders stark, schnell oder leistungsfähig ist).

Folgende Arten von Neologismen lassen sich unterscheiden: Neuwörter: Ein Beispiel aus der jüngsten Zeit ist das Verb simsen für das Versenden von Kurznachrichten (SMS). (Ausdruck und Bedeutung sind neu).
Neubedeutungen: Ein alter Ausdruck erhält lediglich eine neue (weitere) Bedeutung. So steht als ein etwas älteres Beispiel Maus auch für „technisches Gerät, Teil der Computerperipherie“.Ein Ausdruck mit ursprünglich positivem Sinnbezug erhält eine neue, pejorative Bedeutung und findet als politisch-ideologischer Kampfbegriff gegen verschiedene sprachliche Konventionen und verhaltensweisen Verwendung. Beispiele: Gutmensch, Politische Korrektheit. Neologismen Funktion besteht darin, neu entstandene oder erkannte Erscheinungen der Natur und Gesellschaft zu benennen. Stilistisch gesehen unterstreichen die Neologismen den aktuellen Charakter des Gesagten, die Bindung an das gegenwärtige Leben der Gesellschaft.

Besonders beliebt sind die Neologismen in den journalistischen Texten, weil die Journalisten einerseits nach der aktuellen Wirklichkeitsdarstellung stieben, andererseits helfen die Neologismen, das Gesagte treffender und expressiver zu bezeichnen. Nicht selten sind die Neologismen in der Journalistik mit Wortspiel verbunden.

Neologismen sind ein wesentlicher Bestandteil jeder Sprache. Die Entwicklung aller Lebensbereiche bewirkt die Entstehung neuer Wörter und Ausdrücke, die Ersetzung alter durch neue. Diese Arbeit beschreibt die Ursprünge von Neologismen, die Arten von Neologismen.

Literatur

1. Riesel E. Abriss der deutschen Stilistik : Lehrbuch. Kiev, 2015. 401 S.
2. Riesel E., Schendels E. Deutsche Stilistik : Lehrbuch. Kiev, 2016. 460 S.
3. Sowinski B. Stilistik : Lehrbuch : Stuttgart, 2015. 384 S.
4. Sowinski B. Stilistik: Stiltheorien und Stilanalysen : Lehrbuch. Stuttgart: Metzler, 2010. 280 S.

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Дудник Ю.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультет обліку та фінансів

Науковий керівник –
Галінська Т.С., кандидат економічних наук, доцен

Фінансова стійкість підприємств є основною характеристикою конкурентоспроможності та платоспроможності цього суб'єкта господарювання на ринку. Вона є одним із головних чинників, що впливає на досягнення підприємством фінансової рівноваги та фінансової стабільності[1]. Чим вища стійкість підприємства, тим є вищим ступінь захисту від несподіваних ризиків, які можуть скластися як в державі так і на самому ж підприємстві.

Питання оцінки фінансової стійкості в сучасних умовах посідає одне з головних місць в галузі фінансового управління підприємством. Аналізування покликане дослідити рівень розвитку підприємства, його дохідність, основні джерела формування капіталу, стан забезпечення власними ресурсами, здатність підприємства відповідати за своїми зобов'язаннями перед покупцями та постачальниками.

Джерелами проведення аналізу є: баланс підприємства (форма №1); звіт про фінансові результати (форма №2); звіт про фінансово-майновий стан (форма №3) та ін.. Цей аналіз здійснюють за допомогою:

- абсолютних показників (наявності власник оборотних коштів, власних і довгостроково позичених джерел формування запасів і витрат, основних джерел формування запасів і витрат).
- відносних показників (коефіцієнт співвідношення залучених і власних коштів; коефіцієнт автономії (платоспроможності); коефіцієнт маневреності власних коштів; коефіцієнт ефективності використання власних коштів; коефіцієнт використання фінансових ресурсів усього майна)

Кожен з них має своє оптимальне значення, провівши розрахунки ми можемо зробити висновок про фінансовий стан підприємства, про недоліки та переваги його діяльності. І на основі цього визначати тактичні та стратегічні рішення для досягнення дохідності суб'єкта господарювання.

На фінансову стійкість підприємства впливають такі внутрішні фактори:

- стан підприємства на фінансовому ринку;
- конкурентоспроможність випущеної продукції;
- ділова репутація;
- наявність дебіторської та кредиторської заборгованості;
- ефективність здійснюваних господарських і фінансових операцій.

Суттєво впливають на підприємство взагалі й фінансову стійкість зокрема не тільки внутрішні, а й зовнішні фактори, до них належать:

- розвиток економічних умов;
- політична та соціальна стабільність;

- платоспроможність населення;
- ефективна законодавча база;
- податкова політика;
- рівень конкуренції на ринку;
- стан фінансового та страхового ринку. [2].

Головними ознаками фінансово-стійкого підприємства є: забезпеченість фінансовими ресурсами, прибутковість діяльності, стабільність джерел фінансування, достатній рівень рентабельності, повнота та своєчасність виконання зобов'язань, оптимальна структура капіталу, безперервність постачальницько-виробничо-збутової діяльності.

Пріоритетними напрямами підвищення фінансової стійкості є: удосконалення структури активів і пасивів підприємства, мобілізація схованих резервів підприємства, продаж низькорентабельних структурних підрозділів, створення умов для розвитку підприємництва і підприємницької діяльності, створення сприятливого клімату для бізнесу та інвесторів.

Якщо підприємство фінансово стійке, то воно має більше переваг перед іншими підприємствами того ж профілю у залученні інвестицій, в отриманні кредитів, при виборі постачальників і підборі кваліфікованих кадрів, а відповідно користується попитом серед споживачів в результаті чого збільшує свій прибуток.

Список використаної літератури

- Оспіщев В.І., Нагорна І.В. Фінансова стійкість як економічна категорія /Збірник матеріалів всеукраїнської науково-практичної конференції "Оптимізація наукових досліджень-2009", Миколаїв, 2009. — С. 168.
- Базілінська, О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навчально-методичний посібник О. Я. Базілінська – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 328 с.

ПОДАТКОВА БЕЗПЕКА ЯК ОДИН З НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Жадько Н.В.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультет обліку та фінансів

Науковий керівник –
Галінська Т.С., кандидат економічних наук, доцент

В умовах фінансово-економічної та політичної нестабільності, що притаманні для економіки України в останні роки, особливого значення набуває проблема забезпечення економічної безпеки для будь-якого суб'єкта господарювання. Економічна безпека на мікрорівні розглядається через призму окремих

господарюючих суб'єктів і забезпечує кількісні і якісні характеристики господарюючого суб'єкта, що відображають його здатність реалізовувати власні стратегічні економічні інтереси в певних зовнішніх умовах шляхом захисту від існуючих і потенційних загроз і використання можливостей, що надаються зовнішнім середовищем. Підприємство, працюючи в динамічному зовнішньому середовищі, опиняється перед великою кількістю економічних, фінансових, податкових та інших видів ризиків, що породжують загрози для його стабільного функціонування та розвитку.

Одним з основних напрямів підвищення рівня економічної безпеки підприємства є оптимізація його податкової безпеки, що полягає у визначенні та аналізі всіх можливих податкових ризиків та зменшенні їхнього негативного впливу на господарську діяльність.

Найважливішою складовою економічної безпеки є система податкового забезпечення, що представляє собою фінансово-економічний стан платника податків, що забезпечує мінімізацією податкових ризиків, при якому господарюючий суб'єкт сплачує нараховані податки в повному обсязі і своєчасно, а виконавчі та законодавчі органи забезпечують передбачений законом захист платника податків.

Дослідження теоретико-методологічних засад податкової безпеки підприємства зазвичай здійснюється через оцінку податкових ризиків і розгляд проблем податкової оптимізації в рамках впровадження податкового менеджменту на всіх рівнях, а також з урахуванням внутрішнього податкового середовища підприємства.

Зазвичай, впровадження системи забезпечення податкової безпеки суб'єктів сучасної економіки неможливе без використання таких методів, як податкове планування, управління податковими потоками, податкова оптимізація (оптимізація податкових зобов'язань, оптимізація податкового навантаження), податкова мінімізація (мінімізація оподаткування, мінімізація податкових зобов'язань, мінімізація податкового навантаження), оптимізація податкового портфелю, податкова безпека бізнесу, податкова політика, оптимізація економіко-організаційного процесу корпоративного оподаткування, оптимізація зовнішнього податкового середовища підприємств., управління податковими ризиками, міжнародне корпоративне податкове планування, податкова стратегія підприємства. Цей перелік далеко не вичерпний і залежить від податкової стратегії, що реалізується компанією.

Податкова безпека підприємства - це фінансово-економічний стан платника податків, що забезпечує мінімізацію податкових ризиків, при якому господарюючий суб'єкт сплачує нараховані податки в повному обсязі та своєчасно, а виконавчі та законодавчі органи забезпечують платнику податків передбачений законом захист. Це сприяє зростанню чистого прибутку компанії і підвищує економічну безпеку українських платників податків [1].

Вирішальний вплив на рівень податкової забезпеченості підприємств надають такі основні ознаки, як ризик несвоєчасного обігу споживачів або затримки відвантаження матеріалів постачальниками, низька купівельна спромож-

ність населення, високі ставки податків і відсотків по кредиту, нестабільність законодавства, нестабільний обмінний курс, зростання інфляції, зниження інвестицій, недовіра до банків, прагнення ухилятися від сплати податків, часті податкові перевірки, низькі штрафи за порушення податкового законодавства і наявність досить високого рівня тіньової економіки.[2]

Загалом слід зазначити, що основним завданням при досягненні відповідного рівня податкової безпеки є встановлення такого оптимального рівня та умов оподаткування, які забезпечують баланс інтересів держави та платників податків шляхом створення ефективної системи мотивації останніх.

Створення ефективної системи податкової безпеки вимагає чіткого виявлення потенційних джерел загрози в конкретному районі, а також є і необхідні ресурси для їх нейтралізації. Під податковим ризиком слід розуміти ймовірність його виникнення, потенційна загроза для платника податків зазнати фінансових збитків або отримувати менший дохід у зв'язку з несплатою податків, здійснення податкових правопорушень.

До основних видів податкових ризиків належать:

- ризик несплати податків, що приводить до негативних наслідків для платника податків у вигляді штрафів, пені, штрафних санкцій;
- ризик виникнення податкового контролю, що приводить до санкцій і збитків у зв'язку з невиконанням платниками податків законодавчих податкових актів;
- ризик збільшення податкового навантаження, диференційований по видах господарської діяльності та податках в залежності від податкових ставок, пільг, обсягу створюваної доданої вартості;
- ризик мінімізації податків - ймовірність виникнення фінансових втрат, пов'язаних з діями платника податків щодо мінімізації податкових платежів;
- ризик кримінального переслідування податкового характеру, що веде до значних фінансових втрат платника податків, або до позбавлення волі платника податків за вчинення податкових правопорушень.

Податкова безпека також значною мірою залежить від рівня податкової культури в державі, що відображає рівень знань і дотримання податкового законодавства, правильний розрахунок, повнота і своєчасність сплати податків, зборів та інших платежів на користь держави, знання своїх прав, виконання своїх обов'язків платниками податків та контролюючих органів, розуміння важливості сплати податків для держави і суспільства. На мою думку, від співпраці і взаємної довіри між усіма учасниками податкових відносин розпочинається формування податкової культура, належний рівень якої дасть можливість проведення дієвих реформ, створення високоефективної національної економіки та забезпечення податкової безпеки України.[3]

Отже, податкова безпека підприємства - це податкова політика підприємства, направлена на своєчасність нарахування та сплати податків, правильність ведення податкового обліку та складання податкової звітності, а також податкове планування направлене, щоб вибрати альтернативний варіант оподаткування, яке оптимізує розмір податків та знижує рівень податкового наванта-

ження підприємства.

Список використаних джерел

1. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів :[навч. посіб.] / С.М. Фролов, О.В. Козьменко, А.О. Бойко [та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С.М. Фролова. –Суми : УАБС НБУ, 2015 – 332 с.

2. Гуцалюк О.І., Левковець Н.П. Вплив податків на фінансову безпеку підприємств / О.І. Гуцалюк, Н.П. Левковець // Управ- ління проектами, системний аналіз і логістика. Серія «Економічні науки». – 2015 – № 15 – Ч. 2 – С. 70–76.

3. Молдован О.О. Щодо першочергових заходів покращення податкового клімату в Україні: аналітична записка [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/1492/

БАНКРУТСТВО ПІДПРИЄМСТВА І ЙОГО НАСЛІДКИ

Романець Г.П.,
здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр»
факультет обліку та фінансів

Науковий керівник –
Галінська Т.С., кандидат економічних наук, доцент

Термін «банкрутство» досить часто зустрічається в економічній літературі, адже явище доволі розповсюджене та негативне, та за своїми масштабами охоплює майже всіх економічних суб'єктів. Банкрутство теоретично та практично досліджували досить багато вчених, серед них можна відзначити О. М. Бутирську, Г. Ф. Шершеневич, М. В. Телюкіну та інших.

Для початку розберемося, що являє собою банкрутство. Банкрутство – це реалізація катастрофічних ризиків підприємства в процесі його господарської діяльності, внаслідок якої воно не може задовольнити в установлені строки вимоги, що пред'явлено зі сторони кредиторів та виконати зобов'язання перед бюджетом.[1]

Банкрутство на підприємстві виникає у результаті хронічної неплатоспроможності та тривалої фінансової кризи.

Причини виникнення банкрутства можуть бути як внутрішні, так і зовнішні. До внутрішніх причин ми відносимо:

- тривала неплатоспроможність підприємства;
- дефіцит власного оборотного капіталу;
- відсутність збуту через низький рівень організації маркетингової діяльності;
- залучення позикових коштів в оборот підприємства на невигідних умовах;

До зовнішніх причин ми відносимо:

- економічні причини (криза, інфляція, ріст цін на ресурси);
- політичні причини (політична нестабільність суспільства, втрата ринків збуту, недосконалість законодавства у сфері господарського права, антимонопольної політики);
- посилення міжнародної конкуренції;
- інші причини.[2]

В економічній літературі основними видами банкрутства вважають:

1. Реальне банкрутство – підприємство юридично визнається банкрутом, воно неспроможне відновити в наступному періоді свою фінансову стабільність.

2. Навмисне банкрутство – нанесення економічного збитку підприємству навмисними діями керівника. Виявлені факти переслідуються карним законодавством.

3. Технічне банкрутство – вид банкрутства, який викликаний суттєвим простроченням дебіторської заборгованості. При ефективному управлінні фінансову ситуацію можна «вирівняти».

4. Фіктивне банкрутство – шахрайські дії керівництва підприємства – неправдиве об'явлення підприємства неплатоспроможним - з метою отримання відстрочки виконання своїх зобов'язань, або знижки на суму кредиторської заборгованості.

Справи про банкрутство розглядаються виключно господарським судом, а ініціатором порушення процедури банкрутства можуть бути як кредитори підприємства-боржника, так і саме підприємство.

Справа про банкрутство порушується господарським судом, якщо безспірні вимоги кредитора до боржника в сукупності складають не менше трьохсот мінімальних розмірів заробітної плати, які не були задоволені боржником протягом трьох місяців після встановленого для їх погашення строку.[3]

Логічним наслідком для підприємства, яке визнали банкрутом, є повне припинення його господарської діяльності. Також основними наслідками визнання підприємства банкрутом є: скасування штрафних санкцій та пені, всі відомості про фінансову діяльність припиняють бути комерційною таємницею, скасовуються арешти на майно та інші наслідки.

Отже, банкрутство підприємства доцільно розглядати як негативне явище, якому сприяє фінансова нестабільність на підприємстві або інші несприятливі економічні процеси. Банкрутство є досить складним процесом, адже причин виникнення банкрутства безліч, та саме банкрутство поділяється на декілька видів.

Список використаних джерел

1. Фінанси підприємств [Електронний ресурс] // Банкрутство підприємст-

ва і його наслідки – Режим доступу до ресурсу:
https://buklib.net/books/27773/.
2. Банкрутство – види та причини банкрутства [Електронний ресурс] // Види та причини банкрутства – Режим доступу до ресурсу: https://yurotdel.com/uceba/bankrutstvo-3.html.
3. Фінанси підприємств [Електронний ресурс] // Процедура визнання підприємства банкрутом – Режим доступу до ресурсу: https://buklib.net/books/28648/.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ 3

Дзьох Д.В.
МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ – ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 4

Йолгіна Ю.Ю.
ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ 6

Костельна Л.В.
МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА 8

Пащенко В.М.
ПРОБЛЕМИ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ 10

Сімон А.О.
ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ 12

Томенко Д.В.
КРЕАТИВНІ НОВОВВЕДЕННЯ В ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 14

Єрмак В.Є., Ноздрін І.І.
МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА 17

Ракчеєв А.Р.
DIGITAL-МАРКЕТИНГ В УМОВАХ КРИЗИ 19

Дикопавленко В.М.
СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ ПОСЛУГ 20

Майборода О.А.
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ 23

Лагута Д.О.
СУТНІСТЬ І ВИДИ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ 25

Пащенко В.М.
ЕТАПИ ТА КРИТЕРІЇ РИНКОГОВО СЕГМЕНТУВАННЯ 27

Мороз В.Р.
ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ ОКРЕМОГО ТОВАРУ 29

Голуб Є.В., Кичатий Є.В.
ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ 31

Шиян К.С.
ОСНОВНІ ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 33

Черненко Г.В.
ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОГО ВІДДІЛУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА 35

Лядський І.К.
ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО МАРКЕТИНГУ НА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ БРЕНДІВ 37

Балана О.О., Рябко В.В.
ОЦІНЮВАННЯ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ І ПРИБУТКУ СІЛСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА 39

Погребняк С.П.
ОЦІНЮВАННЯ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ І ПРИБУТКУ СІЛСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА 41

Погребняк Л.О.
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ’Я В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ 43

Рогозін А.Ю.
НАПРЯМКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ 45

Кулінченко І. Р.
МОДИФІКАЦІЯ ЕКСПОНЕНТНОГО МЕТОДУ РОЗВ’ЯЗАННЯ ЖОРСТКИХ СИСТЕМ ДИФЕРЕНЦІЙНИХ РІВНЯНЬ 48

Лейва М.Д.
ЗАСОБИ СИСТЕМИ «РОЗУМНИЙ БУДИНОК» ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ БЕЗПЕКИ ЖИТЛА 50

Савченко О. А.
РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ В УМОВАХ КІБЕРЗАГРОЗ ТА АГРЕСИВНОГО СЕРЕДОВИЩА 52

Ставицька В. О.
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ 53

Нос В.О.
ДЕРЖАВНІ ПОСЛУГИ ОНЛАЙН: НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРОЄКТ ДІЯ В ДІЇ 56

Кулінченко І.Р.
ЕТАПИ РОЗРОБКИ ЕФЕКТИВНОГО САЙТУ 59

Головань В.В.
ПОНЯТТЯ ЗЛОЧИНУ, МАЛОЗНАЧНОГО ДІЯННЯ ТА АДМІНІСТРА-
ТИВНОГО ПРАВОПОРУШЕННЯ В ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ 61

Жуков А. Є.
ДЕЯКІ ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ГРОМАДЯНСТВА НІМЕЧЧИНИ 63

Дігтяр А.С.
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ У СФЕРІ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ: ТЕО-
РЕТИКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ 66

Романчук І. В.
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПУ РІВ-
НОСТІ У СІМЕЙНИХ ПРАВОВІДНОСИНАХ 68

Білокінь Є.О.
РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО
СТРУКТУРА 70

Гаврилець С.В.
УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА
НА ЗАСАДАХ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ 72

Копань Д.В.
АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ
В РОСЛИННИЦТВІ 74

Кулініч А.С.
ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ НИМ 76

Пушміна О.В.
ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ШПАЛЕР У
РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ 78

Саєнко С.Р.
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 80

Тихтило Б.В.
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ОСНОВНИХ СІЛЬСЬКОГОС-
ПОДАРСЬКИХ КУЛЬТУР ПІДПРИЄМСТВА 82

Кузьменко В.В.
ПІДЗАКОННИЙ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИЙ АКТ:
ПОНЯТТЯ ТА ОЗНАКИ 85

Нікітенко А.В.
ДОТРИМАННЯ ЕТИЧНИХ НОРМ АДВОКАТАМИ ПРИ СПІЛКУВАННІ
У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ 87

Дмитренко О.Ю.
АНАЛІЗ І ВИБІР КРИТЕРІЇВ ІДЕНТИФІКАЦІЇ СЕНПОЛІЙ 89

Чергінець С.А.
ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ПАПЕРУ ЗА РАХУНОК ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ СИРОВИНИ 92

Папірник Д.А.
ЗАСТОСУВАННЯ АГРАРНОЇ РОЗПИСКИ, ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМКІВ МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 95

Коваленко Б.Т.
ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ 97

Пугін О.С.
ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ 99

Рак А.Г.
УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА 101

Соколовська Ю.Є.
ОСОБЛИВОСТІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА 103

Алейнікова В.С.
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ 105

Борисенко Ю. В.
ЗНАЧЕННЯ ВЕРБАЛЬНИХ ТА НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В МЕНЕДЖМЕНТІ 107

Стешенко К.В.
ЕКОЛОГІЧНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 109

Мамчич І.С.
ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКЦІЇ ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТНОЇ ПРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА 111

Іванченко М.С.
ОСОБЛИВОСТІ ГРУПОВОГО ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ 113

Шкода В.В.
ОРГАНІЗАЦІЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ФУНКЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА 115

Мокляк Л. В.
ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА 117

Олексенко А. А.
ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ SMM ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ 119

Тіщенко В. В.
СТАН ТА ОСНОВНІ ПРИЧИНИ ПОГІРШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО СТАНУ ПРИРОДНИХ ВОД УКРАЇНИ 122

Шкода В.В.
СУТНІСТЬ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ 124

Ткачова І.В.
ІМІДЖ ЛЮДИНИ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ 126

Сухорук К. В.
СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ 127

Сухорук К. В.
ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ІМІДЖУ 129

Кривчун Р.Ю.
ЗНАЧЕННЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ, ЇЇ ЦІЛІ ТА ТЕХНІКИ 130

Стешенко К.В.
ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ КОНФЛІКТІВ У КОЛЕКТИВІ 132

Козелько М.О.
ПРИНЦИПИ ТА ТЕОРІЇ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ 134

Онищенко Т.В.
ПРИЧИНИ ТРУДОВИХ КОНФЛІКТІВ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ 135

Клименко А. В.
ЗМІЦНЕННЯ ДОВІРИ ГРОМАДЯН ДО ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЗА РАХУНОК ІМІДЖЕВИХ ФУНКЦІЙ Е-ВЗАЄМОДІЇ 137

Кулинич В.І.
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОСАДОВИХ ОСІБ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЧЕРЕЗ ЕТИЧНІСТЬ ПОВЕДІНКИ 139

Мирна Н. Л.
НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПАТРОНАТНОГО ВИХОВАННЯ: НЕДОЛІКИ ТА ПЕРЕВАГИ 141

Ступенко С.Г.
НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ 143

Колотій І. С.
ОКРЕМІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ОПОРНИХ ШКІЛ У ПРОЦЕСІ РЕФОРМИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ 145

Коваленко Б.Т.
ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ..... 147

Пугін О.С.
ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ 149

СЕКЦІЯ ФАКУЛЬТЕТУ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ..... 152

Ведмідь М. О., Голобородько В. В.
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ФРИЛАНСУ ЯК ФОРМИ
САМООРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ..... 153

Горбань В.К.
ЗНАЧЕННЯ ГРАФІЧНОГО МЕТОДУ В НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ..... 155

Дерикаптан О.В.
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА..... 157

Канцедал Ю. А.
РОЛЬ ОБЛІКУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ АНАЛІЗУ
НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ..... 159

Кіяниця Є.О.
ВНЕСОК ЛУКИ ПАЧОЛІ В РОЗВИТОК БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ..... 161

Колотій В.Ю.
СУТНІСТЬ, ЦІЛІ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ
В УКРАЇНІ 163

Колотій В.Ю.
ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СТРУКТУРНОЇ ПОЛІТИКИ..... 165

Костельна Л.В.
ІНДЕКС ЩАСТЯ – 2019..... 168

Олефір І.В.
РОЗРАХУНКОВІ ВІДНОСИНИ СУБ’ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТА ЇХ
НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ..... 170

Остапенко А. О.
ФОРМУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ВАГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ..... 172

Панченко І.Г.
ПОРЯДОК ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ
ПІДПРИЄМСТВА 174

Рудик В. В.
РОЗВИТОК ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНІ..... 176

Савченко Л. А.
ОСНОВНІ ЗАСОБИ ПІДПРИЄМСТВА ЇХ ОБЛІК ТА КОНТРОЛЬ..... 178

Тимко А.К.
ПРИБУТОК ЯК ГОЛОВНЕ ДЖЕРЕЛО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЧИННИКИ ЙОГО ПІДВИЩЕННЯ 180

Федорченко А. Л.
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАНІ: ДИНАМІКА ТА СТРУКТУРА 183

Циб А. С., Лисокобилка І. О.
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИФРАНЧАЙЗИНГУ ЯК ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА 185

Білозор О. Ю.
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 188

Березорудська К.В.
ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА 191

Ведмідь М. О.
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ БЮДЖЕТНИМИ ВИДАТКАМИ 192

Гаращенко В.О.
ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ЛІКВІДНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА 194

Голобородько В. В.
ФУНКЦІЇ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ 197

Демочко Ж. Ю.
ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛЮ ОПЛАТИ ПРАЦІ 199

Джангіров О.Г.
ФІНАНСОВІ РИЗИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА МЕТОДИ УПРАВ-ЛІННЯ НИМИ 201

Джангіров О. Г.
МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРАХУНКУ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА 203

Джангіров О.Г.
УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ ПОЗИКОВОГО КАПІТАЛУ ПІДП-РИЄМСТВА 206

Домбровський А. Ю.
ФІНАНСОВІ РИЗИКИ ПОВ'ЯЗАНІ З ФОРМУВАННЯМ ТА ВИКОРИС-ТАННЯМ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУПІДПРИЄМСТВА 209

Домбровський А. Ю.
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА 212

Дудник Ю. В.
СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ 214

Жадько Н.В.
СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ 217

Курись Ю. М.
ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА
ТА УПРАВЛІННЯ НЕЮ 220

Куркіна В. М.
ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ 222

Лесюк В. С.
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ 224

Мауер Д.Р.
ЗНАЧЕННЯ СТРАХОВОЇ МЕДИЦИНИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ: ПРОБЛЕМИ І ВИКЛИКИ 227

Міхалець А. І.
ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ
ПІДПРИЄМСТВА 229

Михайлик І. М.
ОЦІНКА ВИКОНАННЯ МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТУ 231

Павлюченко О. О.
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АПК 233

Петренко В.О.
УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ БАНКУ 235

Писанка В.О.
ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГВ УКРАЇНІ 238

Побуділін М. М.
СУТНІСТЬ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ –
ПОЗИЧАЛЬНИКІВ БАНКУ 241

Роман М. В., Виноградська М.О.
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО СОЦІАЛЬНОГО
СТРАХУВАННЯ У ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ ДЕРЖАВИ 243

Співак І. О.
УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА 246

Стралець А. А.
ЛІЗИНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНА ФОРМА ФІНАНСУВАННЯ ТА ІНВЕС-
ТУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ 249

Телятник М.Ю.
ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОГО НАГЛЯДУ В УКРАЇНІ 252

Чемшит С. В., Сокирко К. А.
РОЗВИТОК СИСТЕМИ ОСОБИСТОГО ОПОДАТКУВАННЯ
В УКРАЇНІ ТА СВІТІ..... 255

Шевченко В. С., Щерб'юк Д. М.
ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВ ЯК ПЕРЕДУМОВА ФІНАНСОВОЇ
БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ 259

Яременко А. С.
ВІСІМ ПОСТАНОВ НАЦБАНКУ ПРО НОВУ СИСТЕМУ ВАЛЮТНОГО
РЕГУЛЮВАННЯ УКРАЇНИ..... 261

Яременко А. С.
ПЕРСПЕКТИВА ЗАПРОВАДЖЕННЯ РИНКУ ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ 263

Арутюнова О. А.
АНАЛІЗ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ВИТРАТ, ОБСЯГУ ДІЯЛЬНОСТІ
ТА ПРИБУТКУ..... 265

Верезга Н.О.
ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗА КОНТИНЕНТАЛЬНОЮ СИСТЕМОЮ 267

Гарбуз А.В.
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ПРИ ЗАСТОСУВАННІ
ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ..... 270

Гарбуз А. В.
ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ 272

Гелей І. В.
ОСОБЛИВОСТІ НАРАХУВАННЯ ТА ОПОДАТКУВАННЯ
ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ 274

Гусаренко Н. Ю.
ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗА
МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ 276

Демочко Ж. Ю.
ВІДОБРАЖЕННЯ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ У
ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... 278

Дорошенко Ю. О.
ОРГАНІЗАЦІЯ ДОКУМЕНТУВАННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ
З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ..... 280

Драновська О.І.
УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК В БАНКАХ 283

Зєвакова А. О.
ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ 285

Змієвська А. О.
ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ РОЗРАХУНКІВ З ОП-
ЛАТИ ПРАЦІ 287

Каленчук Ю. В.
ОСОБЛИВОСТІ ЗВІТУВАННЯ ЗА ЄДИНИМ СОЦІАЛЬНИМ ВНЕСКОМ 289

Каленчук Ю.В.
ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ ЗАСТОСУ-
ВАННЯ СУДОВО-БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ЕКСПЕРТИЗИ 291

Камбулова О. В.
ОБЛІК ВИРОБНИЧИХ ВИТРАТ І КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ 294

Камбулова О.В.
ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ІНТЕГРОВАНОЇ
ЗВІТНОСТІ 296

Кіяниця Є. О.
ДОКУМЕНТУВАННЯ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН ЗДОБУВАЧІВ
ВИЩОЇ ОСВІТИ 297

Коваленко М.Р.
ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ: ОСОБЛИВОСТІ ДОКУ-
МЕНТУВАННЯ 299

Колотій В.Ю.
ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВА ДОКУМЕНТАЦІЯ 301

Красовська М. О., Жуков А. В.
СУТЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ 303

Криворучко А. Є.
РЕЗЕРВ СУМНІВНИХ БОРГІВ: СУТНІСТЬ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ
У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ 306

Криворучко А.Є.
ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ РОЗРАХУНКОВИХ ВІДНОСИН
ПІДПРИЄМСТВА 308

Куришко М. В.
ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ПОРЯДОК СПИСАННЯ
ПАЛЬНОГО 310

Лешенко Я. В.
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ОБЛІКУ ВНЕСКІВ ДО СКЛАДЕНОГО КАПІТАЛУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ 312

Міхеєва К.Р.
ОСОБЛИВОСТІ АНГЛО-АМЕРИКАНСЬКОЇ СИСТЕМИ ОБЛІКУ 315

Науменко Л.О.
ДОКУМЕНТУВАННЯ РОЗРАХУНКІВ ЗА ПРЕТЕНЗІЯМИ 317

Немовленко Т. А, Щербакова Ю. О.
ВИЗНАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗА МІЖНАРОДНИМИ І НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ 319

Овчаренко А.Ю.
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ НАРАХУВАННЯ, СПЛАТИ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ В ОБЛІКУ 321

Піскунова О.Л.
ВПЛИВ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ НА ЕКОНОМІЧНУ РІВНОВАГУ 323

Павлієнко І.В.
ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ СУДОВО-БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ГРОШОВИХ І РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ 325

Павлієнко І.В.
АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ 327

Павловська Т. С.
ОРГАНИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В АВСТРАЛІЇ 329

Пазюченко О. В.
ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА 331

Палій М. О.
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ЗВІТНОСТІ ЗА ЄДИНИМ СОЦІАЛЬНИМ ВНЕСКОМ 333

Пинчук А. О.
ОРГАНІЗАЦІЙНА МОДЕЛЬ АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ 335

Сидоренко Л.О.
РЕКЛАМА: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ 337

Співак І.
ВІДОБРАЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ГРОШОВІ КОШТИ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ 339

Ставицька В. О.
ЦИФРОВЕ КАДРОВЕ ДІЛОВОДСТВО: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ 341

Стадніченко В.Р.
УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК В БЮДЖЕТНІЙ УСТАНОВІ 343

Сухомлин О.
ДОКУМЕНТУВАННЯ РУХУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ 345

Тимко А. К.
ВИНИКНЕННЯ ДОКУМЕНТІВ ТА ЇХ РОЗВИТОК
У ПЕРІОД КИЇВСЬКОЇ РУСІ 347

Шапаренко В.С.
УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ 349

Кекало О.С.
ПОЛІТИЧНА МОДЕРНІЗАЦІЯ У СУЧАСНІЙ ЕТИЦІ:
СУТНІСТЬ І ЗМІСТ ПОНЯТТЯ 351

Гергель А.А.
ЧЕСНІСТЬ У ПОЛІТИЦІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ 353

Лифар І.
ВЖИВАННЯ НЕНОРМАТИВНОЇ ЛЕКСИКИ У СУЧАСНОМУ МОЛО-
ДІЖНОМУ СЕРЕДОВИЩІ 355

Шульга В.
ВПЛИВ БАТЬКІВСЬКОЇ СІМ'Ї НА ФОРМУВАННЯ
ЦІННОСТЕЙ ПОДРУЖНЬОЇ СІМ'Ї У МАЙБУТНЬОМУ 357

Дергільов І. А.
DOING BUSINESS IN JAPAN 359

Лосєва А. В.
АФІКСАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ В АНГЛОМОВНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ 361

Лоза Я. О.
TRANSLATING AND INTERPRETING LEGAL TERMS 363

Тюріна К.О.
STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES
OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN MODERN ENGLISH 365

Рибалко В.О.
LEXICAL AND SEMANTIC FEATURES OF EMOTIONAL EXPRESSION
IN THE NOVEL
"A WALK TO REMEMBER" BY N. SPARKS 367

Кеда Л.Ю.
FORMATION OF CORN HYBRIDS PRODUCTIVITY DEPENDING
ON THE AGROTECHNICAL TECHNIQUES 369

Кочур В.С.
FASHION IS TIMELESS 371

Лозюк С. Л.
РАЦІОНАЛЬНЕ ТА ІРРАЦІОНАЛЬНЕ В ПІЗНАВАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЮДИНИ 373

Кулінченко І. Р.
УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКІ ВІДНОСИНИ В УНІВЕРСАЛАХ ЦЕНТРАЛЬНОЇ РАДИ 375

Ставицька В. О.
ПРОУКРАЇНСЬКА ПОЗИЦІЯ ПОЛТАВСЬКОЇ МАСОНСЬКОЇ ЛОЖІ «ЛЮБОВ ДО ІСТИНИ» 377

Колотій В. Ю.
РЕШЕТИЛІВКА У ВИРІ ПІВНІЧНОЇ ВІЙНИ 379

Голуб В.О.
ШЛЯХАМИ ІСТОРІЇ СЕЛА АБАЗІВКА 381

Рибалко В.О.
КОМУНІКАТИВНІ ФУНКЦІЇ ПЕРЕДМОВИ ДО ЗБІРКИ НОВЕЛ МИРОСЛАВА ДОЧИНЦЯ «ХЛІБ І ШОКОЛАД» 383

Шевченко Д. Ю.
WRAPPED IN ASPIDISTRA LEAVES 385

Пащенко А. О.
MEDIEVAL ENGLISH DRAMA ANALYSIS 387

Бубирь В. С.
ENVIRONMENTAL IMPACT ON MIND AND BEHAVIOR OF ANIMALS 389

Бузуверя В. Р.
СЛЕНГ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ 391

Івер О. О.
НЕОЛОГІЗМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ 393

Кулінченко І. Р., Гладка А. В.
ГЕНЕРАЛІЗАЦІЯ І КОНКРЕТИЗАЦІЯ ЯК ПРИЙОМИ ПЕРЕКЛАДУ 394

Щербак Ю. В.
NEOLOGISMEN IN DER JUGENDSPRACHE 396

Пикало О.М.
ПОЛІТИЧНІ ПАРТІЇ ЯК ІНСТИТУТ ПРЕДСТАВНИЦЬКОЇ ДЕМОКРАТІЇ 399

Скрипченко В.С.
ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТАНОВЛЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ 401

Шевченко Д.Ю.
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МУЗИЧНО-ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТІВ (НА ПРИКЛАДІ ДУЕТУ ГРАФА З МЮЗИКЛУ «РУДОЛЬФ») 403

Рибалко В.О.
ÜBERSETZUNGSMETHODEN DER DEUTSCHEN SPRICHWÖRTER 405

Пащенко А. О.
NEOLOGISMEN IN DER DEUTSCHEN SPRACHE 407

Дудник Ю.В.
ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА 409

Жадько Н.В.
ПОДАТКОВА БЕЗПЕКА ЯК ОДИН З НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 410

Романець Г.П.
БАНКРУТСТВО ПІДПРИЄМСТВА І ЙОГО НАСЛІДКИ 413

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

16-17 квітня 2020 рік

Том I

Підп. до друку 17.04.2020. Формат 60x90 $^{1}/_{16}$.
Ум. друк. арк. 23,9. Обл.-вид. арк. 26,8.
Гарнітура Times New Roman Cyr.

Редакційно-видавничий відділ Полтавської державної аграрної академії
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №2174 від 26.04.2005 р.
Адреса: 36003, м. Полтава, вул. Сковороди, 1/3.