

**МІЖНАРОДНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ФІНАНСІВ**



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ
МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІНАНСІВ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

**Факультет менеджменту та маркетингу
UNIVERSITY OF ECONOMY IN BYDGOSZCZ (POLAND)
REZEKNE ACADEMY OF TECHNOLOGIES (LATVIA)
ISTANBUL AREL UNIVERSITY (TURKEY)
GUMUSHANE UNIVERSITY (TURKEY)
AMITY UNIVERSITY (INDIA)
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «АКАДЕМІЧНИЙ ПРОСТІР»**

Конкурентні стратегії розвитку України в умовах альтерглобалізму

**Матеріали II Міжнародної науково-практичної
конференції**

9 квітня 2020 р.

Київ – 2020

УДК005.21:005.332.4 (477)
JELD1; E02; E2

Організаційний комітет:

Голова оргкомітету:

Смоляр Л.Г. – проф., ректор Міжнародного університету фінансів.

Співголови оргкомітету:

Велта Любка – проф., директор наукового інституту Регіональних досліджень Резекненської академії технологій (м. Резекне, Латвія);

Кшиштоф Сікора – доц., президент Університету Економіки у Бидгощі (м. Бидгощ, Польща);

Мажена Собчак-Міхаловська – доц., проректор з міжнародної діяльності, Університет Економіки у Бидгощі (м. Бидгощ, Польща);

Осман Ілдірім – проф., Арельський університет у Стамбулі (м. Стамбул, Туреччина);

Саліх Ілдіз – проф., доцент кафедри маркетингу, Університет Гумушане (м. Гумушане, Туреччина);

Маной Шарма, проф., завідувач відділу міжнародних зв'язків Амітського університету (Індія);

Наміта Сахай – проф., завідувач кафедри фінансів, Університет Аміти (Нойда, Індія);

Ірина Крейдич – проф., завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (м. Київ, Україна).

Заступники голови оргкомітету:

Ольга Іляш – проф., проректор з наукової та міжнародної діяльності, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Ольга Михайлик – доц., кафедра фінансів та обліку, Міжнародний університет фінансів, (м. Київ, Україна).

Члени наукового комітету:

Дарія Дорошкевич – проф., завідувач кафедри менеджменту та інновацій, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна).

Олена Лапко – проф., завідувач кафедри фінансів та обліку, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Сергій Савченко – доц., проректор з навчально-організаційної роботи, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Лариса Докієнко – доц., кафедра фінансів та обліку, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Олена Трофименко – доц., кафедра економіки та підприємництва, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Наталія Коба – доц., кафедра менеджменту та інновацій, Міжнародний університет фінансів (м. Київ, Україна);

Олена Шевчук – доц., в.о. завідувача кафедри теоретичної та прикладної економіки, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».

Конкурентні стратегії розвитку України в умовах альтерглобалізму: Матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції (9 квітня 2020 р.) / Відповідальні за формування та випуск: Л.Г. Смоляр, О.І. Іляш, О.М. Михайлик. – К.: УВОІ «Допомога» УСІ», 2020. – 107 с.

Рекомендовано:

засіданням Вченої ради Міжнародного університету фінансів
Протокол № 9-19/20 від «2» квітня 2020 р.

У збірнику публікуються тези доповідей, підготовлені за результатами науково-практичних досліджень молодих вчених з актуальних проблем міжнародного інвестування, глобальних стратегій та підприємництва.

У збірнику максимально точно збережена орфографія, пунктуація та стилістика, які були запропоновані учасниками конференції.

Повну відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники конференції, їх наукові керівники, рецензенти та структурні підрозділи вищих навчальних закладів і наукових установ, які рекомендували ці матеріали до друку.

Тези публікуються мовою оригіналів (українська, російська, англійська, польська).

ЗМІСТ

Секція 1

«Конкурентоспроможність європейських і українських компаній в сучасній глобальній економіці»

<i>ВОЙТКО Я.І.</i> Управління кадровою політикою підприємства з метою підвищення його ефективності.....	5
<i>DOROSHKEVYCH DARIIA</i> Classification of criteria for evaluating the digital advertising effectiveness.....	7
<i>ЗАХАРОВА Г. Ю.</i> Аналіз сучасних маркетингових стратегій.....	9
<i>LYTVYNNENKO INNA</i> Methodology of the level of workplace digitalization.....	11
<i>ОВЧАР А. С.</i> Стратегія забезпечення фінансової безпеки АТ «ТУРБОАТОМ».....	13
<i>PATCHAREEPORN SUTCHARIT</i> The impact of the social media advertising on the consumer buying behaviour.....	16
<i>САЧЕНОК Б. Р.</i> Основи формування міжнародного бренду на прикладі бренду «HATOR»	19
<i>ТКАЧЕНКО А. В.</i> Проблемы системы мотивации персонала и методы их решения.....	20
<i>ХМУРИНСЬКА І. І.</i> Розвиток інноваційного потенціалу підприємства.....	22
<i>ШЕВЧУК О. А.</i> Формування бізнес лідерства підприємств в умовах нелінійності вибору...	23
<i>ШЕРЕМЕТ О. О.</i> Аналіз дефініцій конкурентоспроможності на мікро-, мезо- та макрорівнях.....	25
<i>ШУЛЬГА К. М.</i> Крос-культурне управління персоналом.....	27
<i>ЯКОВЕНКО В. В.</i> Управління конкурентоспроможністю підприємства.....	29

Секція 2

«Забезпечення фінансово-інвестиційної конкурентоспроможності в умовах альтерглобалізму»

<i>БЕЗГУБЕНКО Б. А.</i> Діагностика фінансового стану підприємства як передумова впровадження системи фінансового контролінгу.....	32
<i>БЕЛІНСЬКА Т. В.</i> Фінансове забезпечення інноваційного розвитку малих підприємств у міжнародному бізнесі.....	34
<i>БІЛЯЄВА А. І.</i> Сучасні інструменти діагностики фінансового стану підприємства.....	36
<i>БОРДАНОВА Л. С., ВОЛОДИНА А. А.</i> Управління фінансовими ризиками та шляхи їх мінімізації.....	38
<i>БОРОЗЕНЕЦЬ А. С.</i> Управління фінансовою безпекою підприємства.....	40
<i>ГРИНЮК Н. А., ДОКІЄНКО Л. М.</i> Особливості фінансового контролінгу міжнародних корпорацій.....	42
<i>ЗАЯЦЬ К. В.</i> Практичне застосування механізму нейтралізації ризиків при формуванні капіталу підприємства.....	44
<i>ІВАНЧЕНКО Г. В.</i> Оцінка кредитоспроможності підприємства як передумова залучення позикових коштів.....	47
<i>КАЛЮК І. В., ТРОФИМЕНКО О. О.</i> Ринок страхових послуг та особливості навчання персоналу на підприємствах страхової галузі.....	49
<i>КОВАЛЬЧУК В. О.</i> Співробітництво України з міжнародними фінансовими інститутами.....	51
<i>КОВАЛЬ І. О.</i> Теоретичні засади оцінки інвестиційної привабливості підприємства.....	53
<i>КОЗАЧЕНКО О. І.</i> Особливості оцінки фінансової стійкості підприємства за інтегральним методом (на прикладі АТ «ЛКФ «СВІТОЧ»).....	55
<i>МАРИНІЧ С. І.</i> Управління структурою капіталу підприємства.....	56
<i>РОЩИНА Н.В., ТЕЛЕГІНА Д.</i> Аналіз інвестиційної привабливості підприємства.....	58
<i>ХОМУЙЛО Ю. О.</i> Ринок державних цінних паперів в Україні та перспективи його розвитку.....	60

Секція 3

«Глобальний розвиток індустрій та перспективи зростання Industry 4.0.»

БАЛУТА Н. С. Класифікація основних бізнес-процесів підприємства.....	62
ДІДИК Б. О. Світові тенденції та перспективи розвитку кіберспорту в Україні.....	63
ДОКІЄНКО Л. М. Вплив технологій індустрії 4.0 на фінансові показники підприємства.....	65
КАВИЦЬКА Ю. О., ЮЩЕНКО К. В. Вплив систематизації та стандартизації графічних та користувацьких інтерфейсів на розвиток програмних продуктів.....	67
КОБЗАР В. В. Особливості стимулювання розвитку малого бізнесу в Україні.....	69
ЛОЗОВА В. А. Методика оцінки персоналу «Assessmentcenter»: теорія та практика використання.....	72
ОБЕЛЕЦЬ Т. В., КАЛЮК І. В. Використання технології APPLEPAY у сучасному житті....	74
ПЕТРОВИЧ Н. Г., ТРОФИМЕНКО О. О. Сучасні методи мотивації в глобальних компаніях.....	77
СЕМЕНЧЕНКО Н. В. Економіка ІТ: Огляд розвитку української ІТ сфери.....	79
ТРЕТЬЯКОВ Л. В. Industry 4.0, як провідний тренд «Четвертої промислової революції».....	81

Секція 4

«Міжнародна та національна безпека в процесі глобальних трансформацій»

БАКУН В. А. Проблеми логістичного забезпечення діяльності підприємств в умовах карантину та кризи.....	83
БУЛАНЕНКО Ю. С. Загрози фінансовій безпеці держави в умовах посилення глобалізаційних процесів та шляхи їх подолання в Україні.....	84
КАЛЕНІЧЕНКО Ю. В. Вплив розвитку криптовалют на відмивання грошей та на глобальний розвиток індустрій.....	86
КОБА М. О. Кластерна форма взаємодії підприємств в транспортно-логістичній системі України.....	88
СВІЧКАР І. В. Світові економічні кризи.....	90
ФРАНЧУК А. І. Інвестиційна безпека України.....	92

Секція 5

«Вплив глобальної економіки на конкурентоспроможність та економічну безпеку держави»

ДЖАДАН І. М. Науково-методичні підходи до оцінювання інвестиційно-інноваційної безпеки України.....	94
ЛИТВАК Т. М., КОЛІШЕНКО Р. О. Необхідність забезпечення політики «економічного прориву» задля підвищення конкурентоспроможності та інноваційності національної економіки.....	96
ЛЯХНО М. І. Роль НТП в системі економічного розвитку.....	98
МИХІЄНКО А. А. Індикатори розвитку людського капіталу: світовий та вітчизняний вимір.....	100
РИБАЛКА В. С., МИХАЙЛИК О. М. Забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в умовах альтерглобалізму.....	102
СОЛІС РОСО ЛУІС ЕНМАНУЕЛЬ Вплив політики валютного курсу на міжнародну конкурентоспроможність держав.....	105
ТРОФИМЕНКО О. О., СВЕТЛОВ А. І. Особливості ринку медичних виробів в Україні....	106
СОРОКІНА Ж.Д., ЧМІЛЬОВ М.В. Напрями забезпечення реалізації зовнішньоекономічного потенціалу зернопродуктового підкомплексу України.....	108

Секція 1

«Конкурентоспроможність європейських і українських компаній в сучасній глобальній економіці»

УДК 631.158

ВОЙТКО Я. І.

студентка гр. ЗЕП-82-2М

кафедри економіки та підприємництва

Міжнародний університет фінансів

Науковий керівник – **к.е.н., доц. Трофименко О. О.**

Міжнародний університет фінансів

УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОСТІ

У сучасних ринкових умовах, кадрова політика підприємства є складовою частиною всієї управлінської діяльності. Значення кадрової політики підприємства в сучасних ринкових умовах істотно збільшилося, оскільки людські ресурси є основним елементом, який сприяє результативній роботі підприємства. Кадрова політика спрямована на підвищення максимальної віддачі від використання людських ресурсів, що і зумовило актуальність дослідження. Мета дослідження полягає у вивченні аспектів кадрової політики підприємства та визначенні шляхів її вдосконалення. Веприкова М.Я. підкреслює, що «Значимість кадрової політики підприємства в сучасних ринкових умовах істотно зросла, оскільки трудові ресурси є основним елементом, який сприяє результативній роботі підприємства. Зазвичай банкрутство підприємств відбувається з вини недосвідчених або некомпетентних керівників, а саме з їх невмінням враховувати вплив і зміну факторів внутрішнього і зовнішнього середовища [1, с.1234]. Вчений-дослідник А.П. Егоршин, зазначає, що управління людьми є однією з найскладніших та істотних підсистем кожного процесу виробництва. Кадри є головним фактором виробництва, першою продуктивною силою суспільства. Адже від кваліфікації працівників, їх ділових якостей та професійної підготовки залежить ефективність виробництва [3, с.560]. Пархімчик Є.П. уявляє кадрову політику як взаємозв'язок теоретичних знань, поглядів, принципів, ідей, відносин і практичних заходів організаційного характеру всередині підприємства [4, с.56].

Дослідник, В.І. Маслов вказує на те, що кадрова політика є системою правил і норм, уявлень та цілей. Саме вони формують напрямок і зміст роботи з кадрами [5, с.130].

Кадрова політика є основою управління персоналом на підприємстві. У свою чергу підприємство здійснює відбір співробітників, забезпечення умов для оперативної адаптації, об'єктивна оцінка продуктивності праці, виходячи з сукупності принципів і правил [6]. Ці елементи в своєму взаємозв'язку представляють собою кадрову політику. Цю точку зору поділяє більшість науковців. Вони стверджують, що кадрова політика підприємства визначає рішення про взяття на роботу людей тільки з вищою освітою. Це може використовуватися в ролі певного аргументу, при вирішенні конкретного кадрового питання.

Виділено наступні цілі кадрової політики: розвиток і збереження кадрового потенціалу; формування ефективного колективу; формування умов праці; утвердження позицій підприємства з головних напрямків роботи відділу кадрів [7, с.230].

Також необхідним є розуміння основних видів кадрової політики, вони дозволять скорегувати робочий план з кадрами в залежності від ситуації, що утворилась на підприємстві. Тому слід зазначити такі види кадрової політики: реактивна, пасивна, активна та превентивна. Реактивна кадрова політика здійснюється тоді, коли дирекція підприємства спостерігає та здійснює тотальний контроль над негативним станом в роботі з персоналом, причинами, які створюють конфліктні ситуації, відсутністю мотивації до високоефективної роботи. Пасивна ж здійснюється у тому випадку, коли керівництво компанії не має деталізовано продуманої схеми роботи для праці з персоналом, а праця з кадрами зводиться до знищення негативних наслідків за допомогою аналізу ситуації кадрів, об'єктивного оцінювання кадрів у цілому. При здійсненні активної політики кадрів, дирекція володіє не лише прогнозуванням, а й засобом впливу на ситуацію, що виникла. Слід врахувати, що при цьому кадровій службі доцільно створити цільовий курс чи план, а також проводити

оперативний контроль ситуації і вносити зміни у виконання програм, враховуючи при цьому вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Превентивна кадрова політика - коли дирекція має план росту самої ситуації. Дані прогнозування обов'язково мають обґрунтовуватись і бути підкріплені статистичними

Вплив внутрішнього середовища підприємства на формування позитивного соціально-психологічного клімату визначається за рахунок наступних чинників: збільшення ефективності діяльності працівників; оптимізація режиму робочого часу; організація високопродуктивних команд; забезпечення інноваційного підходу до професійної діяльності; зниження рівня конфліктності, підвищення стресостійкості середовища; збільшення рівня інформованості персоналу про діяльність підприємства; створення лояльності персоналу. [11,с.8].

Необхідно зазначити ступінь впливу на кадровий потенціал підприємства наступних факторів: рівень соціально-економічного розвитку країни, стан ринку праці, нормативна база, інвестиції, інноваційний розвиток, а також рівень розвитку підприємства, ефективність управління персоналом, система мотивації в компанії, професійної підготовки кадрів, організація праці, адаптація.

Виділимо вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на кадрову політику, причому як позитивний, так і негативний. До них відносяться: ситуація на ринку праці (політика в галузі освіти, взаємодія з профспілками); громадські та професійні об'єднання, в які залучені працівники підприємства; тенденції економічного розвитку; науково-технічний прогрес (зміст праці і характер роботи, який впливає на потреби, можливості перепідготовки персоналу); нормативно-правова база (законодавство в галузі охорони праці, трудове законодавство, соціальні гарантії).

Фактори внутрішнього середовища піддаються впливу з боку організації: місія організації (на їх основі формується кадрова політика); стиль управління (централізація чи децентралізація); фінансові ресурси; кадровий потенціал організації (з правильним розподілом обов'язків між ними, взаємопов'язаний з оцінкою можливостей працівників організації); стиль керівництва; якісні характеристики трудового колективу, а точніше сприятливий організаційний клімат, який сприяє стабільній продуктивній роботі і задоволеності працею; умови праці, тобто організація робочого місця, що сприяє високій продуктивності праці.

Взагалі, можна стверджувати, що ефективна кадрова стратегія підприємства буде сприяти поліпшенню факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. Внутрішні критерії включають в себе: збільшення продуктивності праці, поліпшення психологічного клімату, збільшення якості продукції та послуг, збільшення дивідендів на кожну акцію, збільшення частки ринку, освоєння випуску нової продукції [8, с.56].

Зовнішні фактори включають в себе: збільшення прибутку, зменшення процентної ставки, відносне зниження вартості сировини, стабільність положення конкурентів на ринку. Науковці виділяють ряд факторів, які впливають на формування кадрової політики організації [4, с.30].

Фактори, що впливають на кадрову політику:

1. Стратегія організації – стратегія інновацій, стратегія підвищення якості, стратегія зниження витрат, стратегія впровадження нових технологій, стратегія турботи про споживача, стратегія організаційної реструктуризації

2. Життєвий цикл організації – стадія зростання, стадія зрілості, стадія кризи

3. Розмір організації – малий, середній, великий

4. Стиль управління – авторитарний, демократичний, ліберальний, централізація, децентралізація

5. Рівень застосування технологій – сучасний, традиційний

6. Цілі підприємства – швидке отримання прибутку, поступовий розвиток організації

7. Тип взаємовідносин – споживчий, партнерський

8. Культура організації – стиль лідерства, процес прийняття рішень, відношення до людей, порядок контролю, керуючі витрати [12].

Виділено самі значущі групи, які визначають цілі кадрової політики в тому чи іншому часовому періоді, сприяють нарощуванню кадрового потенціалу підприємства, в залежності від етапів життєвого циклу.

Підводячи підсумки, варто зазначити, що системний підхід в дослідженні елементів кадрової політики допомагає створити комплекс заходів, які будуть сприяти зниженню плинності кадрів і конфліктності, поліпшенню морально-психологічного клімату. Також

необхідно відзначити, що на підставі вивчених теоретико - методологічних аспектів, виявлено наступне: вдосконалення кадрової політики передбачає наступні фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства, які значно підвищують ефективність діяльності: формування штату персоналу для забезпечення безперебійної роботи на виробництві; мінімізація витрат на створення певного рівня трудового потенціалу колективу підприємства; врахування інтересів працівників, отримання корпоративних пільг і професійне зростання - за рахунок цього стабілізація колективу; створення системи мотивації; повне використання знань і досвіду співробітників в реалізації перспективних планів підприємства.

Список використаних джерел:

1. Веприкова М. Я. Науково-методичний електронний журнал «Концепт», 2016. 1231 – 1235 с. - URL: <http://e-koncept.ru/2016/96163.htm>. (дата звернення 03.03.2020)
2. Веприкова М. Я. Кадрова політика, як інструмент підвищення ефективності муніципальної служби // Економіка і підприємництво: 2017. 1008-1013 с.
3. Егоршин, А. П. Управління персоналом: навчальний посібник: 2016. 624 с.
4. Пархімчик, Є. П. Кадрова політика організації: навч. допомога / Є.П. Пархімчик. - 2016. 128 с.
5. Маслов, В. И. Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: учеб. Пособ, Москва, 2015. 288с.
6. Альохіна, О. Е. Індикатори ефективності кадрової політики [Електронний ресурс] / О.Е. Альохіна// Довідник кадровика: 2015. URL: <http://www.pro-personal> (дата звернення 10.03.2020)
7. Одегов, Ю. Г. Управління персоналом в структурно-логічних схемах, 2016. 352 с.
8. Громова, О. Н. Формування стратегії управління персоналом організації (теоретичні та методологічні аспекти): дисертація докт.екон.наук: 08.00.05. Харків, 2018. 150 с.
9. Кібанов, А. В. Концепції стратегії кадрової політики організації: Кадровий менеджмент. Кіровоград, 2015. 12-15 с.
10. Черепанов, В.В. Основи державної служби та кадрової політики: підручник для студентів. 2017. 679 с.
11. Калмикова, О. Ю., Гагарінський, А.В. Фактори підвищення продуктивності праці в організації. *Вісник Самарського державного технічного університету. Сер. Економіка*. 2017. 8 с.
12. Зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на кадрову політику: URL: <https://studbooks.net/1269960/menedzhment>(дата звернення: 09.03.2020).

UDC 659.1

DARIIA DOROSHKEVYCH

*Head of Management and Innovation Department, Dr., Ass. Prof.
International University of Finance*

CLASSIFICATION OF CRITERIA FOR EVALUATING THE DIGITAL ADVERTISING EFFECTIVENESS

Placing advertising messages on social networks is the norm in modern life. First, it helps the social networks to grow themselves, using the money they receive from advertisers, and secondly, it is a space with millions of users, which allows the advertising customer to achieve their goals: to sell the product, introduce the brand, enhance the image etc. Social Media Advertising (SMA) includes the following advertising tools that use: banner ads, embedded videos, animation, brand profiles to enhance the company image, various surveys, classified and sponsored advertisements to promote their products and services on the web platforms. All this branding activity is used on Facebook to drive sales, on Twitter to generate trends (such as launching hashtags), to upload videos about a launch of a new product on YouTube, attract potential customers to Instagram photos, and so on [1].

Measuring social media performance is a difficult process, but computerization simplifies this activity every day. If we take into account the Instagram and Facebook networks, the measurement of the efficiency of the advertised products on these networks is calculated automatically. First of all, when setting up an advertisement at the beginning of its launch, the

system itself adapts to the type of product / service / brand that is being promoted, and also helps to set the targeting, the most rational publication time, ways/ methods and other important points for conducting online business effectively.

Secondly, during and after the advertised period, the system automatically produces performance results that reflect the number of users attracted, the number of times people followed the profile, liked it or forwarded to others, etc. That is, on such primitive, and at the moment, the most popular social networks, advertising creation and tracking its effectiveness is so simplified that anyone can maintain accounts on social networks as well as advertise profiles. Thus, this is a way to more significant progress, which in turn can lead to even larger reduction of prices for traditional advertising as such and loss of interest in it. At the same time, for entrepreneurs, it is a way to manage their own brand personally, which enables them to respond instantly to the urgent needs of consumers.

Based on the analysis of scientific literature and practitioners' research [2; 3; 4], 39 factors have been identified that affect the efficiency of advertising campaigns on social networks. These include: growth of audience, sales, content reach, website traffic, demonstrations of certain material, frequency of visits, relevancy, the number of potential customers, feedback, value of potential customers, relative market share, determination of mood/feeling concerning certain posts, time on site, managing relationships with mobile phone users, the number of new users, revenue growth rate, audience profiles, the number of views, the number of clicks on social networks, the reputation of a company, hashtag usage, target audience engagement, conversion, content type engagement, the number of posts per day, cost per specific action on a post (e.g., like), clickthrough rate, the number of orders, cost per thousand views / visits, profitability assessment, the period of social media visits, the quality and quantity of the response (when surveyed), the conversation on the topic of a publication, the number of comments, the potential of the customer, the return on investment, gross figures, the number of repeat visitors.

That is, we see that there are many ways to measure the effectiveness of a promotional message on social media. Most of these metrics are embedded in social media systems and do not require additional actions to calculate a particular indicator. However, at the same time, all performance indicators are presented without classifications and groupings, and each author singles out his or her own metrics of efficiency, which they regard as the most meaningful.

Based on this data, we can conclude that the existing criteria for evaluating the effectiveness of digital advertising on social media are not adequate. The generalization presented here has made it clear that most indicators are interdependent, which means that it is not possible to evaluate some indicators without parallel or sequential evaluation of others. That is why, we have created a new classification of criteria for evaluating efficiency (Figure 1).

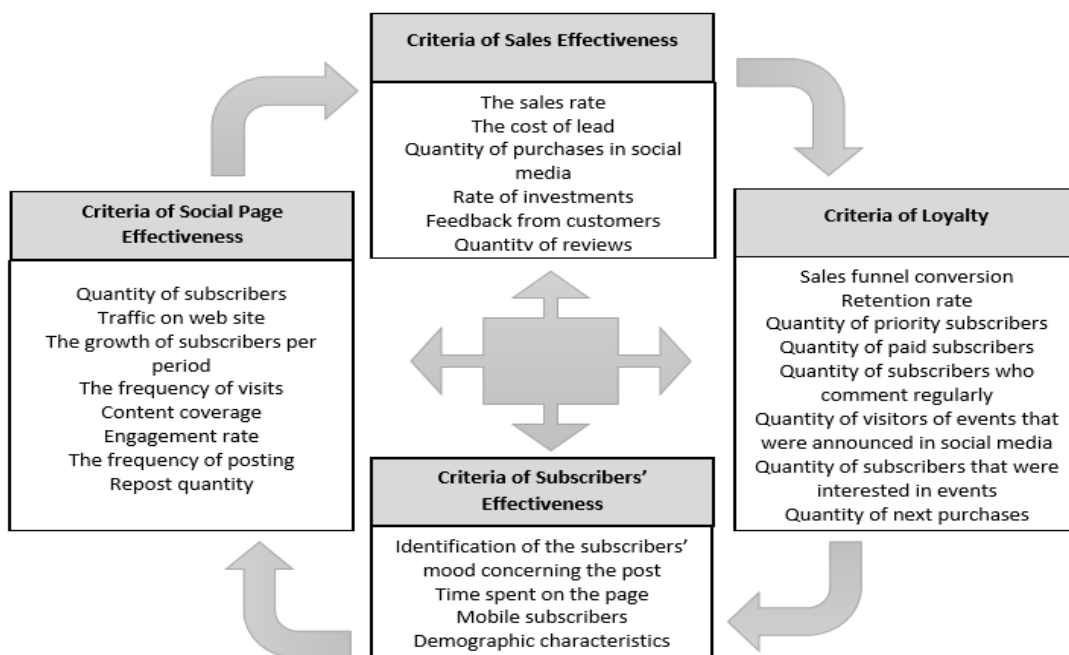


Figure 1. Classification of criteria for evaluating the digital advertising effectiveness
Source: compiled by the author

The figure shows that all the criteria are divided into 4 groups, each of which presents interrelated metrics with common characteristics. At the same time, it is shown that it is impossible not to evaluate one of the criteria groups, as they consistently affect one another. Thus, for example, if you ignore the Demographic characteristics criterion, then inefficient advertising will be launched, which will affect the Number of subscribers, which in turn will affect the cost of lead and, as a consequence, the retention rate.

Hence, by analysing the ways to measure the effectiveness of advertising on social media, we can conclude that social networks are interested in providing information to users about the efficiency of their online business. After all, advertisers are the money, through which networks are being developed. Therefore, both social network owners and their users have advantages.

References:

1. Qazi, M., Raziq, M. (2018) *The Social Media Advertising Model (SMAM): A Theoretical Framework*. Journal of Managerial Sciences.
2. Raudeliuniene, J., Davidavičiūtė, V., Tvaronavičiūtė, M., Jonuška, L. (2018) *Evaluation of Advertising Campaigns on Social Media Networks*. Sustainability. Issue 10., 14 p.
3. Sobowale, V. (2018) *Is social media advertising more effective than traditional advertising?* Academia. March Issue, 11 p.
4. *The global state of digital in October 2019*. (2019) We are social. Available at Internet: <https://wearesocial.com/blog/2019/10/the-global-state-of-digital-in-october-2019>.

УДК: 65.012.23

ЗАХАРОВА Г. Ю.

Студентка кафедри менеджменту та інновацій
Міжнародний університет фінансів

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ

На сьогодні стратегічний маркетинг відіграє важливу роль у формуванні ринкового клімату та сприяє формуванню ефективної організаційної та управлінської системи, котра орієнтована на ринок. За допомогою точного визначення маркетингової стратегії фірми та контроль над її виконанням допомагає підприємству показувати хороші результати. Адже зараз необхідно аби маркетингова стратегія чітко відповідала умовам ринку і внутрішній складовій організації.

Маркетингові стратегії можуть бути використанні як окремо кожна, так і в поєднанні з іншими задля досягнення найкращого результату. Можна виділити три основні:

1. Стратегії зростання;
2. Конкурентні стратегії;
3. Стратегії конкурентної переваги.

Якщо проаналізувати ринок, то найбільш вживаними є стратегії зростання, у яких є чотири різні підходи до росту фірми та пов'язані зі зміною одного або декількох елементів, таких як: продукт, ринок, технологія, галузь, положення фірми всередині галузі. До даного типу стратегій відносять наступні групи:

1. Стратегії концентрованого зростання;
2. Стратегії інтегрованого зростання;
3. Стратегії диверсифікованого росту;
4. Стратегії цілеспрямованого скорочення [1, с.194].

Спеціаліст в області вивчення економічної конкуренції Майкл Портер вважає, що є три основні області вироблення стратегії поведінки підприємства на ринку. Стратегії конкурентної переваги: перша пов'язана із мінімізацією витрат на виробництво, щоб за рахунок низьких цін захопити більшу частину ринку. Друга – стратегія диференціації, тобто фірма прагне працювати на чітко визначеному сегменті ринку та виходити із потреб певних клієнтів. Третя область пов'язана зі спеціалізацією у виробництві продукції, тобто підприємство задля того, щоб стати лідером у виробництві своєї продукції повинно здійснювати високоспеціалізоване виробництво та маркетинг. Тоді покупці будуть обирати цю марку навіть при її високій ціні [2]. Метою даної стратегії є задоволення потреб обраного цільового сегмента ринку краще, ніж конкуренти. Така стратегія може міксувати всі три області, щоб досягти максимального

результату. Важливим критерієм, за яким можуть бути класифіковані стратегії, є частка ринку. Опираючись на це виділяють наступні чотири групи конкурентних стратегій:

1. Стратегії лідера;
2. Стратегії "кидає виклик";
3. Стратегії "наступного за лідером";
4. Стратегії фахівця [1, с.198].

Аналіз різних стратегій у маркетингу нашою на те, що всі вони одне одного доповнюють та повторюють. На практиці підприємства розробляють та застосовують певну комбінацію з усіх можливих стратегій. Різниця маркетингових стратегій полягає у їх складових елементів - конкурентними позиціями підприємств, їх маркетинговими цілями, фінансовими, виробничими, технологічними можливостями та кадровим забезпеченням.

Систематизувавши різноманітні підходи до класифікації маркетингових стратегій складено наступну узагальнюючу таблицю (табл. 1)

Таблиця 1

Класифікація маркетингових стратегій

Класифікаційна ознака	Види маркетингових стратегій
У залежності від рівня розробки (за значимістю)	<ul style="list-style-type: none"> • Глобальні маркетингові стратегії; • Функціональні маркетингові стратегії
У залежності від об'єкта	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегії щодо товару; • Стратегії щодо ринку
Залежно від терміну реалізації	<ul style="list-style-type: none"> • Довгострокові; • Середньострокові; • Короткострокові;
Від стану ринкового попиту	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегія конверсійного маркетингу • Стратегія креативного маркетингу • Стратегія стимулюючого маркетингу • Стратегія синхромаркетингу • Стратегія ремаркетингу • Стратегія демаркетинга
Відповідно до конкурентних переваг	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегія цінового лідерства • Стратегія диференціації • Стратегія фокусування
Залежно від конкурентного стану підприємства і його маркетингової спрямованості	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегії ринкового лідерства • Стратегії челенджер • Стратегії послідовників
У залежності від частки на ринку	<ul style="list-style-type: none"> • Атакуюча стратегія • Стратегія оборони або стратегія утримання • Стратегія відступу
У залежності від елементів комплексу маркетингу (за функціональною ознакою)	<ul style="list-style-type: none"> • Товарна стратегія • Цінова стратегія • Збутова стратегія • Стратегія просування
У залежності від методу вибору цільового ринку	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегія товарної спеціалізації • Стратегія сегментної спеціалізації • Стратегія односегментної концентрації • Стратегія вибіркової спеціалізації • Стратегія функціональної спеціалізації • Стратегія повного охоплення ринку
По напрямку розвитку	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегія інтернаціоналізації • Стратегія диверсифікації • Стратегія сегментації

Складено автором на основі [3]

Таким чином можна зробити висновок, що у сучасному середовищі кожне підприємство зацікавлене в ефективному управлінні маркетинговою діяльністю. Стратегія маркетингу – це комплекс базових рішень, спрямованих на досягнення генеральної мети

фірми і вихідних з оцінки ринкової ситуації і власних можливостей, а також інших факторів та сил навколишнього середовища маркетингу [4]. Вибір маркетингової стратегії залежить від ситуації, в якій знаходиться фірма і тому немає єдиної укомплектованої, кожного разу вона складається з декількох, які у сумі дають максимально хороший результат. На сьогодні ринок дуже мінливий і тому стратегії швидко змінюються та коригуються у відповідності до тенденцій.

Список використаних джерел:

1. Мурахтанова Н. М. Маркетинг: Учебное пособие. Тольятти: ТГУ, 2003. 234 с.
2. Абрамова Г. П., Касаев Б. С. Маркетинг: Учеб. пособие. Москва: ИНФРА-М. 2007. 456 с.
3. Алешина И. В. Маркетинг для менеджеров: Учеб. пособие. Москва: ФАИР-ПРЕС, 2003. 440 с.
4. Мурахтанова Н.М. Маркетинг: Учебное пособие. Тольятти: ТГУ, 2003. 234 с.

UDC 331.41:65.011.56

LYTVYNNENKO INNA

*PhD student, Department of Management and Innovation
International University of Finance*

METHODOLOGY OF THE LEVEL OF WORKPLACE DIGITALIZATION

In the time of rapid development of technologies and their application in all spheres of our life, people try to modernise and automate their business as much as possible. It means to make business easier for yourself, i.e., first, to improve its management, which in turn gives the opportunity to develop new ideas, to realise them and profit directly from it. It can be argued that digital technologies will be even more widely used for enterprise work. Devising digital workplace strategies and budgeting for them is the best evidence of this trend. In addition, the development of the digital workplace is influenced by employees' decision to set up their work processes remotely, beyond conventional workgroups. It changes the usual organisational structure, the model of personnel management, functions of control, planning and distribution of tasks.

It should be understood that it is not enough to simply give an employee the tools they need to work. It is essential to find out where the weaknesses in doing remote work are, what to improve, and where to stop. One has to learn how to coordinate the technological capabilities and the abilities of a remote employee in order to ensure that the digital workplace is measurable and that the requirements for it are justified.

We have decided to combine the views of different scholars [1, 2, 3] into one methodology that includes both technical factors and factors of moral preparedness figure 1.

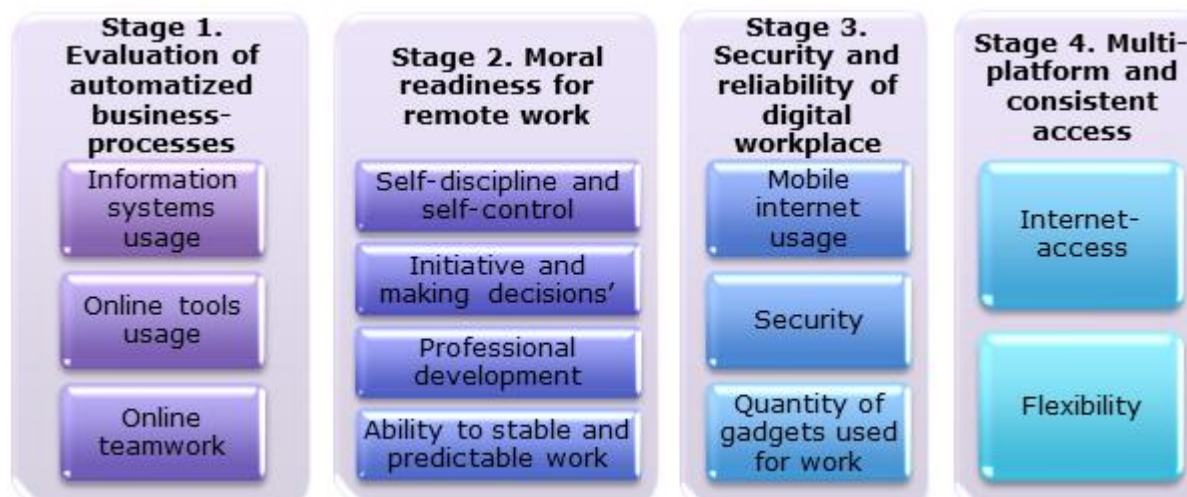


Figure 1 - Methodology of the level of workplace digitalisation

The first group of factors of the presented methodology are the factors that will help to evaluate the level of automation of business processes. The level of workplace digitalisation depends primarily on how actively the staff use information systems to perform their daily tasks. These factors are the result of the use of digital, mainly cloud, technologies, tools and platforms that allow them to organise their digital workplace, providing a convenient way to carry out tasks from anywhere in the world.

The information system usage factor includes the need to evaluate information cloud system usage and online project management usage. Search engine usage, the ability to use data analytics and digital files and podcasting usage belong to the factor of online tools usage. One of the most important tasks of remote management of employees is to ensure that they perform all their work duties on time, efficiently and in accordance with the existing standards.

The third factor in Stage 1 is online teamwork. This factor includes the evaluation of the ability of online discussion used and social media support from colleagues. The need to evaluate these indicators is related to the fact that communication between team members is a crucial factor in organising effective work. Managing a remote team is a complex process, and communication can be a big stumbling block to many companies trying to focus on the remote work of employees. That is why the management has to adopt an effective communication strategy so that the feeling of isolation from the team does not affect the progress of employees. Interaction among employees and daily virtual communication create a sense of trust and connection in the team.

The next stage of our methodology is moral readiness for remote work. We have added 4 factors to this stage:

- self-discipline and self-control
- initiative and making decisions
- professional development
- ability to do stable and predictable work

According to the experts [4], people who have chosen to work remotely face two major moral problems. They are burnout and loneliness. Burnout is a common cause of poor performance. It arises from a lack of willingness to work remotely, lack of self-control and low self-motivation. An unlimited working day, work at the weekends and on vacation days also affect this phenomenon. In addition, management decisions are often made without the employee's opinion. Therefore, in order to prevent the onset of burnout, we suggest periodically evaluating this stage, which will influence the quality of work performed and the degree of use of all technical tools offered to the worker.

At this stage, it should be understood that there are factors that affect the employee's work performance in the digital workplace. These include:

- ineffective work of employees in the absence of a direct manager;
- people's unwillingness to work without direct instructions;
- lack of professional development due to poor communication;
- lack of planning and, as a consequence, unstable and unsystematic work of remote staff

The third stage, as well as the first, covers the technical aspects. It concerns the security and reliability of the digital workplace.

Remote management hardware is personal computers, smartphones, data protection systems and other workflow support systems. The technical equipment of an organisation, consisting of the above elements, is an integral part, which in general makes it possible to have a digital workplace, providing communication between the executives of a company and its affiliates, managers and staff of these affiliates. In addition, remote work requires additional security measures, and enterprises must consider additional guarantees for protecting the data managed by remote workers using VPN, when connecting to the Internet and using password managers. Organisations will then need to provide new tools and security protocols for remote workforce. As new technologies evolve and the demand for specialised distributed workforce rises, remote work will continue to evolve with them. The new generation of workers determines how and where work is completed. In order to attract and retain the best talent, organisations must continue to learn new ways that their employees use to interact with business and with each other, regardless of zip code.

That is why the factors that characterise this stage comprise:

- mobile internet usage
- security
- quantity of gadgets used for work

To assess the level of security and reliability, we suggest evaluating the level of mobile Internet usage, the ability to find viruses and install security systems without anyone's help, and the number of files downloaded from the Internet. The number of gadgets used for work is also a very important indicator, as a large number of gadgets means increased levels of danger and increased protection of information.

Guaranteeing security is one of the priority tasks facing all organisations that use remote staff. To ensure the implementation of this function, special units and security services are created that provide protection for the inside information and interests of a company.

The last fourth stage is a logical continuation of the third one. We propose evaluating the multiplatformity and the availability of constant access to the Internet, without which it is impossible to work remotely and work in the digital workplace. Multiplatformity and quality access are the foundation of an effective digital environment in the digital workplace. We analyse the experience of regular network connection as to how good remote access and stability of the Wi-Fi Internet access are, especially in regions. Setting up and solving problems with the infrastructure and access is very important for improving one's digital workplace.

The goal is a digital environment that enhances the performance of staff and the mobility of work areas. This will ensure a stable workflow that is supported by consistent access to the Wi-Fi network. If the study reveals a low level of this indicator, such things should be done: improve the equipment, install high quality software and ensure multi-platformity.

REFERENCES

1. Deloitte | Audit, Consulting, Financial, Risk Management, Tax Services (2011) The digital workplace: think, share, do transform your employee experience [online] Available from: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/human-capital/The_digital_workplace.pdf [Accessed 2020].
2. Hamburg, I. (2018) Implementation of a Digital Workplace Strategy to Drive Behavior Change and Improve Competencies [online] Available from: <https://www.intechopen.com/books/strategy-and-behaviors-in-the-digital-economy/implementation-of-a-digital-workplace-strategy-to-drive-behavior-change-and-improve-competencies> [Accessed 2020].
3. Hanna, T. and Mona, E. (2014) *Psychosocial work environment, stress factors and individual characteristics among nursing staff in psychiatric in-patient care*. International Journal of Environmental Research and Public Health. 11(1):1161–1175.
4. Harvard Business Review - Ideas and Advice for Leaders (2018) Remote Workers Are More Disengaged and More Likely to Quit [online] Available from: <https://hbr.org/2018/11/survey-remote-workers-are-more-disengaged-and-more-likely-toquit?autocomplete=true> [Accessed 2020].
5. Savage, A.E. (2005) *Workplace strategy: What it is and why you should care*. Journal of Corporate Real Estate. 7(3).
6. Springer, T. (2011) *Fundamentals of Workplace Strategy*. Illinois: Kimball.

УДК 336

ОВЧАР А. С.

студентка кафедри фінансів та обліку
Науковий керівник – **к.е.н., доц.Докієнко Л. М.**
Міжнародний університет фінансів

СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АТ «ТУРБОАТОМ»

Стратегія забезпечення фінансової безпеки підприємства базується на концепції його розвитку, що має містити пріоритетні цілі, завдання забезпечення безпеки, шляхи та методи їх досягнення.

Загалом стратегія у забезпеченні фінансової безпеки передбачає ідентифікацію можливостей забезпечення стійкості системи у довгостроковій перспективі, прогнозування інваріантності її розвитку в інваріантному середовищі, пошук альтернативних шляхів прийняття рішень, які призводитимуть до єдиного, найбільш оптимального в вказаних умовах, стану підприємства. Саме така стратегія має бути зорієнтована на розробку та

послідовне здійснення заходів щодо закріплення, розвитку позитивних процесів та подолання негативних тенденцій у сфері фінансових відносин підприємства.

Стратегія забезпечення фінансової безпеки підприємства – це науково-методичний інструмент, який включає визначення стратегічних фінансових цілей, вибір ефективних напрямів, форм і методів їх досягнення, а також механізм реагування на зміни у зовнішньому середовищі та внутрішньому фінансовому стані підприємства [5].

Основною метою стратегії забезпечення фінансової безпеки вважають забезпечити достатню фінансову спроможність сталого поточного та стратегічного розвитку підприємства, зростання його вартості, збільшення прибутків і доходів [4].

Процес формування стратегії забезпечення фінансової безпеки підприємства має ґрунтуватися на системному підході та враховувати такі аспекти: взаємозв'язок стратегії забезпечення фінансової безпеки з фінансовою стратегією та загальною стратегією розвитку; економічна та політична ситуація в країні; рівень розвитку та кон'юнктура ринків, на яких здійснює свою діяльність підприємство; рівень законодавчого та нормативно-правового регулювання діяльності підприємства; ринкова позиція підприємства; рівень ризиків тощо.

В найбільш узагальненому вигляді, основні завдання стратегії забезпечення фінансової безпеки підприємства можуть бути наступні:

- 1) визначення пріоритетних фінансових інтересів підприємства та забезпечення їх коригування в разі необхідності;
- 2) створення ефективного механізму забезпечення фінансової безпеки підприємства, умов оперативного реагування на загрози, їх своєчасного виявлення;
- 3) прогнозування тенденцій, які ведуть до порушення нормального функціонування фінансової системи підприємства та її розвитку;
- 4) встановлення причин та умов, які спричиняють фінансовий збиток і загрожують реалізації фінансових інтересів підприємства, порушенню нормального функціонування його фінансової системи;
- 5) своєчасне виявлення й усунення загроз фінансовій безпеці підприємства, зниження ризиків у його фінансовій діяльності;
- 6) забезпечення зацікавленості керівництва та персоналу в ефективній фінансовій діяльності підприємства;
- 7) забезпечення відповідності визначених місії та фінансової стратегії підприємства сукупності його пріоритетних інтересів;
- 8) збалансування фінансових інтересів окремих підрозділів і персоналу з пріоритетними фінансовими інтересами підприємства в цілому;
- 9) створення умов для максимально можливого відшкодування або локалізації завданого збитку неправомірними діями юридичних чи фізичних осіб;

Послідовність запровадження стратегії забезпечення фінансової безпеки саме для АТ «Турбоатом» ми пропонуємо представити в розрізі таких етапів.

Етап I.1. Інституційні: внесення змін в установчі документи (за потреби); розробка, впровадження положень, інструкцій, які регламентують дії щодо забезпечення фінансової безпеки; прийняття відповідних наказів, розпоряджень, роз'яснень; запровадження правил, що встановлюють обсяг, послідовність, способи та терміни виконання працівниками дій, передбачених режимом фінансової безпеки.

2. Організаційні: адаптація до зміни зовнішніх умов (дії зовнішніх загроз фінансовій безпеці); зміни в апараті управління компанією; реорганізація окремих структурних підрозділів (фінансово-економічна служба); впровадження системи перепідготовки кадрів та побудова відповідного документообігу.

Етап II. 1. Фінансово-економічні: оптимізація витрат, структури активів та капіталу, грошових потоків; впровадження ефективної системи бюджетування та фінансового планування; введення режиму економії фінансових ресурсів; покращення фінансової дисципліни (особливо, дебіторів) та системи взаєморозрахунків; стимулювання праці.

2. Інформаційні: інформування персоналу про систему забезпечення фінансової безпеки, її мету, завдання, можливості та наслідки; захист важливої фінансової інформації та комерційної таємниці; інформування щодо змін у планах чи завданнях забезпечення фінансової безпеки внаслідок виявлення певних фінансових загроз.

Етап III. Мотиваційні: розроблення відповідної системи преміювання працівників, що приймають безпосередню участь у забезпеченні фінансової безпеки компанії, розробляють заходи щодо протидії її банкрутству; підвищення рівня інтелектуально-кадрового забезпечення; забезпечення нематеріальної мотивації персоналу за дотримання стандартів фінансової безпеки компанії.

Досліджуючи стратегію фінансової безпеки підприємства, науковці поділяють її на декілька видів, які різняться за своїм змістом. Зокрема, до них належать такі типи [1,3,7,8]:

1) миттєва стратегія - система безпеки реагує на несподівані реальні загрози діяльності; створені для вирішення цього завдання підрозділи, виділені сили й засоби можуть ослабити дію загроз або запобігти їм, водночас може виникнути ситуація, результатом якої буде отримання збитку;

2) попереджувальна стратегія - це стратегія, орієнтована на прогнозування, своєчасне виявлення небезпек і загроз, цілеспрямоване дослідження ситуації як усередині підприємства, так і в навколишньому його середовищі; виділені для вирішення цього завдання фахівці, сформовані служби безпеки створюють можливість усвідомлено та цілеспрямовано проводити роботу з формування сприятливих умов діяльності;

3) компенсаційна стратегія, згідно з якою вигідніше компенсувати втрати від настання загроз безпеці, ніж утримувати в штаті працівників служби безпеки; ця стратегія допустима тоді, коли збитки від потенційних загроз є невеликими або неможливо реалізувати попередні дві стратегії.

З позиції інструментарію стратегічного управління підприємством деякі автори пропонують виділення таких видів стратегій забезпечення фінансової безпеки [6]:

1) стратегія зростання сприяє збереженню досягнутого рівня фінансової безпеки, контроль за результатами діяльності та попередження виникнення можливих загроз інтересам підприємства;

2) вибірково-посилюча стратегія передбачає вжиття заходів посилення одного зі структурних елементів фінансової безпеки або окремих показників компонентів фінансової безпеки підприємства;

3) пристосувальна стратегія - вжиття заходів пристосування компонентів фінансової безпеки підприємства до змін зовнішнього середовища;

4) трансформаційна стратегія - проведення змін, які стосуються напрямів діяльності підприємства (за видами операцій), трансформації ринку, а також проведення необхідних змін компонентів фінансової безпеки;

5) комплексно-забезпечувальна стратегія - вжиття заходів, спрямованих на досягнення рівня фінансової безпеки, бажаного для підприємства.

На наш погляд, для досліджуваного підприємства варто взяти до уваги наступні напрями формування стратегії забезпечення фінансової безпеки [2,3]:

1. Стратегія забезпечення росту доходності капіталу підприємства.
2. Стратегія формування фінансових ресурсів підприємства.
3. Стратегія забезпечення фінансової стабільності підприємства та нейтралізації ризиків.
4. Інвестиційно-інноваційна стратегія підприємства.

На нашу думку, для АТ «Турбоатом» недоцільно у найближчій перспективі змінювати діючу стратегію формування фінансових ресурсів (використання власного капіталу для фінансування фінансово-господарської діяльності) та недоцільно розробляти інвестиційно-інноваційну стратегію (з огляду на економічну ситуацію в Україні та в світі в цілому).

Практична реалізація стратегії забезпечення фінансової безпеки АТ «Турбоатом» у найближчій перспективі (2020 р.) повинна передбачати розробку стратегії забезпечення фінансової стабільності та росту доходності капіталу, які можна віднести до попереджувальних та комплексно-забезпечувальних.

Їх вибір та реалізація, на наш погляд, передбачає виконання наступних *етапів робіт*:

1. Діагностику основних внутрішніх фінансових загроз фінансовій безпеці на основі сучасних комплексних методичних підходів.

2. Ідентифікацію зовнішніх фінансових загроз, що можуть порушити фінансову безпеку та призвести до банкрутства підприємства; та, за можливості, кількісну оцінку ступеню їх впливу на фінансову безпеку.

3. Впровадження ефективної системи фінансового контролінгу на підприємстві з відповідною системою критеріальних фінансових показників.

4. Запровадження ефективного процесу фінансового планування (бюджетування) у рамках створеної системи фінансового контролінгу, що дозволить розробляти альтернативні плани-прогнози основних фінансових показників АТ «Турбоатом» з метою забезпечення його фінансової безпеки.

Отже, запровадження розробленої стратегії забезпечення фінансової безпеки АТ «Турбоатом» допоможе запобігти виникненню кризових фінансово-економічних ситуацій, ідентифікувати причини фінансових проблем та ефективно їх усувати. Крім цього, це

дозволить оперативно інформувати власників про всі фінансові показники діяльності та ступінь досягнення запланованих результатів, дозволить реагувати на всі зміни та виклики ринку, приймати виважені управлінські рішення з метою задоволення інтересів всіх зацікавлених сторін та максимізації ринкової вартості підприємства.

Список використаних джерел:

1. Біломістіна І. І., Грохольська Є. І. Стратегія забезпечення фінансової безпеки промислових підприємств України. URL : <http://fkd.org.ua/article/viewFile/28928/26002>
2. Бланк І. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. Київ : Эльга, Ника Центр, 2004. 784 с.
3. Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення: монографія. Львів : 2012. 386 с.
4. Воробйов Ю. М., Воробйова О. І., Блажевич О. Г. Фінансова безпека будівельних підприємств: монографія. Сімферополь : ВД «АРИАЛ», 2013. 180 с.
5. Кудрицька Ж. В. Система управління фінансовою безпекою підприємства. *Ефективна економіка*. 2012. No 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>
6. Лісняк А. Є. Формування стратегії забезпечення фінансової безпеки банку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Випуск 22. Частина 2. 2018. С. 71-77
7. Некрасенко Л. А., Рибалка Ю. М. Складові управління фінансовою безпекою підприємств. URL : <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/3.2/162.pdf>
8. Фучеджи В. І. Характеристика структурних елементів фінансової безпеки суб'єктів підприємництва URL : <http://dspace.oneu.edu.ua>

UDC 339.138

PATCHAREEPORN SUTCHARIT

International Business student,

WSG University of Economy in Bydgoszcz, Poland

Scientific advisor:

Olha Ilyash,

Doctor of Economics, Professor,

Vice-Rector for Research and International Activity,

International University of Finance, Ukraine

THE IMPACT OF THE SOCIAL MEDIA ADVERTISING ON THE CONSUMER BUYING BEHAVIOUR

Social media advertising has become the most powerful strategy for organisation seeking to reach out to their prospects and customers. Given the wide reach of social media advertising, firms are increasingly depending on it, In order to achieve their marketing and branding objectives .By changing from the traditional ways of advertising, social media has provided new opportunities to firms to reach consumers in social interaction on the internet platforms. The objective of the current study is to investigate the significance of social media advertising to the advertising industry of Thailand. The article also analyses the positive and negative impact of social media advertising on consumer behaviour and the methods of social media advertising Thai organizations can adopt

Through the social media, viral marketing is developed, which refers to the strategy of urging the visitors of web page to share information published on Internet, to their friends, so that, they can inform more people for a product or event, through photos, videos, etc. By simple definition, the social media refers to activities, practices, and how communities behaviour among people who gather online to share information, knowledge, and opinions using conversational media [3, p. 18]. With the growth of social media, the social media websites started concentrating on developing technology for sharing of information in various forms like photos, audio and video. Prodigy brought the first industrial bulletin board system, yanking social media up from the underground and making it additional thought [1, p. 244]. Today technology permits

for a larger interaction and period of communication however similar to its roots, social media allows people to broadcast to the lots.

Consumers are the main focus of all retail decisions, lots of questions had been asked about how consumers make their decision about what product to buy, the brand, and the store to buy them from. Therefore, it is of paramount to appreciate how consumers decide on what to buy. So many models try to explain the process of consumer buying behaviour, but in this article, we will focus on the famous five steps of need recognition starting with the first feeling of need to take the buying decision through finding for information and evaluation of other alternatives, then finally post purchase behaviour.



Figure 1.Types of social media

In January 2019, Mindshare predicted that Thailand's advertising revenue will grow at a rate of nearly 5%, which is one of the world's largest media and advertising services companies operating in Thailand [5]. Managing Director of Mindshare in Thailand, expects this year's advertising spending to exceed £ 124 billion. It is still expected that the largest share of advertising will be used for broadcast TV, nearly 38 billion pounds or slightly higher than 30%, and another 33.5 billion pounds will be used for digital TV, accounting for 27%. This will bring total TV spending to 57%. The advertising media giant expects that Internet advertising spending will reach 18 billion pounds in 2019, accounting for nearly 15% of the market share. The company expects outdoor advertising revenue to be 7.5 billion pounds, accounting for 6%, of which advertising revenue for Thai cinemas is 7.32 billion pounds, or 5.9%. The company predicts that advertising expenses for magazines, newspapers and cable / satellite TV systems will decline in 2019 [5].

Social media advertising involves direct and indirect marketing methods to generate consumer awareness, identification and recall of products, individuals or brands that are being executed through social tools such as social networks, content dissemination and microblogging [2]. Directly, social media advertising (SMA) involves companies that use banner ads, embedded videos, animations, brand pages, surveys, classified ads, and sponsored ads to promote their products and services through online platforms. It selects the target audience based on the application and use of social networks [4, p.400]. All of these brand building events use Facebook for promotion, use Twitter to generate specific trends (use tags), upload product release videos on YouTube, participate in photos via Instagram, post blogs on HubSpot and connect with brands on LinkedIn users such managers.

Advertising is vital in promotion mix for all kind of organizations normally it refers to one-way communication in any mass media. The American Advertising and Marketing Affiliation outline it as "the placement of statement and persuasive messages in time or space purchased in any of the mass media via commercial enterprise companies, non-earnings agencies, government groups, and individuals who are looking to inform and/or persuade participants of particular goal marketplace or audience about their merchandise, services, groups, or ideas". But, with the development of the internet and on-line global especially social media surroundings, quite a few modifications befell in advertising, in its capabilities and capabilities which require a new paradigm [7, p.249].

Table 1. Types of the social media

Types of social media	Found ation Year	Main Characteristics	Custom ers	Benefits of social media advertising of consumer behavior	Challenges of social media advertising
Facebook	2004	User friendly Entertainment Find old friends Sharing options	2.4 Billion users	Consumers spend most of their time on Facebook	Targeting the wrong audience

Twitter	2006	140 characters Use of hash tag (#)	330 million users	Keyword targeting	Unfamiliar targeting
Instagram	2010	Photo and video sharing Up to 60 sec video posts	500 million users	User generated content marketing	Fake followers and false engagements
YouTube	2005	Video sharing service Channel creation	2 billion users	Capture and grow audience	Collecting audience data
WhatsApp	2009	Messaging application	1.6 billion users	Mobile customer relationship management	Difficult to reach customers without contact
Pinterest	2010	Discover information using photos	335 million users	Syncs up with many social media app	Challenge of creating a real profiling
Linked in	2002	Networking Resume like profile Career and business professional	660 million users	High engagement	Against third party apps

Increased Brand Awareness by Social media as is one of the most cost-efficient digital marketing methods used to syndicate content and increase your business' visibility. Managing numerous social networks, engage with audience, create and publish content, manage social media campaigns, and achieve social media marketing targets can be quite a challenging task it when there is so little time to execute. Implementing a social media strategy will greatly increase the brand recognition since there will be engaging with a broad audience of consumers. Think people only connect with brands they already know on social media? Consider that 60 percent of Instagram users say they discover new products on the platform [6, p.39] When social media is being used by more than 3 billion users worldwide, social media marketers definitely cannot ignore social media as one of the top marketing channels. There is no doubt that by simply having a social media ad, the brand will benefit, and with regular use it can generate a wide audience for the business in Thailand.

REFERENCES:

1. Constantinides, E. and Fountain, S. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing Issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*.
2. Gunelius, S. (2010). 10 Laws of Social Media Marketing. Available at: <http://www.entrepreneur.com/article/218160#> (accessed: 22 February 2011).
3. Hwang, Y., Gretzel, U., Xiang, Z., Fesenmaier, D. R. (2006) Information search for travel decisions. In: Fesenmaier, D., Werthner, H., Weber, K., ed. *Destination recommendation systems: Behavioral foundations and applications*. Cambridge, MA: CAB International.
4. Junglas, I. A., Johnson, N. A. and Spitzmüller, C. (2008). Personality traits and concern for privacy: An empirical study in the context of location-based services. *European Journal of Information Systems*, 17 (4).
5. Moris .J and Nguyena S (2019) Thailand's advertisers power the shift to online media in 2019 as print loses out to the internet. Available at: <https://www.thaiaaminer.com> (accessed: 22 March 2020).
6. Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.p39
7. Tuten, T.L. and Solomon, M.R. (2014). *Social media marketing*. P. 249.

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО БРЕНДУ НА ПРИКЛАДІ БРЕНДУ «НАТОР»

Термін бренд в маркетингу являє собою поняття про комплекс інформації про ту чи іншу компанію, продукт або послугу. Бренд повністю відображає сутність компанії і надає можливість компанії отримувати постійних клієнтів, які є прихильниками її бренду. Сам по собі бренд складається з логотипу, шрифту та обраною гамою кольорів [1, с.14].

Корисність правильного брендингу не можливо переоцінити він гарантує споживачеві впевненість у вибраному товарі, тим самим збільшує кількість клієнтів компанії. Чим вища цінність бренду, тим вища цінність самого підприємства та його продукції для клієнта. Створений бренд надає компанії велику кількість переваг:

1. Впізнаваність
2. Прихильників бренду (постійних клієнтів)
3. Підвищує її цінність
4. Спрощує найм працівників

Позиціонування - це розробка пропозиції і образу бренду, які спрямовані на формування або закріплення конкурентної позиції бренду на певному ринку [4]. Позиціонування дуже важлива річ в діяльності компанії вона допомагає створити перш за все правильний бренд, слоган, обрати кольори та логотип. Бренд в свою чергу стане обличчям компанії. Правильне позиціонування впливає на споживачів, завдяки цьому вони розуміють, що саме являє собою товар, які переваги він містить перед іншими пропозиціями. Позиціонування впливає не тільки на клієнтів та ринок, а й на внутрішній бік компанії, надаючи персоналу розуміння над якою кінцевою ціллю вони всі працюють, в якому напрямку рухається компанія, на що орієнтований продукт (ціна, якість, доступність, ексклюзивність і тд.) та на кого саме (спортсменів, студентів, жінок, чоловіків і тд.), а також які є плюси і мінуси в продукті.

На даний момент дуже важко оцінити наскільки може бути прибутковим бренд, особливо правильно сформований. Звичайна фінансова звітність не може відображати єдино вірну ціну на бізнес власника, оскільки вона не враховує вплив бренду на компанію, але саме він надає повну картину згідно положення компанії на ринку [1, с.28]. Адже саме бренд впливає на успіх продажу торгової марки в очах споживача та робить бізнес більш привабливим для інвесторів. В такій ситуації тільки маркетинг орієнтований на вартість здатний підвищити акціонерний капітал.

На сьогоднішній день одним єдиним шляхом для управління торговими марками присутніми на ринку є маркетингова стратегія, яку можна розділити на декілька етапів:

- 1) правильне позиціонування;
- 2) успішне впровадження бренду на ринок;
- 3) створення ефективної бізнес-моделі;
- 4) опрацювання довгострокової концепції розвитку бренду;
 - створення поінформованості про виведення марки (подолання рекламно-піарівського пресингу конкурентів);
 - підтримку зацікавленості та мотивації у цільової аудиторії (надання товару «людських» якостей);
 - управління дистрибуційною мережею;
 - формування лояльного сегменту споживачів;

[3]

З загальної точки зору успішним маркетингом буде вважатися правильне позиціонування витрат товару у свідомості споживача.

Що стосується українського ринку то він є досить специфічним місцем для просування вітчизняних брендів [2]. Це пояснюється тим, що завдяки нашому менталітету в Україні споживачі більш схилені для купівлі закордонних товарів оскільки історично склалося, що наше виробництво не відрізнялось великою якістю товарів та послуг. В такій системі українським брендам потрібно вкладати досить великі сумми на рекламу. На цьому ми маємо досить парадоксальну систему, оскільки наші вітчизняні підприємства не настільки

розвинені як закордонні. За відсутності великої кількості прихильників бренду у зв'язку з тим, що ціна та якість на наші вироби повинна бути конкурентно спроможна, а всидіти на двох стільцях одночас не можливо, конкуруючи з зарубіжними виробниками. Як наслідок потрібно чимось нехтувати і як правило це якість. Але навіть якщо в товару є і гарна якість, і сильна реклама, і ціна досить адекватна то середньостатистичний споживач обере закордонний аналог оскільки сам бренд більш статусний.

Розберемо на прикладі бренду "HATOR" – український бренд, який займається виробництвом ігрової атрибутики, такої як клавіатури, комп'ютерні миші, ігрові крісла, килимки тощо та має намір розвивати свій бренд на міжнародному рівні. Компанія запускає потужну рекламу, в тому числі найбільший в Україні магазин для геймерів "Зона 51" рекламує їхню продукцію, а також під цим брендом випускається високої якості продукція за ціною конкурентною до закордонних компаній, але навіть це не дозволяє конкурувати на рівних з відомими брендами такими як: Razer, Steel Series, Cyborg, Mad Cat, Zowie та інші. Оскільки ці бренди значно довше присутні на ринку і вже мають постійних покупців, питання формування міжнародного бренду є дуже актуальним для бренду "HATOR".

Який висновок ми можемо зробити? Щоб мати велику базу прихильників будь якому бренду потрібна якісна реклама, якість товару, гарна ціна та час. У випадку з Україною значно більша сума потрібна для реклами, а це один із найбільш фінансово об'ємних напрямків, а також часу потрібно значно більше ніж в інших країнах. Отже, ми повинні розуміти, що для створення успішного і стійкого бренду потрібен досить великий капітал, а це можливо тільки з інвесторами. Але інвестори не дуже схилені в бік українських торгових марок по двом основним причинам:

- 1) не стабільна економіка
- 2) менша рентабельність порівнянно з закордонними компаніями

Як наслідок досить мала кількість дійсно відомих брендів українського походження.

Список використаних джерел:

1. Токарева Д. О. Формування міжнародної стратегії реклами бренду – 14, 28с.
2. Бозенко О.Ю. Формування бачення сучасного глобального брендингу: концептуальний аспект – 1с.
3. Дроздовський Я. П. Проблеми формування і розвитку бренду України на міжнародній арені – 2,3с.
4. Інна Д. 8 переможних стратегій позиціонування бренду.

УДК 658.33

ТКАЧЕНКО А. В.

*Студентка кафедри менеджмента и инноваций
Научный руководитель – д.э.н., проф. Иляш О. И.
проректор по научной и международной деятельности
Международный университет финансов*

ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА И МЕТОДЫ ИХ РЕШЕНИЯ

Эффективно управлять персоналом не выйдет без правильно составленной системы мотивации. Мотивация персонала – это создание особой рабочей обстановки и заинтересованности персонала внутри компании, которые стимулируют его на качественное выполнение работы и поставленных целей [4]. Вопрос об мотивации персонала относится к числу основных в менеджменте персоналом. В настоящее время актуальность этой темы постоянно растет, так как основным капиталом любой компании есть персонал.

Огромный вклад в стимулирование работы персонала, нашли отражение в работах зарубежный и отечественный ученых: Д. МакКлелланд, Ф. Герцберг, А. Маслоу, Э. Либанова, В. Данюк, Н. Лукьянченко, Л. Семив, С. Сардак и многие другие. Рассмотрим основные теории мотивации, которые повлияли на формирование современных концепций стимулирования труда.

А. Маслоу развивал теорию мотивации личности и предложил классифицировать нужды людей на первичные и вторичные, разместив их в пятиуровневом иерархичном треугольнике. Ф. Герцберг предложил модель двух факторов распределения потребностей:

«гигиенические факторы», связанные с предотвращением неудовлетворенности работой и «мотивирующие факторы», связанные с характером и сущностью работы. Д. Макгрегор сформулировал «ХУ – теория», которая содержит две противоположные теории – «Х» рассматривает человека, как без инициативного сотрудника, «У» – предполагает, что в мотивах человека преобладают социальные нужды и желание хорошо работать. У. Оучи разработал теорию «Z», исходя из которой, мотивация сотрудника исходит из ценностей компании. В. Врум – теория ожиданий, которая основывается на взаимосвязи затрат и результатов труда, вознаграждения и ценности вознаграждения. Дж. Адамс – теория справедливости утверждает, что сотрудники оценивают плату за результат своей работы сравнивая его с другими.

Таким образом, содержательные теории основное внимание уделяют факторам, которые лежат в основе мотивации, и практически не обращают внимание на анализ процесса мотивации, что есть недостатком. Процессуальные теории не оспаривают существование нужд, но считают, что поведение людей определяются не только ими.

Главное задание мотивации представляет собой разработку системы механизмов и инструментов, подталкивающие штат к работе, которая направленная на достижение стратегических целей с наилучшим результатом. Так, мотивационные инструменты можно разделить на: материальные и нематериальные [2].

Одна из главных проблем системы мотивации – это то, что у людей очень много нужд – то, что интересует одних, не интересует других. В Украине различных средств стимулирования труда применяют только отдельные элементы и на первый план выдвигают материальные мотивы. В тоже время играют важную роль в стимулирование персонала, однако это не означает, что нематериальные мотивы являются второстепенными (Табл.1).

Таблица 1

Основные инструменты мотивации в Европе и США

Материальные	Нематериальные инструменты
Комиссионные	Оплата нерабочего времени
Премия	Повышение квалификации, тренинги
Право на покупку акций	Корпоративы
Право распоряжаться своим рабочим временем	Одобрение достижений
Индивидуальный способ оплаты труда	Карьерный рост
	Делегирование полномочий
Основные инструменты мотивации в США	
Доход сотрудника состоит из: - его уровня; - оценки по результатам собеседования и аттестации; - уровня предыдущей зарплаты	Предоставление автотранспорта с оплатой бензина; полностью или частичная компенсация жилья; расходы на отдых с семьей.
Право на покупку акций	Гарантированная пожизненная занятость
Премии	Единый статус работников
Участие в прибылях	Льготы и бесплатные услуги из фондов социального потребления
	Уважение личности
	Гибкий рабочий график

Подводя итог, считаем, что единой правильной комбинации мотивации не существует. Часто нематериальные инструменты приносят быстрее желаемого результата, чем материальное вознаграждение. Для того, чтобы достичь наилучшего результата, нужно использовать комплекс мотивационных инструментов, которые направленные на стимулирование работы персонала. Успешно созданная и внедренная модель мотивации – это не только продуктивное средство менеджмента персонала, а и средство получения желаемых результатов компании.

Литература:

1. Мотивация персонала: учебное пособие/ Н.Д. Дарченко, Т.П. Гитис. – Краматорск: ДГМА, 2013. ISBN 978-966-379-258-3.

2. Материальная мотивация. [Электронный ресурс] – URL: <https://france-jus.ru/1910-materialnaya-motivatsiya>.

3. Мотивация производственного персонала на предприятии. [Электронный ресурс] – URL: <https://rusbizinformation.com/motivatsiya-proizvodstvennogo-personala-na-predpriyatii>.

4. Принципы мотивации персонала. [Электронный ресурс] – URL: <https://krasnokamsk.ru/rabota-s-kadrami/printsipy-motivatsii-personala.html>.

5. Виды мотивации персонала. [Электронный ресурс] – URL: <http://kirulanov.com/vidy-motivacii-personala-razbor-osnovnykh-metodov-s-primerami>.

УДК 330.341.1

ХМУРИНСЬКА І. І.

студентка кафедри економіки та підприємництва

Науковий керівник – к.е.н., доц.Коба Н.В.

Міжнародний університет фінансів

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

З розвитком ринкових відносин успішне функціонування підприємства в конкурентному середовищі, можливе лише за умови виявлення та реалізації інноваційного потенціалу.

Поняття «інноваційний потенціал» носить досить суперечливий характер. Проаналізувавши різні підходи до визначення, можна стверджувати, що інноваційний потенціал підприємства – це система взаємопов'язаних чинників і сукупність наявних технологічних, економічних, фінансових, інтелектуальних, технологічних та науково-виробничих ресурсів, які відповідають умовам забезпечення постійної інноваційної діяльності у сфері впровадження ефективного механізму комерціалізації та розвитку.

Оцінювання інноваційного потенціалу підприємств системно виявляє недоліки в організації та функціонуванні бізнес-процесів, що призводить до ситуації стримання розвитку інноваційної діяльності.

Результати такого оцінювання обґрунтовують необхідність удосконалення або зміни стратегічного плану інноваційного розвитку підприємства, а саме - модернізацію бізнес-процесів, їх перепроєктування та впровадження систем автоматизації.

При побудові ефективної структури бізнес-процесу, необхідно ґрунтуватись на її структурних елементах, а саме на рівнях, класах та екземплярах.

Ефективність перепроєктування бізнес-процесу інноваційного розвитку варто аналізувати експрес методом [3,с.27-30]. Експрес-метод оцінки бізнес-процесів заснований на принципах і методах структурного моделювання, об'єктно-орієнтованого моделювання та аналізу ключових показників: складності, процесності, контрольованості, ресурсоемності, регульованості.

Результати проведеної оцінки дозволять визначити ефективність управління інноваціями підприємств, а аналіз динаміки показників - розробити організаційно-управлінські рішення щодо підвищення її ефективності.

Цей напрям передбачає модернізацію бізнес-процесів, автоматизацію інноваційних систем для оптимізації НДДКР та процесу виробництва з метою покращення результативності та якості [2, с.48].

Оптимізація бізнес-процесів призведе до наступних результатів:

- зменшення фінансових втрат на реалізацію бізнес-процесів інноваційного розвитку;
- прискорення системи бізнес-процесів інноваційного розвитку на підприємстві;
- підвищення кількості інноваційних проєктів;
- оптимізація виробничих витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи.

Гарантією ефективного управління інноваційною діяльністю являється інформація, яка своєчасно і коректно обробляється та систематизується. Відсутність або некоректність такої інформації може спровокувати ситуацію неправильного управлінського рішення, і як наслідок, подальших збитків підприємства. Процес автоматизації бізнес-процесів потребує розробки механізму впровадження нової інформаційної системи та розрахунку її ефективності.

Одним із способів автоматизації бізнес-процесів може стати використання повнофункціональної єдиної системи управління ресурсами компанії. Запровадження ERP-системи дасть підприємству змогу ефективно та швидко коригувати бізнес-стратегію реагуючи на зміни зовнішнього середовища та внутрішніх чинників, а також автоматизувати деякі процеси виробництва.

Автоматизація бізнес-процесів дасть змогу:

- оперативно управляти фінансами, налагодити системи електронних платежів, попереджати касові розриви;
- підвищити ефективність використання обладнання на 20%;
- збільшити обсяги виробництва до 60% завдяки плануванню, контролю та оперативному управлінню виробничими процесами та якістю;
- збільшити обсяги продажу до 60% завдяки підвищенню контролю за всіма етапами процесу продажів;
- скоротити термін підготовки конструкторсько-технологічної документації від 40% до 60%;
- скоротити цикл узгодження документів в 12 разів;
- зменшити статтю витрат на обробку та зберігання документів до 60%.

Таким чином, розвиток інноваційного потенціалу підприємства дозволяє перевести стихійне функціонування окремих бізнес-процесів в практично керований, що оптимізує та стабілізує роботу всього підприємства, значно підвищує ефективність діяльності підприємства, розширює можливості для маневрування та прийняття правильних управлінських рішень при будь-яких умовах. Разом з тим, саме динамічний процес інноваційного розвитку дає компанії можливості спрогнозувати та розробити оптимальні стратегії поведінки для будь-яких умов розвитку ринкової ситуації, що склалася або може скластися на визначений проміжок часу.

Список використаних джерел:

1. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та система захисту [Електронний ресурс] /В.В. Гурочкіна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 5 (21). – С. 51-57. – Режим доступу до ресурсу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/No5/51.pdf>.
2. Харрингтон Дж. Оптимизация бизнес-процессов: документирование, анализ, управление, оптимизация / Дж. Харрингтон, К. С. Эсселинг, Х. Ван Нимвеген; [пер. с англ.]. – СПб.: Азбука; СПб.: БМикро, 2002. – XXIV, 328с.
3. Чупров, К. К. Экспресс метод диагностики бизнес-процессов компании / Чупров К.К.// Консультант директора. 2005. - №20. — с. 27-30. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.cfin.ru/management/controlling/fsa/express.shtml#_ftn1.

УДК 65.016.7

ШЕВЧУК О. А.

*к.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря. Сікорського»*

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ЛІДЕРСТВА ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕЛІНІЙНОСТІ ВИБОРУ

Формування бізнес-лідерства як сучасного імперативу виробничо-господарської діяльності підприємства обумовлюється його здатністю адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, зберігаючи незмінною свою структуру протягом певного періоду часу. У визначеному контексті йдеться про прагнення будь-якої виробничо-господарської системи до збереження визначеної стабільності, з одного боку, а з іншого - самовдосконалення і розвитку протягом тривалого періоду [1, с. 79]. Водночас, підприємство, як складна системи, характеризується інерційністю та відкритістю.

Так, відповідно до класичного закону інерції – будь-яка матеріальна точка знаходиться у стані спокою, або рухається прямолінійно та рівномірно, якщо немає

зовнішнього впливу на неї. Щодо підприємства, інерційність проявляється двояко, як інерційність взаємозв'язків, і як інерційність відносно темпів, напрямів основних кількісних параметрів протягом певного періоду часу.

Відкритість системи пов'язана з двома особливостями. По-перше, наявністю русел. В основі теорії русел [2] лежать стійкі причинно-наслідкові зв'язки, що існують у системі. Це означає, що, для опису будь-якого об'єкту задається фазовий простір з N -чисел, що відображають стан системи. Через кожну точку такого фазового простору проходить лише одна траєкторія. В основі побудови такої траєкторії лежить принцип спадкоємності Ньютона, відповідно до якого майбутнє визначається минулим. По-друге, наявністю джокерів [2], які характеризують стан системи, коли невизначеність збільшується, а можливість передбачити подальший стан системи зменшується. В основі теорії джокерів лежить постулат про перехід будь-якої системи, що розвивається від одного стійкого стану до іншого через «точки біфуркації» - нестійкого стану, де система визначає вектор подальшого розвитку з усіх можливих варіантів. У результаті порушення симетрії у системі, з'являється пріоритетний, порівняно з іншими, стан. У такому випадку виникає як внутрішня диференціація між окремими частинами системи, так і зовнішня диференціація – між системою та середовищем. У сукупності, така диференціація забезпечує впровадження процесів самоорганізації системи, спрямованих на стабілізацію її стану.

Отже, багатоваріантність розвитку передбачає нелінійність вибору. Ця нелінійність виражається у залежності системи від процесів, що в ній відбуваються і характеризується альтернативністю шляхів розвитку, ритмічністю (хвильовим характером функціонування), а також можливістю швидкого розвитку. Перехід від однієї точки біфуркації до іншої проходить три основних етапи.

Перший етап – безпосередньо сам розвиток нестійкості, наявність інваріантності шляхів вибору. З фізичної точки зору, цей процес пов'язаний з кінетичною енергією (від давньогрецької $\kappaίνησις$ — рух), як енергією механічної системи, що залежить від швидкості руху її точок.

Щодо формування бізнес-лідерства підприємств на ринку, то визнаємо, що цей процес, з одного боку, пов'язаний з появою новаторів, які внаслідок соціально-економічних змін знаходять різноманітні способи, підходи та рішення щодо підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності. А з іншого, цей процес відбувається внаслідок накопичення та генерації нових знань та інформації, що призводять до нестійкості. З точки зору синергетики, зростання нестійкості є доцільною умовою для застосування нових знань та інформації. Управління такою нестійкістю відбувається шляхом розвитку науково-дослідною сферою. У сукупності це забезпечує не тільки потенційні можливості системи, але і створює умови для розвитку нестійкості попереднього стану.

Другий етап – початок періоду стійкого розвитку. З фізичної точки зору – це є потенційна енергія (від лат *potentia* – можливість), яка залежить від взаємного розташування частин, що складають систему. У цьому зв'язку зазначимо, що у цей період на підприємстві відбувається вибір інноваційних задач, схем організації виробництва тощо. До цього слід додати, що на цьому етапі, відбуваються якісні зміни внутрішнього середовища підприємства, виникає зворотній зв'язок у системі, де новації та нові знання виступають у якості системо – утворюючих факторів формування бізнес-лідерства підприємств.

Третій етап – етап стійкого розвитку, за умов дії якого відбувається ентропія розвитку підприємства. Ентропія (від грецької – *entropía* — поворот, перетворення), як міра невизначеності ситуації, дослідження, до кінця якого невідомим залишається результат. У цій відповідності слід вказати на те, що в основі ентропії лежить відкритість системи, що забезпечує збереження темпів інноваційної діяльності підприємства.

Звідси, можна зробити висновок, що розвиток характеризує нелінійний процес збільшення складності за умов переходу від одного якісного стану до іншого, або поступові незворотні зміни, що відбуваються у системі. Водночас, розвиток – це перехід системи від одного рівня до іншого, що обумовлені відмінними характеристиками підприємства, його внутрішніми факторами, що забезпечують організаційну стійкість його функціонування.

Список використаних джерел:

1. Андрианов В.Д. Теория саморегуляции рыночной экономики: новая концепция устойчивого развития / В. Д. Андрианов. - М.: ФАЦ, 2007. – 389 с.

2. Малинецкий Г. Г. Джокеры, русла или поиски третьей парадигмы [Электронный ресурс] / Г. Г. Малинецкий, А. Б. Потапов // Знание – Сила. – 1998. – № 3 – Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/introduction/dzhokery-rusla>.

УДК: 330.341.1

ШЕРЕМЕТ О. О.

*Студент кафедри менеджменту та інновацій
Міжнародний університет фінансів*

АНАЛІЗ ДЕФІНІЦІЙ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА МІКРО-, МЕЗО-, МАКРО-РІВНЯХ

Як об'єкт стратегічного аналізу «конкурентоспроможність» різні автори розглядають по-різному. Основою розуміння сутності поняття конкурентоспроможності підприємства є дослідження М. Портера, який оприлюднив теорію конкурентної переваги, згідно з якою конкурентоспроможність підприємства може бути оцінена у межах груп підприємств, які належать до однієї галузі [1].

Г.М. Скудар продовжив думку М. Портера, стверджуючи, що конкурентоспроможність – це багатостороння економічна категорія, яка може розглядатися на рівні товару, товаровиробника, галузі, країни. Він обґрунтовує те, що конкурентоспроможність обумовлена економічними, соціальними та політичними факторами позиції країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках [2, с. 31].

Професор В. Андріанов вважає, що показник конкурентоспроможності країни об'єднує конкурентоспроможність товару, виробника та конкурентоспроможність галузі. У загальному вигляді її можна визначити як здатність країни в умовах вільної торгівлі виробляти товари та послуги, що відповідають світовим вимогам [3, с. 39].

Виходячи з тверджень наведених вище, можемо відмітити, що є можливість виділити наступні три основні рівні, на яких здійснюється управління конкурентоспроможністю:

- мікрорівень: здійснюють управління конкурентоспроможністю товарів та підприємств;
- мезорівень: здійснюють управління конкурентоспроможністю галузей;
- макрорівень: здійснюють управління конкурентоспроможністю територій, регіонів, країн.

Конкурентоспроможність країни залежить від конкурентоспроможності регіонів, на які впливає стан підприємств визначених галузей певного регіону [4] та, у свою чергу, конкурентоспроможність галузі даного регіону – це агрегована конкурентоспроможність її підприємств.

Так, М. Портер вважав, що конкурентоспроможність підприємства – це порівняльна перевага по відношенню до інших фірм [1, с. 76], здатність суб'єкта ринкових відносин бути на ринку на одному рівні з наявними там аналогічними конкуруючими суб'єктами.

У рамках попередніх тверджень потрібно додатково наголосити на тому, що дійсно підприємство не може бути конкурентоспроможним, якщо його продукція не користується попитом. Істотні відмінності між поняттями конкурентоспроможності товару та підприємства пояснюються тим, що:

- результати оцінки конкурентоспроможності продукції дійсні лише в короткостроковому періоді часу, у той час як конкурентоспроможність підприємства необхідно розглядати в довгостроковій перспективі;
- конкурентоспроможність продукції є одиничним показником по відношенню до комплексного показника конкурентоспроможності підприємства, тобто конкурентоспроможність продукції розглядається щодо окремих її видів, а конкурентоспроможність підприємств охоплює всю номенклатуру їх продукції;
- оцінка конкурентоспроможності підприємств здійснюється або самими підприємствами або їх довіреними особами, у той час як конкурентоспроможність продукції, яка на ринку стає товаром, оцінюється покупцями в момент її реалізації.

Таким чином, результати проведених досліджень дають змогу стверджувати, що категорія «конкурентоспроможність підприємства» характеризується переліком властивостей, які подані на рис. 1.

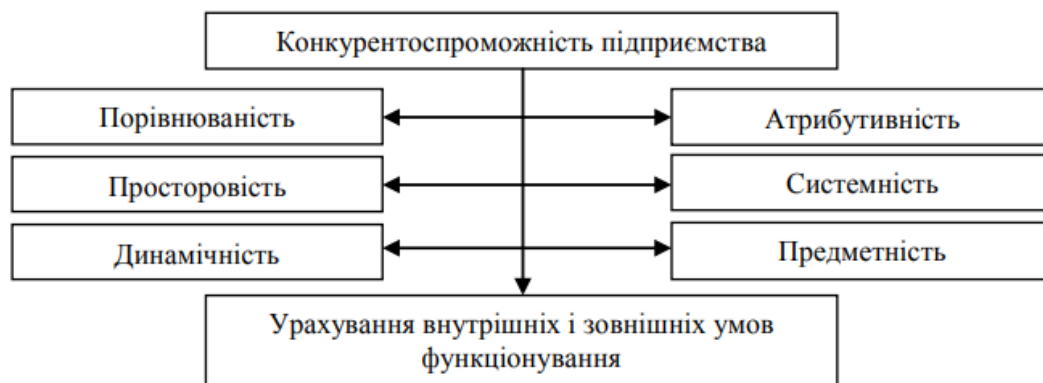


Рисунок 1. Властивості категорії «конкурентоспроможність підприємства»

Порівнюваність вказує на те, що конкурентоспроможність підприємства визначається та досліджується порівняно з реальними конкурентами, які виготовляють аналогічну продукцію чи товари-замінники, функціонують на цьому самому ринку.

Просторовість наголошує на тому, що конкурентоспроможність підприємства визначається у межах певного конкретного ринку.

Динамічність вміщує у собі те, що поняття конкурентоспроможності є обмеженим у часі, адже підприємство може бути конкурентоспроможним в одному періоді, і втратити ці позиції в іншому.

Предметність передбачає виокремлення переліку та сукупності параметрів, які формують конкурентоспроможність підприємства.

Атрибутивність вказує на те, що виокремлення унікальної характеристики, яка передусім формує конкурентну перевагу підприємства (унікальна продукція, додатковий спектр послуг, оригінальна технологія виробництва, ресурсоекономність продукції тощо).

Системність передбачає врахування всієї сукупності або максимально можливої кількості параметрів та умов, що формують конкурентоспроможність промислового підприємства, а також взаємозв'язки між ними та взаємовпливи.

Урахування внутрішніх та зовнішніх умов функціонування наголошує на тому, що під час оцінювання, прогнозування та управління конкурентоспроможністю промислового підприємства необхідно враховувати усю сукупність чинників, що вплинули чи потенційно можуть вплинути на її формування.

Таким чином, категорія «конкурентоспроможність підприємства» має забезпечуватися такими показниками, як висока виробнича ефективність, яка реалізується завдяки сучасному обладнанню, технологіям, кваліфікованому персоналу та здатністю завоювати й тривалий час утримувати власну ринкову нішу, що реалізується завдяки ефективному використанню принципів маркетингового управління.

Список використаних джерел:

1. Porter M. E. Competitive Advantage of Nations. New York : Free Press, 1990. 426 p.
2. Скударь Г.М. Управление конкурентоспособностью крупного АО: проблемы и решения. Київ : Наук. думка, 1999. 496 с.
3. Андрианов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике. *Экономист*. 1997. № 10. С. 37-47.
4. Арнаут І. П. Дослідження підходів щодо дефініції конкурентоспроможності підприємства. *Інноваційна економіка*. 2012. № 3. С. 111-114.

КРОС-КУЛЬТУРНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Більшість компаній сучасності обрали міжнародний напрямок діяльності – вони співпрацюють з відомими брендами по всьому світу, відкривають філіали за кордоном та намагаються найняти на роботу провідних спеціалістів з різних куточків світу для забезпечення всебічного розвитку компанії. Проте для того, щоб такі міжнародні корпорації могли ефективно працювати, їм необхідно брати до уваги ті локальні фактори, які мають вплив на країни, з якими вони співпрацюють, а також існування культурних меж, що можуть безпосередньо впливати на якісь виконання роботи працівниками. Найчастіше забезпечення культурної сумісності є завданням відділу кадрів, який контролює процес найму персоналу та слідує за процесом його професійної діяльності.

Усе більше й більше менеджерів намагаються опанувати знання управління персоналом на різних рівнях для того, щоб забезпечити ефективну діяльність компанії. При цьому, розуміння того, що жодна компанія не може існувати окремо від культурних особливостей держави, спонукає керівників заглиблюватися у вивчення впливу цих культурних рис у контексті управління кадрами. Крос-культурний менеджмент зародився як частина теорії антропології, стрімкий розвиток якого припав на період між 1980 та 2015 роками. Протягом цього періоду відбулося зміщення вивчення культури у бік бізнесу та менеджменту. Відтак, крос-культурний менеджмент являв собою індикатор успіху організації [2, 3]. Внаслідок збільшення кількості досліджень в межах цієї теорії інтерес до вивчення бізнес-трендів набув глобального характеру як для науковців, так і для практикуючих менеджерів.

З настанням швидкого процесу глобалізації ринку та підвищеної споживної активності вирішальним для менеджерів стало вміння приймати рішення та вести переговори на міжкультурному рівні, а також побудова крос-культурної комунікації. Коли компанія виходить на міжнародний ринок, вона стикається з невідомим досі середовищем, яке часто відрізняється від рідної культури або є суперечливим щодо неї. Тому менеджерам необхідно вміти обходити та пом'якшувати ці відмінності для уникнення можливих конфліктів культур та забезпечення ефективної міжкультурної комунікації. У контексті цього, роль культури та культурні відмінності набули важливого значення для організації [1, 19].

Таким чином, посилена увага до ефективного менеджменту людьми з різних культурних груп є цілком обґрунтованою. Починаючи з 1990 року крос-культурний менеджмент має неабиякий вплив на трудову діяльність великої кількості людей. У широкому значенні поняття "культура" включає в себе комплекс індивідуальних відношень та установок [2, 23]. Багатогранна модель культури демонструє взаємозв'язок інституційних або соціальних факторів, які формують світогляд індивіда в контексті культури держави. У 1870 році антрополог Едвард Тейлор [4, 308] дав визначення культури – «одне ціле, що включає в себе знання, вірування, мистецтво, мораль, закон, звичаї та інші можливості, набуті людиною як членом суспільства». Більше того, культура містить низку елементів, які пояснюють її значний вплив на діяльність суспільних груп та окремих індивідів:

- Цінності, які є основою культури, контекстом, у якому встановлюються соціальні норми. Вони пояснюють відношення суспільства до таких концептів, як індивідуальна свобода, демократія, істина, справедливість, чесність, вірність, соціальні обов'язки, колективна відповідальність, шлюб, стать тощо.

- Норми, які можна поділити на дві категорії: по-перше, права – соціально установлені можливості людини, по-друге, звичаї – загальноприйняті правила в суспільстві.

Основним аспектом глобалізації в контексті менеджменту є зміцнення взаємозв'язків між націями та людьми з акцентом саме на інтенсивності крос-культурних зв'язків. Причиною посилення міжкультурних зв'язків стало:

- покращення транспорту, спілкування та збільшення кількості людей, які відвідують інші країни;
- глобалізація засобів масової інформації шляхом трансляції схожих програм або публікування газет та журналів у різних країнах;

- схожість смаків та моделей споживання в молодих людей;
- функціонування мультинаціональних принципів, постачання стандартизованих товарів та застосування однакових маркетингових стратегій;
- очевидне посилення бажання споживачів отримувати нові ідеї та випробовувати нові товари;
- застосування подібних стратегій у різних країнах, обмін досвідом роботи та технологіями виробництва.

Герт Хофстеде, експерт у галузі крос-культурних відмінностей та менеджменту, визначив культуру як «колективне програмування мислення, яке відрізняє членів однієї групи від іншої...Культура, у цьому значенні, включає систему цінностей; а цінності і є основними елементами культури». Він дослідив, як культурні розбіжності впливають на організацію, розробивши першу емпіричну модель «вимірів» національної культури, тим самим встановивши нову парадигму для врахування культурних елементів у економіці, спілкуванні та кооперації.

Національна культура має 6 вимірів:

1. Дистанція влади – рівень, з яким члени суспільства, які наділені меншою владою, приймають та очікують нерівномірність розподілу влади. Це є особливо важливим тоді, коли компанія відкриває філіали за кордоном. Різниця виміру дистанції влади визначається за допомогою показника Індексу Дистанції Влади (ІДВ).

2. Індивідуалізм. Опозиція понять «індивідуалізм – колективізм» демонструє відмінність у відношенні людини до понять «я» та «ми». З одного боку стоїть індивід, який зосереджує всю свою увагу на собі, друзях та родині (індивідуалізм), з іншого – беззаперечна відданість членів команди один одному (колективізм). Це завжди стає проблемою для компаній, корпоративна культура яких побудована на принципі індивідуалізму.

3. Мужність – жіночність: орієнтація суспільства на традиційні гендерні ролі. Чоловікам притаманні якості стриманості, успіху, наполегливості, а традиційно прийнятими рисами жіночності є кооперація, стриманість та турбота. Цей вимір є ключовим для забезпечення різноманітності та інклюзії.

4. Уникнення невизначеності – ступінь сприйняття та реакції на незнайомі ситуації.

5. Довгострокова – короткострокова орієнтація, що показує розстановку пріоритетів між теперішніми завданнями та майбутніми цілями. Суспільства, яким не вистачає цього виміру, віддають перевагу традиціям та не бажають бачити зміни. Натомість суспільства, які мають високий ступінь розвиненості цього виміру, заохочують інновації. У контексті бізнесу це має назву «норма – практика».

6. Індульгенція – міра допуску. Цей вимір демонструє те, як люди проводять свій час або наскільки вони піддаються контролю суворих соціальних норм.

Дана модель дає змогу виділити основні національні цінності в контексті бізнесу. Хофстеде наголошував на тому, що культура відображає набір загальноприйнятих та відносно сталих цінностей та установок, що існують в організації (в організаційній або корпоративній культурі) або суспільстві (національній або суспільній культурі), який впливає на хід прийняття рішень, вирішення проблем та загальну поведінку. Іншими словами, культура втілюється у символах та ритуалах, що реалізується через спілкування в організації: манери, дрес-код, соціальні правила та норми, а також рольові моделі [3, 28].

Отже, з підвищенням важливості корпоративної соціальної відповідальності зростає необхідність вивчення відмінностей в контексті національної та корпоративної культур. Оскільки компанії намагаються поглибити знання про культуру та її вплив на ведення бізнесу з урахуванням етнічних аспектів, відмінності між способами управління в різних країнах вже є не такими помітними. Саме тому управління персоналом направлене на пошук інноваційного рішення для згладжування відмінностей на всіх рівнях для підвищення прибутковості компанії та забезпечення ефективності її діяльності.

Список використаних джерел:

1. Earley P. Christopher. Multinational Work Teams: A New Perspective / P. Christopher Earley, Cristina B. Gibson. – New York: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2002. – P. 352. – ISBN 0-8058-3464-8.
2. French Ray. Cross-Cultural Management in Work Organizations / Ray French. – 3rd edition. – London: Chartered Institute of Personnel and Development, 2015. – P. 278. – ISBN 97-8184-39-83-75.

3. Iles Paul. International Human Resource Management: A Cross-cultural and Comparative Approach / Paul Iles and Crystal Zhang. – London: Chartered Institute of Personnel and Development, 2013. – P. 420. – ISBN 978-1-84398-3002.

4. Rao P.L. International Human Resource Management: Text and Cases / P.L. Rao. – 1st edition. – New Dehli: Excel Books, 2008. – P. 324. – ISBN 978-81-7446-596-2.

УДК 658:0048.1

ЯКОВЕНКО В.В.

*Студент кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – к.е.н., доц. Коба Н.В.
Міжнародний університет фінансів*

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У конкурентному бізнес-середовищі сьогодні ключовими питаннями управління є не лише збільшення обсягу продукції (послуг), що випускається, а й залучення інвестиційних ресурсів та розподіл їх між сферами використання, що забезпечує виконання планів поточних операцій підприємства та розширення різних видів нововведень. Тому сучасне підприємство як суб'єкт господарювання на будь-якому рівні має виходити зі своїх стратегічних цілей обираючи для себе ту чи іншу модель розвитку бізнесу [2].

Сучасні тенденції розвитку економічного середовища призвели до значної зміни ставлення вчених та практиків до процесу управління підприємством та виникнення нового напрямку, що визначається інтегрованим використанням методологічних підходів та інструментів аналізу, а також за такими факторами, як динамізм, нестандартність у баченні подальшого розвитку бізнесу.

Результатом останніх наукових досліджень та практичної апробації в цій галузі стало формування в західній науковій думці сучасної концепції управління, заснованої на розробці та впровадженні успішної бізнес-моделі підприємства [4, с.200], яку, на відміну від класичної бізнес-стратегії, можна оцінити з точки зору ефективності.

Сьогодні, визначаючи поняття "бізнес-модель", виділяють два підходи:

- зосередження на бізнес-процесах / ролях (підхід, спрямований на підприємство) [1, с.385].
- орієнтований на цінність / споживача (орієнтований на зовнішнє середовище підприємства) [7, с.1794].

Концептуальні бізнес-моделі суб'єктів господарювання будуються на фундаменті, який описує пріоритети цих суб'єктів у створенні унікальних конкурентних переваг та ключових факторів успіху бізнесу. Конкретний характер бізнес-моделей визначається вибором підприємця чи власника бізнесу певних елементів (компоненти, компетенції, функції, ресурси, фактори, установи, цінності, процеси, потоки тощо), а також їх поєднанням [4, с.200].

Основними теоретико-методологічними підходами до розвитку бізнес-моделі сучасної підприємницької структури в сучасній літературі є компетентність, функціональність, ресурсний фактор, інституційний та маркетинговий процес [5].

Таким чином, бізнес-модель - це загальна картина того, як інноваційна концепція створить економічну цінність для покупця, для підприємства, для акціонерів та партнерів. Модель бізнесу будується з урахуванням різних складових бізнесу, до яких належать: підприємництво, стратегія, економіка, фінанси, операції, конкурентні стратегії, маркетинг та стратегії стійкого зростання.

В дослідженнях використовуються такі методи: монографічний метод (при вивченні процесів управління бізнес-моделлю), термінологічний (при вивченні трансформації термінів, зокрема, «бізнес-модель»); узагальнення та наукова абстракція (при розробці інноваційної бізнес-моделі, заснованої на синтезі двох підходів бізнес-процесів та формуванні ділової цінності); системний підхід (з комплексним вивченням стратегічного управління), аналіз та синтез (з обґрунтуванням теоретичних принципів та принципів формування бізнес-моделей).

У сучасних умовах багато бізнес-моделей втратили свою ефективність та конкурентоспроможність. Підприємства, які використовували застарілі бізнес-моделі, руйнуються, зазнають збитків і залишають ринок. І навпаки, ряд бізнес-моделей, які були актуальними в докризовий період, виявилися дуже ефективними в умовах кризи і надали

компаніям, які використовують їх, нові можливості для зростання та розвитку бізнесу. Подальше використання неефективних бізнес-моделей та млявість у визначенні нових бізнес-моделей, несприйняття ними може спричинити за собою значні фінансові втрати для підприємства аж до втрати принципової можливості продовжувати працювати.

Сучасний ринок характеризується швидкими змінами в потребах та потребах споживачів, тому розробка бізнес-моделі повинна ґрунтуватися на надійних прогнозах стану та кон'юнктури ринку не лише найближчим часом, а й у довгостроковій перспективі. Важливо не тільки правильно визначити потребу, а й правильно оцінити потужність цільового сегмента та його ресурсні можливості, зрозуміти склад та визначити ключові елементи бізнес-процесів, щоб зробити їх ефективними, вміти встановлювати взаємовигідні стосунки з партнерами, знайти способи привернути увагу споживачів і взагалі побудувати інноваційну бізнес-модель.

Необхідно виходити з того, що інноваційна модель бізнесу - це метод ведення бізнесу, який забезпечує конкурентоспроможну стабільність та швидке зростання підприємства. Стійкість бізнес-моделі досягається за допомогою правильного бачення ключових аспектів створення нової цінності [6, с.182].

Використання бізнес-моделювання передбачає здійснення всебічного економічного, аналітичного, графічного та програмного обґрунтування вибору найбільш ефективного варіанту стратегічного розвитку підприємства, зокрема розмежування етапів становлення та розвитку бізнес-моделі на основі окремих факторів, умов та характеристик.

Одним із пріоритетів у виборі інноваційної бізнес-моделі є вибір методу формування цінності для споживача. Визначено три альтернативні вектори: лідерство продукту, досконалість роботи та розуміння (взаємодія) з клієнтом [3, с.1595].

Важливим пріоритетом при виборі інноваційної бізнес-моделі для підприємства є формування цінності для підприємства. Тут можна виділити три основні вектори, розглянувши суть, яку компанія вибирає для себе найважливішим варіантом пріоритетного розвитку: зосередження на ефективності, орієнтація на збалансований розвиток та соціальна відповідальність.

У випадку зосередження уваги на максимізації продуктивності завданням управлінської команди буде спрямовувати персонал на досягнення економії від масштабу, великого сегмента ринку, завдяки великому обсягу продажів. Якщо підприємство вирішить зосередитись на підвищенні ефективності своєї діяльності, зусилля повинні бути спрямовані на отримання найкращих показників абсолютно всіх видів прибутковості, максимізації ринкової капіталізації підприємства. Третій вектор спрямовує діяльність компанії на досягнення збалансованого розвитку та поваги до соціальної відповідальності перед суспільством [4 с.200].

Тому розуміння потреб споживачів, підприємств та врахування впливу всіх факторів та створення та надання інтегрованих бізнес-рішень для цільових ринкових сегментів є пріоритетним завданням розвитку підприємства. Успішна інноваційна бізнес-модель складається з пропозиції, яка має високу цінність для клієнтів, а також ключових ресурсів і процесів, які підприємству доведеться об'єднати для створення своєї пропозиції.

Список використаних джерел:

1. Клаус, Т. (2017). Вимірювання інновацій бізнес-моделі: концептуалізація, розробка масштабів та доказ ефективності. Управління науково-дослідними розробками, 47 (3), 385-403.

2. Модель інноваційного підприємництва для підприємств телекомунікацій [Електронний ресурс]. Журнал освіти підприємництва, 22 (2). Дробязко, С., Григорук, І., Павлова, Х., Волчанська, Л., & Сергійчук, С. (2019a). Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/333161473_ENTREPRENEURSHIP_INNOVATION_MODEL_FOR_TELECOMMUNICATIONS_ENTERPRISES.

3. Дробязько, С., Потишняк, О., Радіонова, Н., Параниця, С., Негода, Ю. (2019b). Безпека організаційних змін за допомогою операційної інтеграції: забезпечення методології. Журнал питань безпеки та сталого розвитку, 9 (1), 1595-1612.

4. Фосс, Н. Дж., І Сабі, Т. (2017). П'ятнадцять років досліджень інновацій бізнес-моделі: як далеко ми зайшли, і куди нам піти? Журнал управління, 43 (1), 200-227.

5. Облік витрат людського капіталу в системі управління компанією [Електронний ресурс]. Журнал Академії бухгалтерського обліку та фінансових досліджень, 23 (S2) \ Хілорме, Т., Перезовова, І., Шпак, Л., Мохненко, А., Коровчук, Ю. (2019). Режим доступу:

<https://www.abacademies.org/articles/human-capital-cost-accounting-in-the-company-management-system-8412.html>

6. Ліндер, М., Вільяндра, М. (2017). Інновація кругової бізнес-моделі: властива невизначеність. Бізнес-стратегія та навколишнє середовище, 26 (2), 182-196.

7. Ян, М., Еванс, С., Владимірова, Д., і Рана, П. (2017). Цінність невідготовленої перспективи для інновацій стійкої бізнес-моделі. Журнал чистого виробництва, 140, 1794-1804.

Секція 2

«Забезпечення фінансово-інвестиційної конкурентоспроможності в умовах альтерглобалізму»

УДК 330.338:65.016

БЕЗГУБЕНКО Б. А.

*Студент кафедри фінансів та обліку
Науковий керівник – к.е.н., доц. Докієнко Л. М.
Міжнародний університет фінансів*

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ

Антикризовий менеджмент, запровадження методик експрес-діагностики, поглибленого аналізу та оцінювання фінансового стану підприємств набувають в Україні все більшого поширення. Дослідження основних інструментів діагностики фінансового стану як передумови впровадження системи фінансового контролінгу є важливим в контексті аналізування та контролювання основних аспектів фінансового господарської діяльності підприємства.

Безпосередньо обґрунтований інструментарій діагностики фінансового стану дають практичну можливість оцінити показники фінансовий стан та ймовірність банкрутства підприємства, його майновий стан, міру підприємницького ризику (шанс здійснити погашення фінансових зобов'язань перед контрагентами), достатність розміру власного капіталу для поточної фінансово-господарської діяльності та планування довгострокових інвестицій, потребу в додаткових джерелах фінансування, можливості повноцінного нарощування капіталу, раціональність використання позикових коштів, а також рентабельність фінансово-господарської діяльності. Наслідком оцінки, враховуючи елементи фінансового контролінгу, повинні стати коригувальні дії в аспекті підвищення фінансової результативності діяльності підприємств різноманітних видів та форм власності.

Проблема комплексної діагностики фінансового стану підприємства та визначення особливостей впровадження системи фінансового контролінгу підприємства є актуальною і сьогодні. Саме діагностика фінансового стану та використання елементів фінансового контролінгу з одного боку характеризують результати діяльності підприємства, тобто його досягнення, а з іншого - визначає передумови подальшого розвитку підприємства враховуючи недоліки на окремих етапах діяльності. Тому зазначена проблематика було широко розглянута у працях багатьох економістів, як вітчизняних так і зарубіжних, і особлива увага приділялася питанням пов'язаних не тільки з вибором засобів діагностики фінансового стану, а й з його оцінкою та управлінням.

Питання діагностики фінансового стану як передумови впровадження системи фінансового контролінгу на підприємстві розглядалися наступними авторами: Савицька Г.В., Коробка М.Ф., Сметанюк О.А., Лігоненко Л.О., Бень Т.Г. Зазначені автори розглядали методику діагностики фінансового стану підприємства, його сутність, призначення та роль у розвитку підприємства, а також дане питання розкривали в контексті передумов впровадження системи фінансового контролінгу.

Дефініція «діагностика фінансового стану» в економічній літературі трактується по-різному. Зокрема, науковець Сметанюк О.А. в [3, с.6] пропонує наступне визначення поняття діагностики фінансового стану підприємства: «Під діагностикою фінансового стану підприємства розуміється ідентифікація стану об'єкта через реалізацію комплексу дослідницьких процедур, направлених на виявлення домінантних факторів такого стану, симптомів та причин виникнення проблеми або можливих ускладнень, оцінку можливостей підприємства реалізувати стратегічні і тактичні цілі, підготовку необхідної інформаційної бази для прийняття рішення». Автор приводить досить повне та змістовне визначення даного поняття.

Науковець Лігоненко Л.О. розуміє діагностику фінансового стану не тільки як дослідження минулого та теперішнього стану підприємства, а й передбачення ймовірного розвитку ситуації у внутрішньому та зовнішньому оточенні, а її наслідком є обґрунтування заходів щодо удосконалення системи управління, фінансового оздоровлення підприємства та зростання його ринкової привабливості [2, с.98].

Бень Т.Г. та Довбня С.Б. розглядають діагностику як оцінку фінансового стану підприємства за допомогою поглибленого та експрес-аналізу, які виявляють проблемні зони підприємства і причини їх виникнення [1, с.55]. У багатьох джерелах можемо зустріти визначення діагностики фінансового стану підприємства як оцінки його платоспроможності та ліквідності.

На основі аналізу попередніх визначень діагностики фінансового стану підприємства можна представити власне визначення: діагностика фінансового стану підприємства (в контексті реалізації механізмів фінансового контролінгу) - це можливість розпізнавати стан суб'єкта господарювання шляхом використання різноманітних параметрів із метою та завданнями виявлення і встановлення причин порушень, а також можливістю планування та прогнозування показників фінансового стану на визначеному проміжку часу або в динаміці його діяльності.

Основною метою фінансової діагностики в контексті реалізації оперативного контролінгу є повноцінна оцінка фінансового стану в контексті активації резервів зростання рентабельності, ділової активності, фінансової стійкості підприємства. Стратегічний контролінг орієнтований на вироблення зважених управлінських рішень в контексті забезпечення довгострокового розвитку підприємства. Основним елементом фінансового контролінгу виступає саме систематична діагностика фінансового стану підприємства, а наслідком є виявлення негативних рис та недоліків управлінської діяльності.

Управлінський персонал підприємства зобов'язаний систематично реалізовувати діагностику фінансового стану в залежності від потреби отримання необхідної інформації у визначеному обсязі. Реалізація діагностики фінансового стану та функцій контролінгу у даному випадку може здійснюватися щотижнево, щомісяця, щокварталу та щороку. Стратегічний ж контролінг реалізується під час фінансового планування та прогнозування розвитку підприємства, коли в тому числі і досліджуються основні показники фінансового стану.

За результатами діагностики можна здійснити фінансовий контролінг діяльності підприємства та прослідкувати наступне: наскільки успішно підприємство працює в порівнянні з конкурентами; які зміни відбулися у стані підприємства в порівнянні з попередніми періодами (погіршився або покращився); чи є прийнятними в існуючих умовах показники роботи підприємства.

Основними етапами реалізації діагностики фінансового стану є: спостереження та збір інформації про об'єкт дослідження; початкове опрацюванні інформації; формування гіпотез та проектування ситуації; вибір найбільш вірогідної гіпотези в контексті резюмування стану та тенденцій розвитку підприємства.

Основні завдання, котрі вирішуються під час реалізації фінансової діагностики підприємства в контексті впровадження системи фінансового контролінгу є наступні: – дослідження стану підприємства на визначений момент його розвитку (фінансовий та майновий стан, достатність капіталу для здійснення поточної діяльності та реалізації довгострокових інвестицій у інші підприємства, визначення потреби у додаткових засобах фінансування, потенційна та поточна здатність до нарощування капіталу, ефективність використання позикових засобів, рентабельність діяльності); – виявлення ключових тенденцій та закономірностей розвитку підприємства протягом досліджуваного періоду; – визначення недоліків в управлінській діяльності підприємства, що негативно впливає на фінансовий його стан; – виявлення потенційних резервів покращення фінансового стану підприємства.

Результати діагностики фінансового стану дають можливість контролювати за розвитком економічних процесів та фінансовими показниками діяльності підприємства. За результатами проведення діагностики фінансових показників та комплексного фінансового контролю визначаються пропозиції покращення фінансового стану підприємства на різноманітних етапах його розвитку.

Узагальнюючи результати представленого дослідження необхідно відмітити важливість діагностики основних показників фінансового стану підприємства, при чому наслідком аналітичних процедур є подальша активізація функцій фінансового контролінгу для коригування фінансово-господарської діяльності підприємства і забезпечення сталого розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бень Т. Г., Довбня С. Б. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2015. № 6. С. 53-61.
2. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретично-методологічні засади та практичний інструментарій. К.: КНТЕУ, 2012. 342 с.
3. Сметанюк О. А. Діагностика фінансового стану підприємства в системі антикризового управління: Дис... канд. екон. наук: 08.06.01. Вінницький національний технічний ун-т. Хмельницький, 2015. 215 с.

УДК 658.14

БЕЛІНСЬКА Т. В.

магістратка кафедри фінансів та обліку
Науковий керівник — **д.е.н., проф. Лапко О. О.**
Міжнародний університет фінансів

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Актуальність теми. В умовах ринкової економіки малі підприємства здійснюють самостійну інноваційну діяльність, яка виступає складною системою, елементи якої, взаємодіючи в сукупності, створюють складний механізм діяльності, в якому кожна його частина є важливою передумовою інноваційного зростання і розвитку, виходу на національний та світовий ринки. В сучасних умовах малим підприємствам різних форм власності для ефективного функціонування в міжнародному бізнесі необхідно своєчасно задовольняти потреби в грошових коштах.

Постановка проблеми. Фінансування інноваційної діяльності в Україні часто відбувається за «остаточним принципом». Разом з тим фінансове забезпечення інноваційного розвитку є основою функціонування малих підприємств, стимулює операційну діяльність, спрямоване на їх розвиток і містить конкретні цілі, націлені на практичне досягнення поставлених завдань інноваційної політики підприємства. Ефективне фінансове забезпечення інноваційної діяльності малого підприємства здатне забезпечити одержання і закріплення ним позитивних результатів інноваційної діяльності. Тому дана проблема є актуальною і потребує своєчасного вирішення.

Мета дослідження – на основі вивчення теоретичних та практичних аспектів фінансового забезпечення інноваційного розвитку малих підприємств в міжнародному бізнесі розробити пропозиції щодо його вдосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основою інноваційної діяльності підприємства, що спрямоване на його розвиток та досягнення встановлених завдань інноваційної політики підприємства, виступає фінансове забезпечення. Воно виступає одним із важливих елементів фінансового механізму, який дозволяє підприємству сформувати достатній рівень незалежності від зовнішніх джерел фінансування, а також забезпечити високу ефективність операційної діяльності, спрямованої на оновлення виробничих або комерційних потужностей підприємства та зміцнення його конкурентних позицій. Фінансове забезпечення являє собою комплекс організаційно-практичних, економічних заходів, спрямованих на своєчасне задоволення потреб підприємств в грошових коштах.

Встановлено, що при дослідженні форм та джерел фінансування підприємства ми відмітили найбільш поширену класифікацію основних форм фінансування за наступними критеріями: залежно від цілей фінансування; за джерелами надходження капіталу; за правовим статусом капіталодавців щодо підприємства. За джерелами мобілізації фінансових ресурсів розрізняють зовнішнє та внутрішнє фінансування; за правовим статусом інвесторів — власний капітал і позиковий капітал. Також виділяють такі методи фінансування, як самофінансування; акціонування; боргове фінансування; фінансовий лізинг; франчайзинг; змішане фінансування. Фінансування підприємства за рахунок власного капіталу передбачає більш високий рівень відповідальності капіталодавців, однак й більшу участь в управлінні підприємством та розподілом прибутків. Натомість використання позикового капіталу зменшує податковий тягар підприємства.

Визначено, що позикові джерела фінансування, що залучаються в процесі фінансового забезпечення, поділяються на довгострокові і короткострокові. При залученні кредитних коштів існують певні обмеження, зокрема банкам заборонено прямо чи опосередковано надавати кредити для придбання власних цінних паперів. Також банки мають право видавати кредити за умов додержання економічних нормативів. Забороняється надання безпроцентних кредитів, за винятком передбачених законом випадків. В пошуку оптимальної структури фінансового забезпечення інноваційного розвитку підприємства найбільш надійним способом її знаходження є порівняльна оцінка всіх можливих варіантів (альтернатив).

Виявлено, що малі підприємства в Україні є недостатньо ліквідними та платоспроможними, це і спричиняє нестійке фінансове становище даного сектору економіки. В структурі активів основну частку складають оборотні кошти, отже, активи малих підприємств володіють достатньою мобільністю, що є характерним для малого бізнесу. Натомість в структурі джерел фінансування активів основну частку протягом усього періоду складали поточні зобов'язання та забезпечення. Також, для малих підприємств характерна нестача власних оборотних коштів та від'ємна рентабельність. Це негативно позначається на можливостях фінансування їх інноваційного розвитку.

Аналіз фінансових показників визначив, що в 2018 році на підприємстві ТОВ «Україно-німецьке ПП «Агрофірма Текуча» спостерігається зниження основних показників ефективності діяльності порівняно з 2016 роком. Зокрема, відбулось зниження чистого доходу від реалізації продукції, продуктивності праці, фондоддачі та показників ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності та рентабельності. Крім того рівень показників рентабельності свідчить про не надто високу інвестиційну привабливість підприємства. Натомість відзначаємо, що рівень зносу основних засобів є невисоким, на підприємстві зростають фондоозброєність та середня заробітна плата, що позитивно впливає на мотивацію персоналу. ТОВ «Україно-німецьке ПП «Агрофірма Текуча» можна охарактеризувати як ліквідне, та фінансово стійке, проте на підприємстві недостатньо наявних грошових коштів для покриття короткострокової заборгованості в разі потреби.

ТОВ «Україно-німецьке ПП «Агрофірма Текуча» застосовує наступні інновації у своїй діяльності: вирощування нових сортів пшениці, кукурудзи, льону, соняшника; оновлення сільськогосподарської техніки та знаряддя, з метою збільшення автоматизації; покращення операційних процесів обробки ґрунту. Інноваційна діяльність ТОВ «Україно-німецьке ПП «Агрофірма Текуча» у 2016-2018 рр. була ефективною. В структурі джерел фінансування ТОВ «Україно-німецьке ПП «Агрофірма Текуча» основну частку протягом усього періоду, що аналізується, складає власний капітал, який на кінець 2018 року склав 70,06% всіх джерел фінансування. В 2018 році підприємство частково переорієнтувало власні джерела фінансування із товарного кредиту на короткострокові кредити банків та інші поточні зобов'язання.

Враховуючи умови, що склались на фондовому ринку України, а також кредитні проблеми в банківській сфері в останні роки, ТОВ «Україно-німецьке ПП «Агрофірма Текуча» для удосконалення фінансування інноваційного розвитку слід використовувати отриманий прибуток, а також, при можливості, комерційний кредит від постачальників. Завданнями управління фінансовим забезпеченням ТОВ «Україно-німецьке ПП «Агрофірма Текуча» визначені уникання фінансових втрат та збільшення обсягів реалізації продукції, та, відповідно, суми отриманого прибутку.

Враховуючи, що ТОВ «Україно-німецьке ПП «Агрофірма Текуча» - підприємство, яке постійно реалізує інноваційну діяльність, покращуючи власні основні засоби та впроваджуючи нові сорти рослин для вирощування, в плановому році підприємство планує здійснити капітальні інвестиції в придбання сучасного трактору високої продуктивності Case IH STEYGER STX500. Формою фінансування капіталовкладень в інноваційні для підприємства технології може виступати інвестиційне кредитування, під яким розуміють кредитування інвестиційної діяльності позичальника, що провадиться у формі інвестиційного проекту, під майбутні доходи, що очікуються в процесі реалізації проекту. В якості різновидів інвестиційного кредитування ТОВ «Україно-німецьке ПП «Агрофірма Текуча» може використати револьверні кредити та довгострокові проектні кредити.

Висновки. Незважаючи на те, які цілі встановлені перед малим підприємством, в основі його конкурентоспроможності на міжнародному ринку лежить інноваційний розвиток, досягнення якого залежить від кількісних та якісних показників фінансового забезпечення. Розглянутий у роботі підхід щодо фінансового забезпечення інноваційного розвитку

підприємства дає змогу забезпечити ефективне фінансування інноваційної діяльності малого підприємства в міжнародному бізнесі.

Список використаних джерел:

1. Авраменко І. В. Фінансове забезпечення як фактор розвитку конкурентоспроможності підприємства *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2014. № 2. С. 70-74. URL :http://nbuv.gov.ua/UJRN/vbumb_2014_2_16.
2. Балашова Р. И. Влияние финансового обеспечения на экономическое развитие предприятий. *Вестник Института экономических исследований*. 2016. №3. С.37-45.
3. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: учебный курс. [2-е изд., перераб. и доп.]. Киев: Эльга, Ника-центр, 2004. 656 с.
4. Квасницька Р. С. Кацай К. А., Квасницька Р. С. Фінансове забезпечення підприємницької діяльності. URL : <http://intkonf.org/katsay-k-a-kand-ekonom-nauk-vasnitska-r-s-finansove-zabezpechennya-pidpriemnitskoyi-diyalnosti>.
5. Мацьків В. В. Теоретичні основи фінансового забезпечення підприємств. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 5. С. 351-356.
6. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2003. 554 с.
7. Філіна Г. І. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання. 2-ге вид., перероб. та допов. Навч. пос. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 320 с.
8. Фінанси : навч. посіб. для студентів ВНЗ / [Л. В. Лисяк, С. В. Качула, Л. О. Міщенко, Д. А. Міщенко ; за ред. Л. В. Лисяк]. Дніпро : Акцент ПП, 2017. 297 с.
9. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль: Вид-во «Економічна думка», 2003. 326 с.

УДК 658.14

БІЛЯЄВА А. І.

Студентка кафедри фінансів та обліку
Науковий керівник – **к.е.н., доц. Докієнко Л. М.**
Міжнародний університет фінансів

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Максимально достовірні та переконливі результати аналізу всіх сфер діяльності підприємства надає фінансова діагностика. Пошук потенційних партнерів для спільної діяльності, оцінка об'єкта інвестування не є можливими без вивчення фінансового стану потенційного партнера, основним завданням аналітиків є одержання та аналіз інформації стосовно нього, включаючи дані про господарську діяльність, її масштабність, фінансовий стан та подальші перспективи розвитку. Фінансова діагностика надає можливість продуктивного використання всіх методик та функцій фінансового аналізу для прийняття правильних управлінських рішень.

Розповсюджений у вітчизняній теорії і практиці традиційний підхід до фінансової діагностики описаний у працях О.Бандурки, М.Білик, В.Ковальова, Л.Лахтіонової, Л.Лігоненко, В.Меца, О.Павловської. Прогресивні підходи до інформаційного забезпечення управлінських рішень та концепції контролінгу досліджуються у працях Багацької К.В., В.Галасюка, І.Зятковського, В.Корнєєва, Л.Костирко, О.Мендрула, О.Островської, С.Науменкової, О.Терещенка, А.Турила, М.Чумаченка, Мороза О.В., Сметанюк О.А.

До основних традиційних показників, що характеризують фінансовий стан підприємства, належать: показники ліквідності та платоспроможності; показники оцінки фінансової стійкості (показники оцінки структури джерел засобів підприємства); показники ділової активності (коефіцієнти оборотності та тривалості обороту виробничих запасів, оборотних засобів, тривалість погашення дебіторської та кредиторської заборгованостей, тощо); показники аналізу рентабельності (загальна рентабельність (прибутковість), рентабельність виробництва, рентабельність майна та продажу, тощо) [4].

Фінансова діагностика підприємства – це визначення поточного стану підприємства й динаміки його змін, можливих шляхів вирішення проблем за результатами розрахунків, оцінки та

інтерпретації фінансових показників, що характеризують різні сторони діяльності підприємства[4].

В основу фінансової діагностики закладено такі принципи, як: стратегічна спрямованість, орієнтація на кількісні стандарти (нормативи); адекватність; превентивність; синхронність; інтегрованість; точність; прозорість; простота та економічність. За результатами діагностики можна визначити, наскільки успішно підприємство працює в порівнянні з конкурентами; які зміни відбулися у стані підприємства в порівнянні з попередніми періодами (погіршився або покращився); чи є прийнятними в існуючих умовах показники роботи підприємства.

Основні завдання, що вирішуються при проведенні фінансової діагностики: визначення стану підприємства на момент дослідження (фінансовий стан, майновий стан підприємства, достатність капіталу для поточної діяльності та довгострокових інвестицій, потреба в додаткових джерелах фінансування, здатність до нарощування капіталу, раціональність використання позикових засобів, ефективність діяльності підприємства); виявлення тенденцій і закономірностей у розвитку підприємства за досліджуваний період; визначення "вузьких" місць, що негативно впливають на фінансовий стан підприємства; виявлення резервів, які підприємство може використовувати для поліпшення фінансового стану. Результати діагностики й запропоновані за ними рекомендації повинні допомогти керівництву в практичній розробці гнучкої стратегії розвитку підприємства, покликаної підвищити його адаптаційну здатність і стійкість щодо мінливих впливів зовнішнього середовища.

Сучасний інструментарій фінансової діагностики передбачає використання трьох типів моделей: описові; предикативні; нормативні.

Описові моделі (описового характеру) - є основними, до них відносяться такі: побудова системи звітних балансів, подання фінансових звітів у різноманітних аналітичних розрізах, вертикальний та горизонтальний аналіз звітності, трендовий аналіз результативних показників, аналіз відносних показників та коефіцієнтів, порівняльний або просторовий аналіз, факторний аналіз, система аналітичних коефіцієнтів.

Предикативні моделі - це моделі прогностичного характеру. Вони використовуються для прогнозування доходів та витрат підприємства, його майбутнього фінансового стану. Найпоширеніші з них: розрахунки точки критичного обсягу продажу (аналіз беззбитковості); побудова прогностичних фінансових звітів; моделі динамічного аналізу; моделі ситуаційного аналізу.

Нормативні моделі - це моделі, які уможливають порівняння фактичних результатів діяльності підприємства з нормативними.

У роботах авторів Мороз О.В. та Сметанюк О.А. обґрунтовано цілісність концепції фінансової діагностики в системі антикризового управління, яка полягає у ідентифікації фінансового стану об'єкта через реалізацію комплексу дослідницьких процедур, направлених на виявлення домінантних факторів такого стану, симптомів та причин виникнення проблеми або можливих ускладнень, підготовку необхідної інформації для прийняття рішення тощо.

З цією метою в результаті проведених досліджень обґрунтовано процес управління фінансовим станом на основі результатів авторської моделі діагностики ФСП [1], які дозволяють фінансовому аналітику та управлінському персоналу сформулювати системне уявлення про ефективність управління господарської діяльності підприємства, його фінансову стійкість, внутрішні економічні можливості зростання та розроблено поетапний механізм використання інструментів превентивного та реактивного антикризового управління, згідно якого реалізацію превентивного антикризового управління доцільно проводити у такі три етапи: організація постійного моніторингу за внутрішнім та зовнішнім середовищем, виявлення можливих причин та факторів, що здатні спричинити кризу на підприємстві; прогнозування виникнення та розвитку кризи на основі даних проведеного моніторингу; розробка попереджувальних заходів по зниженню вірогідності розвитку кризових явищ на підприємстві; а реактивне антикризове управління реалізується через такі три етапи: усунення неплатоспроможності; відновлення фінансової стійкості; зміна фінансової стратегії з метою прискорення економічного росту.

Регулярне проведення аналізу діяльності підприємства неможливо і без сучасних інформаційних систем, що дозволяють накопичувати облікові дані і обробляти їх, формуючи аналітичну звітність. Сучасні програмні рішення, розроблені на платформі "1С:Підприємство 8", надають широкі можливості для аналізу фінансової діяльності підприємств різних масштабів, починаючи від невеликого заводу і закінчуючи корпоративною фінансовою звітністю в групах компаній і територіально розподілених холдингах. В першу чергу, це

"Управління виробничим підприємством" і "Консолідація". Програмний продукт "Управління виробничим підприємством 8" є рішенням ERP класу і дозволяє створити єдиний інформаційний простір для відображення фінансовогосподарської діяльності підприємства, охоплюючи його основні бізнеспроцеси.

Отже, фінансова діагностика – це процес ідентифікації якості фінансового стану підприємства та визначення чинників, які впливають (чи вплинули) на покращення чи погіршення фінансових параметрів суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел:

1. Мороз О. В., Сметанюк О. А. Фінансова діагностика у системі антикризового управління на підприємствах. Монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ Вінниця, 2016. 167с.
2. Гетьман О. О. Шаповал В. М. Економічна діагностика: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.]. Київ: Центр навчальної літератури, 2007. 307 с.
3. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л., Смовженко Т. С. Фінансовий словник. 3-тє вид. випр. та допов. Київ: Знання, 2009.
4. Лук'янова В. В. Сучасний стан теоретичних основ діагностики діяльності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2009. №3.
5. Мних Є. В., Барабаш Н. С. Фінансовий аналіз: підручник. Київ: київ. нац. торг. екон. унт, 2014. 536 с.
6. Русак Н. А., Русак В. А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования: справочное пособие. Мн.: Перспектива, 2010.
7. Арапіна О. А. Системний аналіз фінансового стану підприємства: методика та напрями вдосконалення. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2013. № 1. URL : http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_01/Sarapina.pdf.
8. Сметанюк О. А. Діагностика фінансового стану підприємства в системі антикризового управління: автореф. дис.... канд. екон. наук / 08.06.01. Хмельницький: Хмельницьк. нац. унт, 2006. 22 с.
9. Стельмащук Ю. А. Методи діагностики фінансового стану і схильності підприємства до банкрутства. *Економіка АПК*, 2007. №2.

УДК 658.15

БОРДАНОВА Л. С.

к. е. н.

Національний технічний університет України
«Київський Політехнічний інститут
ім. Ігоря Сікорського»

ВОЛОДИНА А. А.

Студентка гр. УП-71, ФММ

Національний технічний університет України
«Київський Політехнічний інститут
ім. Ігоря Сікорського»

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ

Однією з найбільш пріоритетних проблем на сучасному етапі розвитку міжнародної фінансової спільноти є управління ризиками. А нестабільність економічної ситуації в країні і постійна зміна кон'юнктури фінансового ринку змушують приділяти суттєву увагу завданню управління консолідованим фінансовим ризиком. Власне через це дана тема дослідження є актуальною, адже вибір правильного методу управління фінансовим ризиком допоможе не лише передбачити ймовірність його настання, а й значно зменшити наслідки його впливу.

Досить багато вітчизняних науковців, а саме таких, як О. Землячова та Л. Савочка [1], Ю. Балясна [2], М. Діба [3], В. Черкасов [4], Н. Корж [5] займалися дослідженням особливостей фінансових ризиків і пошуком методів управління ними.

Фінансовий ризик – це ймовірність появи певних непередбачених фінансових втрат, що є наслідком невизначеності умов фінансової діяльності підприємства. Доведено, що

зовнішньою основою ризику є насамперед неповнота інформації про зовнішнє середовище, а внутрішня основа полягає у цільовій функції підприємства щодо максимізації прибутку в ринкових умовах [1].

Майже завжди вирішення будь-якого фінансового завдання супроводжується ризиком, що викликає чи не у кожного підприємства відчуття невідомої загрози й потребу оцінки ступеня ризику, бажання віднайти й прийняти найбільш ефективні заходи щодо його елімінування, зниження чи страхування. Найчастіше під ризиком мають на увазі можливість виникнення збитків чи неотримання прибутків порівняно із прогнозованим варіантом [2].

Фінансовий ризик може виникнути як під час виконання фінансових угод, так і протягом фінансової діяльності. До фінансових ризиків відносять валютні, дефляційні, інфляційні, інвестиційні та ліквідності [3]. Для успішної діяльності підприємству варто проводити управління фінансовими ризиками, яке передбачає прогнозування можливості настання ризикової події. Воно дає можливість вчасно вжити заходів щодо уникнення чи зменшення негативних наслідків від ризику, який не можливо локалізувати [4].

Зазвичай процес управління фінансовими ризиками складається з наступних етапів [5]:

1. ідентифікація ризиків;
2. створення інформаційної бази;
3. аналіз та оцінка рівня фінансового ризику;
4. прийняття ризикового рішення;
5. нейтралізація можливих негативних наслідків від фінансового ризику;
6. контроль фінансових ризиків.

Тобто під механізмом управління фінансовими ризиками розуміємо оцінку фактору ризику, визначення його рівня з ціллю розроблення та втілення заходів стосовно мінімізації негативних наслідків [5].

Говорячи ж про сучасний стан управління фінансовими ризиками в Україні, можна відмітити, що він є достатньо незадовільним, згідно Посохова І. [6]. Так, в Україні відсутня інфраструктура ризик-менеджменту та стандарти його здійснення, малоефективне державне управління ризиками, більшість факторів ризику – зовнішні. На більшості українських підприємств відсутня ефективна та систематизована система управління ризиками, їх керівники швидше спираються на власну інтуїцію чи існуючий досвід, аніж на оцінку ризику згідно математичних методів.

Згідно Державної служби статистики [7], станом на січень-червень 2019 року 25,6% підприємств України отримало збиток. Цей показник зріс порівняно з аналогічним періодом 2017 року. Так, найвищий відсоток збитковості було зафіксовано серед таких галузей, як сільське господарство – 44,8%, діяльність у сфері обслуговування – 39,9%, транспорт, поштова та кур'єрська діяльність – 38,9%. Отже, можемо впевнено сказати, що управління ризиками для підприємств України надзвичайно важливе, його потрібно проводити та удосконалювати на кожному підприємстві, щоб підвищити ефективність їх діяльності.

Одним із найбільш важливих завдань керівництва є зниження ступеня ризику. Задля цього застосовують такі способи, як диверсифікація, страхування, створення резерву певної суми для покриття непередбачених витрат, формування ширшої інформаційної бази, розподіл ризику та лімітування [5].

Якщо ризик не вдається уникнути, застосовують наступні способи його мінімізації [5]:

1. розсіювання ринків, що полягає у диверсифікації, тобто розширенні, напрямків діяльності підприємства;
2. ухилення від ризиків. Даний метод втілюється через відмову працювати з недостатньо надійними партнерами, з надмірно ризиковими проектами. Також відбувається пошук гарантів;
3. локалізація ринків передбачає розмежування прав та відповідальності у такий спосіб, щоб наслідки ризикових ситуацій не змогли вплинути на втілення управлінських рішень;
4. мінімізація ризиків полягає у встановленні граничного розміру суми позикових коштів, лімітуванні концентрації ризиків, отриманні певних гарантій від контрагентів при наданні кредитів тощо.

Тобто, підсумуюмо, що мінімізацію фінансових ризиків підприємство може проводити як шляхом встановлення і використання певних внутрішніх фінансових нормативів у ході проведення фінансової діяльності, так і за рахунок використання зовнішнього страхування. До того ж, варто зважати на те, що мінімізація фінансових ризиків проходить не на якійсь окремії стадії, а на усіх етапах господарської діяльності підприємства, тобто під час

виробництва, розподілу, обміну та споживання [2]. Варто розуміти, що без механізму нейтралізації та мінімізації фінансових ризиків неможливо забезпечити безперервність та високу ефективність процесу виробництва на підприємстві. Усі господарюючі суб'єкти мають розробляти таку стратегію, яка б поєднувала одночасно й заповнення відсутньої інформації, і нейтралізацію або мінімізацію зовнішніх ефектів, і яка змогла б реалізуватися тактично в програмах управління фінансовими ризиками.

Список використаних джерел:

1. Землячова О. А., Савочка Л. С. Класифікація фінансових ризиків та методи їх зниження. Науковий вісник: фінанси, банки, інвестиції. 2012. № 3. С. 50–57.
2. Жихор О. Б., Балясна Ю. С. Управління фінансовими ризиками та методи їх нейтралізації на підприємстві. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2011. Вип. 2. С. 149–153.
3. Диба М. І. Суть та види фінансових ризиків у системі ризик-менеджменту підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008. № 635. С. 22–28.
4. Черкасов В. В. Проблемы риска в управленческой деятельности. Киев : Ваклер, 2002. 320 с.
5. Корж Н. В. Методи управління фінансовими ризиками / Н. В. Корж // Траектория науки. – 2016. – Т. 2, № 10. – С. 11-16.
6. Посохов І. М. Сучасний стан управління ризиками в Україні. URL: journals.urau.ua > tarp > article > download(дата звернення :10.04.2020).
7. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.org/uk>(дата звернення :10.04.2020).

УДК 337.5

БОРОЗЕНЕЦЬ А. С.

*Магістрант кафедри фінансів та обліку
Науковий керівник - **д.е.н., проф. Лапко О. О.**
Міжнародний університет фінансів*

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання значно зростає роль ефективного управління економічною безпекою підприємства, зокрема її фінансовою складовою. Фінансова безпека стосується не лише держави загалом, а й усіх галузей національного господарства, приватних підприємств, усього суспільства. Незабезпечення фінансової безпеки може призвести до катастрофічних наслідків: занепаду галузей, банкрутства підприємств і, зрештою, підриву системи життєзабезпечення держави з подальшою втратою її суверенітету.

В Україні і за рубежом проблемою фінансової безпеки займалися О.І. Барановський, В.В. Бурцев, О.Д. Василик, М.Ю. Дмитрієва, М.М. Єрмошенко, Я.А. Жаліло, Н.П. Капустін, О.Ф. Новикова, Є.А. Олейніков, Г.А. Пастернак-Таранушенко та інші. Вирішенню окремих аспектів забезпечення фінансової безпеки на рівні господарюючих суб'єктів приділяли увагу такі вітчизняні та зарубіжні дослідники як О.В. Ареф'єва, І.О. Бланк, А.Е. Воронкова, С.М. Ілляшенко, Г.В. Задорожний, Г.В. Козаченко, Л.А. Костирко, В.П. Пономарьов, О.О. Терещенко, В.В. Шликов та ін.

В Україні вивчення проблеми управління фінансовою безпекою підприємства ведеться недостатньо та некомплексно, тому що основну увагу приділяють фінансовій безпеці на рівні держави та антикризовому управлінню на рівні підприємства. Останнє стає необхідним, коли підприємство вже опинилося у стані фінансової небезпеки. Головне ж полягає в тому, щоб не допустити цього. Тому мета дослідження – всебічне вивчення питань управління фінансовою безпекою підприємства.

Поняття "фінансова безпека підприємства" є синтезованим, яке інтегрує у собі важливі характеристики категорій "економічна безпека підприємства" та "фінанси підприємства". Ці категорії досить глибоко розглядають в сучасній літературі, що дає змогу використовувати їх теоретичну основу і методологічний апарат для дослідження важливих змістовних характеристик поняття "фінансова безпека підприємства".

І.А. Бланк пропонує такі сформовані істотні характеристики поняття "фінансова безпека підприємства": 1. Фінансова безпека підприємства є основним елементом системи його економічної безпеки. 2. Фінансова безпека є системою кількісних і якісних параметрів фінансового стану підприємства, що в комплексі відображає рівень його фінансової захищеності. 3. Об'єктом забезпечення фінансової безпеки є сформована система пріоритетних збалансованих фінансових інтересів підприємства, що потребують захисту в процесі його фінансової діяльності. 4. Основою формування фінансової безпеки підприємства є ідентифікована система реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру його фінансовим інтересам. 5. Система фінансової безпеки конкретного підприємства передбачає диференційований підхід до кількісних і якісних параметрів захищеності фінансових інтересів, адекватний його фінансовій філософії. 6. Фінансова безпека підприємства є системою, що забезпечує стабільність важливих фінансових пропорцій розвитку підприємства, які формують захищеність його фінансових інтересів.

Фінансова безпека підприємства – це кількісно та якісно детермінований рівень його фінансового стану, що забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії і створюють необхідні передумови фінансової підтримки його стійкого зростання в поточному і перспективному періодах [1].

Управління фінансовою безпекою підприємства здійснюється за такими принципами: первинність господарського законодавства; застосування програмно-цільового управління; обов'язкове визначення сукупності власних фінансових інтересів підприємства у складі його місії; інтегрованість підсистеми управління фінансовою безпекою підприємства із загальною системою фінансового менеджменту; забезпечення збалансованості фінансових інтересів підприємства, окремих його підрозділів і персоналу; взаємна матеріальна відповідальність персоналу і керівництва за стан фінансової безпеки підприємства; необхідність постійного моніторингу реальних і потенційних загроз; відповідність заходів щодо забезпечення фінансової безпеки економічній стратегії розвитку підприємства, його місії; координація реалізації заходів щодо забезпечення фінансової безпеки на підприємстві; необхідність і своєчасність удосконалення в разі потреби системи фінансової безпеки підприємства; наявність зворотного зв'язку; необхідність організаційного і методичного оформлення підсистеми фінансової безпеки; мінімізація витрат на забезпечення фінансової безпеки підприємства.

До складу механізму управління фінансовою безпекою підприємства відносять такі елементи (складові): сукупність фінансових інтересів підприємства, функції, принципи і методи управління, організаційну структуру, управлінський персонал, техніку і технології управління, фінансові інструменти, критерії оцінювання рівня фінансової безпеки. У такому розумінні механізм фінансового убезпечення підприємства становить єдність процесу управління і системи управління, що відповідає існуванню діалектичної суперечності змісту (процес управління) і форми (структура управління).

Стратегічний аналіз використовують у процесі здійснення управління фінансовою безпекою підприємства з урахуванням пропозиції щодо його поліпшення. Запропоновано використовувати для здійснення стратегічного аналізу стану фінансової безпеки підприємства такі методи: SWOT-аналіз, PEST-аналіз, SNW-аналіз, аналіз розроблення сценаріїв подій.

Процес управління фінансами підприємства – послідовна зміна функцій, за допомогою яких суб'єкт фінансового управління (апарат управління підприємства) впливає на об'єкт – фінансові потоки – з метою їх оптимізації та отримання кінцевого результату виробництва (чистого прибутку). Тому питання про функції фінансового менеджменту уявляються нам достатньо істотними в цьому контексті дослідження.

Функціонування системи фінансової безпеки підприємства передбачає постійну взаємодію функцій планування, аналізу, регулювання, контролю мотивацій в процесі прийняття оптимальних управлінських рішень керівництвом і структурними підрозділами. Фінансове планування ґрунтується на стратегічному плані розвитку підприємства щодо визначення конкуренції його розвитку, формування стратегічних цілей підприємства та тактичному плані (бізнес-плані) на майбутній період (зазвичай, рік) щодо визначення заходів і постановки конкретних завдань з досягнення стратегічних цілей, розроблення тактики виконання поставлених завдань (стратегії розвитку бізнесу) тощо.

Сутність фінансового контролю зводиться до процесу вивчення, порівняння, виявлення, фіксації проблем змісту і відображення в обліку господарських операцій та

вжиття заходів для їх вирішення, усунення порушень, запобігання в майбутньому. Треба зазначити, що фінансовий контроль необхідно розглядати як систему, якою є контролюючі суб'єкти, підконтрольні об'єкти та контрольні дії [3].

Висновки. Отже, для забезпечення стабільної, ефективної діяльності суб'єкта господарювання процес управління його фінансовою безпекою повинен мати безперервний характер та бути невід'ємною частиною системи фінансового менеджменту.

Список використаних джерел:

1. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. Киев: Изд-во "Эльга"; "Ника-Центр", 2004. 784 с.
2. Горячева К. С. Финансовая безопасность предприятия. Суть и место в системе экономической безопасности. *Економіст: наук. журнал*. 2003. № 8. С. 65-67.
3. Кім Ю. Г. Проблеми управління фінансовою безпекою підприємства. *Безпека у XXI столітті*. Львів, 2010. С. 73-80.

УДК: 658.012

ГРИНЮК Н. А.

к.е.н., доцент кафедри світової економіки
Київський національний торговельно-економічний університет

ДОКІЄНКО Л. М.

к.е.н., доцент кафедри фінансів та обліку
Міжнародний університет фінансів

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ МІЖНАРОДНИХ КОРПОРАЦІЙ

Фінансовий контролінг є складною системою, що об'єднує у собі встановлення цілей, планування, облік, контроль, аналіз, управління інформаційними потоками та розробку рекомендацій щодо прийняття управлінських рішень. Він забезпечує синтетичний, цілісний погляд на діяльність міжнародної корпорації у минулому, теперішньому та майбутньому, а також комплексний підхід до виявлення та розв'язання проблем.

Фінансовий контролінг у міжнародній корпорації являє собою контролюючу систему, яка забезпечує концентрацію контрольних дій на найбільш пріоритетних напрямках її фінансової діяльності, своєчасне виявлення відхилень фактичних результатів від передбачених та прийняття оперативних управлінських рішень, що забезпечують її нормалізацію.

Формування і функціонування системи фінансового контролінгу міжнародних корпорацій відбувається під впливом сукупності факторів, які, в узагальненому вигляді, можна згрупувати наступним чином.

1. Фактори, обумовлені особливостями організаційної структури міжнародних корпорацій.

По-перше, наявність низки зарубіжних відділень обумовлює необхідність подання до штаб-квартири міжнародної корпорації трикомпонентного комплексу фінансових звітів: звіти, складені за національними стандартами рахунків згідно законодавства країни господаря; звіти, що пов'язують принципи обліку зі стандартами країни походження; консолідовані фінансові звіти з урахуванням вимог країн походження.

По-друге, результати діяльності зарубіжних відділень залежать від економічних параметрів діяльності країни перебування: вимірювання показників діяльності (доходів, витрат, прибутків) в різних валютах; коливання валютних курсів; облікова практика залежно від вимог податкових органів тощо.

По-третє, вибір зарубіжними відділеннями механізму вимірювання результатів діяльності. Система фінансового контролю зарубіжних філій ґрунтується на прийнятих у міжнародних корпораціях моделях трансферного ціноутворення. З точки зручності здійснення контролю в умовах коливання валютних курсів, центральний офіс надає перевагу методу множинних вимірів, який передбачає встановлення низки уніфікованих фінансових і не фінансових показників. В той же час, для зарубіжних відділень більш зручним методом є бюджетний, який дозволяє уникнути проблем з інфляцією місцевих валют і трансферним ціноутворенням.

2. Фактори, які визначають фундаментальні засади організації системи фінансового контролінгу міжнародних корпорацій. Насамперед, сутнісні характеристики побудови системи

фінансового контролінгу залежать від обраної концепції. У разі вибору прикладної (американської) концепції система фінансового контролінгу корпорації охоплює завдання як внутрішнього, так і зовнішнього обліку. Якщо ж основу обрано теоретичну (німецьку) концепцію, то завдання фінансового контролінгу зосереджуються тільки на різних формах внутрішнього обліку.

Крім того, значний вплив на використання технік фінансового контролінгу має рівень технологічних обставин країн. Так, у технологічно розвинених країнах окрім стандартизованих процедур, широко використовуються комп'ютерно орієнтовані звіти і аналітичні дослідження.

3. Фактори, обумовлені культурологічними особливостями внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності міжнародних корпорацій. На процес здійснення фінансового контролінгу істотний вплив має культура країни материнської компанії. Загально відомо, що американська культура зорієнтована на контроль результатів (фокус контролю на індивідуалізованому виконанні і встановленні прорахунків), японська культура зосереджується на груповій відповідальності, європейська культура демонструє в різних країнах широкий спектр акцентування на поведінковій складовій контролю.

Зокрема, в Німеччині переважає централізація і деталізований підхід до контролю, використання працівників центрального апарату для вимірювання виконання, аналізу варіантів і підготовки кількісних звітів для вищого керівництва. У Великобританії контроль використовується більше для загального фокусування на головних проблемних напрямках, ніж для спостереження за конкретними деталями процесу контролю. У Франції процес контролю є централізовано-адміністративним, система контролю є менш систематизованою і застосовується більше для спостереження.

Значний вплив на результативність процесу контролю мають цільові параметри фінансової системи фінансового контролінгу міжнародних корпорацій різних країн. Відповідно, в американських корпораціях наголос здійснюється на кількісних аспектах контролю діяльності зарубіжних відділень. Сутність контролю зводиться, насамперед, до контролювання виконання планів, бюджетів відповідно до стандартів компанії шляхом централізоване надходження інформації до штаб-квартири.

На відміну від американських корпорацій, основною тенденцією контролінгу західноєвропейських корпорацій є деталізація факторів і якісних аспектів зарубіжних операцій. За таких умов в каналах звітності переважають короткі вертикальні відстані, контролю має децентралізований характер.

В японських корпораціях наявність довгострокових планів і бюджетів приводить менша, ніж у США, участь контролерів у процесі безпосереднього контролю і розширенні їх ролі далеко за межі контрольних інструментів.

Отже, фінансовий контролінг комплексно впливає на діяльність міжнародних корпорацій і забезпечує їх стійкий розвиток на базі постійних координуючих дій між різними підрозділами, а його головна мета полягає не лише в контролі, але й у забезпеченні взаємозв'язку між складовими загальної системи управління. Врахування окреслених вище факторів дозволить не лише сформувати ефективну систему фінансового контролінгу міжнародної корпорації, але й підвищити якість і достовірність діагностики фінансово-господарської діяльності, здійснювати прогнозування майбутнього фінансового стану, проводити регулярний перегляд етапів, термінів, конкретних завдань, що мають бути виконані в рамках системи фінансового контролінгу, оцінювати вартість та економічний ефект від діяльності міжнародної корпорації.

Список використаних джерел:

1. М.М. Бердар. Фінансовий контролінг як складова системи управління стійким розвитком підприємства /М.М. Бердар // Інвестиції: практика та досвід. – №18. – 2017. – С.33-37.

2. О.В.Золотарьова, О.І.Чічкань. Організаційна модернізація системи фінансового контролінгу на підприємстві / О.В.Золотарьова, О.І.Чічкань // Економіка та держава. – №1. – 2015. – С.42-46.

3. Пазушан А.В. Світовий досвід застосування контролінгу на особливості його розвитку в Україні / А.В.Пазушан // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Серія Економічні науки. – Випуск 8. – Частина 3. – 2014. – С.99-103.

4. Приступа Л.Ю. Фінансовий контролінг як інструмент стратегічного управління фінансами підприємства // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://libfor.com/index.php?newsid=1068>.

ЗАЯЦЬ К. В.

Студентка кафедри фінансів та обліку
 Науковий керівник - **к.е.н., доц. Михайлик О. М.**
 Міжнародний університет фінансів

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МЕХАНІЗМУ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ РИЗИКІВ ПРИ ФОРМУВАННІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах невизначеності розвитку економічних відносин на господарську діяльність підприємств спричиняє вплив значна кількість факторів, які охоплюють організаційно-технологічний, економічний та фінансовий аспекти. Особливе місце серед таких питань займає забезпечення потреби підприємств у капіталі за рахунок формування фінансових ресурсів із різних видів джерел [1]. Управління ризиками використання капіталу підприємства являє собою процес передбачення і нейтралізації їх негативних фінансових наслідків, пов'язаний з їх ідентифікацією, оцінкою, профілактикою і страхуванням.

Під класифікацією ризиків слід вважати розподіл ризику на окремі групи за певними ознаками (зовнішніми та внутрішніми) з метою досягнення необхідного результату [2]. В свою чергу, науково обгрунтована класифікація ризиків дозволяє чітко визначити місце кожного виду ризику в загальній системі управління. Вона дає можливість використання певних методів та прийомів при управлінні ризиком. Для нашого дослідження використано загальновідому класифікацію підприємницьких ризиків.

Для ПрАТ «Волиньхолдінг» основними є валютний ризик, оскільки підприємство здійснює зовнішньоекономічну діяльність; відсотковий ризик, так як підприємство здійснює депозитні операції, ризик неплатоспроможності та кредитний ризик.

Розмір можливих фінансових втрат визначається характером здійснюваних фінансових операцій, обсягом задіяного в них капіталу і максимальним рівнем амплітуди коливання доходів при відповідних видах ризиків. На основі цього визначення проводиться групування здійснюваних фінансових операцій за розміром можливих фінансових втрат.

У ризик-менеджменті використовується наступне групування господарських операцій по зонах ризику з позицій можливих фінансових втрат при настанні ризикової події (рис. 1):

Гарантований фінансовий результат	Можливі фінансові втрати		
В розмірі розрахункової суми прибутку	В розмірі розрахункової суми прибутку	В розмірі розрахункової суми доходу	В розмірі суми власного капіталу
Безризикова зона	Зона прийнятного ризику	Зона критичного ризику	Зона катастрофічного ризику

А

точка повного розрахункового прибутку

Б

точка мінімального розрахункового прибутку

В

точка беззбитковості

ГД

точка бездохідності

ГД

точка бездохідності із втратою всього власного капіталу

Рисунок 1. Характеристика різних зон ризиків використання капіталу

а) безризикова зона. У зв'язку з безризиковим характером здійснюваних в ній операцій можливі фінансові втрати по них не прогнозуються. До таких фінансових операцій можуть бути віднесені хеджування, інвестування коштів в валютні депозити у надійних банках та інші;

б) зона допустимого ризику. Критерієм допустимого рівня ризиків є можливість втрат по розглянутій фінансовій операції в розмірі розрахункової суми прибутку;

в) зона критичного ризику. Критерієм критичного рівня ризиків є можливість втрат по розглянутій фінансовій операції в розмірі розрахункової суми доходу. У цьому випадку збиток підприємства буде обчислюватися сумою понесених ним витрат (витрат);

г) зона катастрофічного ризику. Критерієм катастрофічного рівня ризиків є можливість втрат по розглянутій фінансовій операції у розмірі всього власного капіталу або істотної його частини. Такі фінансові операції при невдалому їх результаті призводять до банкрутства підприємства.

Результати проведеного групування дозволяють оцінити рівень концентрації господарських операцій у різних зонах ризику за розміром можливих фінансових втрат. Система внутрішніх механізмів нейтралізації негативних наслідків окремих видів ризиків включає різні методи їх профілактики, заходи щодо самострахування окремих видів розглянутих ризиків та ін. Система показників результативності нейтралізації негативних наслідків окремих видів ризиків включає рівень нейтралізації можливих фінансових втрат; економічність нейтралізації (співвідношення витрат на її здійснення з розміром можливих втрат); оцінку сукупного ризику господарської діяльності підприємства, пов'язаної з використанням капіталу, з урахуванням заходів щодо його нейтралізації та інші.

Визначення напрямків нейтралізації негативних наслідків окремих ризиків використання капіталу може відбуватись за двома принциповими напрямками: вибір внутрішніх механізмів їх нейтралізації або зовнішнє страхування. Для ПрАТ «Волиньхолдінг» більш доречним є перший напрям, оскільки страхування всіх видів ризиків суттєво впливатиме на рівень витрат підприємства. З метою зниження ризиків підприємству необхідно зважено підходити до реалізації інвестиційних проєктів та оцінювання їх ефективності. Потреба в інвестиційних ресурсах ПрАТ «Волиньхолдінг» в проєктному році складає 2574 тис. грн., яку доцільно фінансувати за рахунок довгострокового кредиту.

Довгостроковий кредит буде взятий під річну ставку 21,4%, строком на п'ять років (економічний термін життя інвестиційного проєкту). Погашення основної частини боргу («тіла кредиту») та відсотків рівними частинами. Очікувані показники чистого доходу, змінних та постійних витрат розраховані на основі планової калькуляції витрат та відпускної ціни нового виду продукції: щорічний чистий дохід очікується в розмірі 3640 тис. грн.; амортизація – 514,8 тис. грн.; поточні витрати – 1712 тис. грн.

Далі розробимо прогноз надходження і витрачання грошових коштів в рамках інвестиційного проєкту ПрАТ «Волиньхолдінг» (табл. 1).

Таблиця 1

Прогноз надходження і витрачання грошових коштів, тис. грн.

Показники	Роки				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
Чистий дохід від реалізації товарів, робіт та послуг	3640	3640	3640	3640	3640
Амортизація	514,8	514,8	514,8	514,8	514,8
Поточні витрати	1476	1476	1476	1476	1476
Сплачені відсотки	550,8	433,0	340,3	267,5	210,2
Прибуток до оподаткування	1098,4	1216,2	1308,9	1381,7	1439,0
Податок на прибуток (18%)	197,7	218,9	235,6	248,7	259,0
Чистий прибуток	900,7	997,3	1073,3	1133,0	1179,9
Чистий рух коштів за звітний період	1415,5	1512,1	1588,1	1647,8	1694,7

Бачимо, що протягом усього періоду грошовий потік від реалізації довгострокового інвестиційного проєкту буде позитивним.

З метою оцінки фінансової ефективності пропонованого проєкту, здійснимо розрахунки таких показників як :чиста приведений дохід (NPV); індекс рентабельності інвестицій (PI); дисконтований період окупності інвестицій (DPP).

Ставку дисконту приймаємо на рівні 10%, взяту як облікова ставка НБУ, станом на 16.03.2020 [4]. Звідси коефіцієнти дисконтування грошових потоків протягом терміну економічного життя інвестиційного проєкту визначимо за формулою:

$$a_t = \frac{1}{(1+r)^t},$$

де r - ставка дисконтування у період t .

Вихідні дані для розрахунку показників фінансової ефективності проєкту наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Вихідні дані для оцінки фінансової ефективності проєкту

Показники	Роки					
	0-й	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
Початкові інвестиції, тис. грн.	2574					
Чистий грошовий потік, тис. грн.		1415,5	1512,1	1588,1	1647,8	1694,7

Дисконтний множник (10%), взятий як облікова ставка НБУ, станом на 16.03.2020 [4]		0,9091	0,8264	0,7513	0,6830	0,6105
Дисконтний грошовий потік, тис. грн.		1286,83	1249,60	1193,14	1125,45	1034,61
Кумулятивний дисконтований грошовий потік, тис. грн.		-1287,17	-37,57	1155,57	2281,02	3315,63

Розрахунок чистого приведенного доходу (NPV) визначається за такою формулою [3, с. 271]:

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k} - IC, \quad \text{де } CF_1, CF_2, CF_k, \dots, CF_n - \text{річні грошові надходження}$$

протягом n років; IC – стартові інвестиції; r – ставка дисконту; n – тривалість періоду надходження чистих доходів. Відповідно до розрахунків, приведених у табл. 2, $NPV = (1286,83 + 1249,60 + 1193,14 + 1125,45 + 1034,61) - 2574 = 3315,63$ тис. грн. Оскільки $NPV > 0$, відповідно проєкт прибутковий, таким чином його варто приймати до реалізації.

Індекс рентабельності інвестицій (PI), на відміну від показника NPV, є відносною величиною, яка визначається за такою формулою:

$$PI = \frac{\sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k}}{IC} = \frac{NPV}{IC} + 1 = \frac{5889,63}{2574} + 1 = 2,29 \text{ разів.}$$

Значення $PI > 1$, відповідно проєкт слід приймати.

Враховуючи, що за проєктом мають місце нерегулярні грошові потоки, розрахуємо дисконтований період окупності інвестицій (DPP), який визначається за формулою [3, с. 279]:

$$DPP = \min n, \text{ коли } \sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k} \geq IC.$$

За даними таблиці 2 видно, що інвестиції окупляться на 3-му році.

Для точних розрахунків вирішимо рівняння:

$$n = \frac{2574 - (1286,83 + 1249,6)}{1193,14} = 0,03$$

Відповідно $DPP = 2,3$ роки. Тобто, проєкт окупиться через 2,3 роки.

Таким чином, реалізація інвестиційного проєкту ПрАТ «Волиньхолдінг» є ефективною, що підтверджується такими показниками: чистий приведений дохід = 3315,63 тис. грн., дисконтований період окупності інвестицій складає 2,3 роки, що є прийнятним, так як менше терміну економічного життя проєкту, що дорівнює 5 років; індекс рентабельності інвестицій = 2,29 > 1, що свідчить про ефективність проєкту. Всі наведені показники, свідчать про можливість та ефективність впровадження даного заходу.

Отже, в рамках механізму нейтралізації ризиків при формуванні капіталу підприємства «Волиньхолдінг» визначено, що основними для підприємства є валютний і відсотковий ризик, ризик неплатоспроможності та кредитний ризик. Визначення напрямків нейтралізації негативних наслідків окремих ризиків використання капіталу на ПрАТ «Волиньхолдінг» має відбуватись шляхом вибору внутрішніх механізмів їх нейтралізації. З метою зниження ризику підприємству необхідно зважено підходити до реалізації інвестиційних проєктів та оцінювання їх ефективності. Розраховано, що в проєктному році реалізація інвестиційного проєкту ПАТ «Волиньхолдінг» буде ефективною, що підтверджується розрахованими показниками.

Список використаних джерел:

1. Домбровська, С. О. Вплив фінансового ризику на систему управління фінансовими ресурсами підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверькова, голов. ред. та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2016. №2(61). С. 184-193.

2. Жигір, А. А. Різновиди підприємницьких ризиків та їх класифікація. *Ефективна економіка*. 2012. №4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1063>.

4. Майорова, Т. В. Інвестиційна діяльність: Навч. посіб. Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. 376 с.

5. Облікова ставка НБУ. URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення 16.03.2020 р.)
УДК 336.77

ОЦІНКА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА ЗАЛУЧЕННЯ ПОЗИКОВИХ КОШТІВ

В сучасних умовах розвитку ринкових відносин кредитним організаціям необхідно отримувати достатню інформацію для вибору партнера по кредитним відносинам, визначення його фінансової стійкості, платоспроможності, ефективності використання ресурсів, прибутковості діяльності. З цією метою банки використовують методики оцінки кредитоспроможності підприємства. Кредитоспроможність виступає критерієм можливостей суб'єктів господарювання щодо залучення позикових коштів, та, зокрема, їх обсягів та умов отримання.

Під кредитоспроможністю розуміють наявність у суб'єкта господарювання передумов для отримання та виплати кредитів, включаючи своєчасну сплату відсотків за користування ними в установлені строки [1, с.72].

Розглядаючи можливість залучення кредитних ресурсів, підприємство повинно враховувати, що в світовій практиці основними критеріями кредитоспроможності позичальника виступають такі:

- тип (основні риси) позичальника – характер позичальника, куди входить тривалість його діяльності в конкретній сфері підприємництва, стан його кредитної історії, репутація його компаньйонів у цій сфері;
- наявність умов для формування грошових потоків в ході поточної діяльності;
- величина вкладу капіталу позичальника в операцію, під яку він отримує кредитні ресурси [2, с.392];
- забезпеченість кредиту, під якою розуміється вартість застави, банківської гарантії, поручительства та ін., а також джерела погашення заборгованості.

У світовій практиці існує велика кількість методів і моделей кредитоспроможності, які переважно засновані на класифікаційній (статистичній) концепції та концепції комплексного аналізу. Використання різних підходів в комплексі дає можливість здійснити і доповнити оцінку кредитоспроможності позичальника, виходячи з реальних умов господарювання, що постійно змінюються. Застосування класифікаційних методів оцінки кредитоспроможності підприємства в своїй основі містить напрацювання стандартизованих підходів для об'єктивної характеристики позичальників, встановлення кількісних критеріїв для поділу потенційних клієнтів на надійних та ненадійних, тобто таких, щодо яких існує ризик банкрутства, та тих, для кого така загроза є малоімовірною.

Отже, в ході оцінки кредитоспроможності підприємства можуть застосовуватись різні методи оцінки кредитоспроможності позичальників, проте всі вони містять:

- загальну організаційно-економічну характеристику позичальника;
- характеристику позичальника як клієнта кредитної організації, в тому числі кредитну історію;
- аналіз стану майна;
- аналіз ефективності господарської діяльності позичальника;
- оцінку фінансового стану позичальника.

Застосовувані кредитними організаціями методи оцінки кредитоспроможності позичальників різні, але всі вони містять певну систему фінансових коефіцієнтів:

- коефіцієнт абсолютної ліквідності;
- коефіцієнт критичної ліквідності (проміжний коефіцієнт покриття);
- коефіцієнт поточної ліквідності (загальний коефіцієнт покриття);
- коефіцієнт незалежності.

Залежно від величини коефіцієнта ліквідності та коефіцієнта незалежності підприємства, як правило, розподіляються на кілька класів кредитоспроможності. Застосовуваний для цього рівень показників в різних методиках, використовуваних кредитними організаціями для визначення кредитоспроможності позичальників, неоднаковий. Для визначення кредитоспроможності можуть використовуватися й інші показники (коефіцієнти), наприклад коефіцієнт ділової активності, коефіцієнт фінансової

стійкості, коефіцієнт рентабельності та ін. Питання оптимального набору показників, що найбільш об'єктивно відображають тенденцію фінансового стану підприємств, вирішуються кожною кредитною організацією самостійно.

Інформаційною базою для обчислення фінансових коефіцієнтів служить фінансова звітність підприємства:

- баланс (Звіт про фінансовий стан) (форма № 1);
- звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) (форма № 2);
- інформація про терміни дебіторської і кредиторської заборгованостей підприємства;
- планові розрахунки підприємства: бізнес-плани, техніко-економічні обґрунтування

для отримання позики та ін.

Статистичні методи оцінки кредитного ризику засновані на застосуванні різного роду статистичних моделей. Мета полягає в тому, щоб виробити стандартні підходи для об'єктивної характеристики позичальників, знайти числові критерії для поділу майбутніх клієнтів на основі поданих ними матеріалів на надійних і ненадійних.

Вельми широко використовується в західних банках метод кредитного скорингу [3, с.95]. Скорингова модель може використовуватися як для оцінки вже наданого кредиту (тобто ступеня вірогідності порушення фірмою умов кредитного договору), так і для відбору потенційних позичальників. У самому спрощеному вигляді скорингова модель представляє собою зважену суму певних характеристик. В результаті виходить інтегральний показник (score) – чим він вищий, тим вище надійність клієнта, і кредитна організація може впорядкувати своїх клієнтів по мірі зростання кредитоспроможності.

До методики якісної оцінки кредитоспроможності позичальника кредитної організації відноситься система «5С». Дана система передбачає використання шести якісних показників, за допомогою яких оцінюється кредитоспроможність, а саме: character (характер); capacity (можливості); Capital (капітал); collateral (забезпечення); conditions (умови) [2, с.396]. Зазначимо, що система «5С» не може використовуватися в якості єдиного методу оцінки кредитоспроможності підприємств, так як методики не враховують кількісних показників діяльності підприємств, що не може забезпечити комплексну оцінку фінансового стану підприємства. У зв'язку з цим є проблематичним правильно і надійно аргументувати те чи інше рішення при кредитуванні. Таким чином, дана методика має використовуватися виключно в сукупності з іншими методиками.

Оцінка кредитоспроможності позичальника може бути зведена до єдиного показника – рейтингу позичальника. Рейтинг визначається в балах. Рейтингова методика аналізу кредитоспроможності підприємств є найбільш універсальним і популярним серед підходів до оцінки кредитоспроможності підприємств в банках, так як рейтингова система дозволяє провести експрес-аналіз фінансової звітності позичальника, а також визначити його кредитний рейтинг шляхом обчислення ряду фінансових коефіцієнтів: коефіцієнта рентабельності обороту від основної діяльності; коефіцієнта покриття; коефіцієнта поточної ліквідності; коефіцієнта незалежності. Перевага рейтингових систем полягає в можливості враховувати неформалізовані показники анкетного типу. Це властивість дозволяє будувати всеосяжні рейтинги.

Отже, методики аналізу і система показників кредитоспроможності потенційного позичальника, що використовуються комерційними банками, досить різноманітні. Сучасні підходи до методології оцінки кредитоспроможності позичальників в банківських установах базуються на комплексному застосуванні кількісних і якісних показників. Незважаючи на значну варіативність існуючих методик, передумовою наявності можливості підприємства залучати позикові ресурси в кредитних організацій є стійкий фінансовий стан та кредитна історія підприємства.

Список використаних джерел:

1. Васюренко О. В. Банківські операції: навч. посіб. [5-те вид., перероб., і доп.]. Київ: Знання, 2006. 311 с.
2. Лаврушин О. И. Банковское дело: учебное пособие / под ред. О. И. Лаврушина. – (8-е изд., стер.). – Москва: Кнорус, 2009. 768 с.
3. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання / [А.О.Єпіфанов, Н.А.Дехтяр, Т.М.Мельник та ін.] ; за ред. А.О.Єпіфанова. Суми : УАБС НБУ, 2007. 285 с.

УДК 331:108.45

КАЛЮК І. В.

студентка гр. УП-81, ФММ,
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»

ТРОФИМЕНКО О. О.

к.е.н., доц.
Національний технічний університет України
«Київський Політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»,
Міжнародний університет фінансів

РИНОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ ТА ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СТРАХОВОЇ ГАЛУЗІ

Розвиток сфери страхування сьогодні є важливим фактором забезпечення безпечної життєдіяльності для людей в Україні та в усьому світі, персонал підприємств цієї галузі повинен бути висококваліфікованим та освіченим. В умовах глобалізації ринок страхових послуг характеризується прискореними трансформаційними процесами, де для забезпечення конкурентних переваг в компаніях необхідно особливу увагу приділяти розвитку інтелектуального капіталу особистості, формуванню унікальних знань та навичок. В свою чергу, навчання персоналу з врахуванням галузевих факторів є однією з основних складових формування інтелектуального капіталу страхової компанії.

Для оцінки стану та динаміки страхового ринку в Україні зведено дані в таблиці 1.

Таблиця 1

Основні показники діяльності страхового ринку України

Показник діяльності ринку	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	9 місяців 2019 року
Загальна кількість компаній	361	310	294	281	234
Кількість договорів страхування, крім договорів з обов'язкового особистого страхування від нещасних випадків на транспорті, тис. од.	109 106,8	61 272,8	70 658,2	77 495,0	60 930,4
Валові страхові премії, млн. грн.	29 736,0	35 170,3	43 431,8	49 367,5	40 561,9
Валові страхові виплати, млн грн.	8 100,5	8 839,5	10 536,8	12 863,4	9 845,6

Складено на основі [1, 2, 3]

З 2015 по 2018 рр. спостерігається зменшення загальної кількості компаній страхового ринку на 22,2%, що свідчить про скорочення компаній та високі конкурентні ризики. В той же час, за досліджений період найбільша кількість договорів страхування, крім договорів з обов'язкового особистого страхування від нещасних випадків на транспорті була у 2015 р. і становила 109106,8 тис од. В 2018 р. цей показник знизився на 30%. Цікаво, що у той же час, з 2015 по 2018 рр. валові страхові премії зросли на 66% - до 49 367,5 млн грн. Це пояснюється прагненням споживачів до безпечної життєдіяльності та зростанням їхньої довіри до компаній. Валові страхові виплати зросли на 58,8%, що свідчить про позитивні перспективи функціонування ринку страхових послуг, адже рівень страхових виплат є показником, що впливає на довіру споживачів до страхових продуктів, які пропонуються на ринку.

Саме професійно підготовлений та кваліфікований персонал зможе позитивно вплинути на функціонування страхового ринку в Україні за допомогою якісного надання послуг клієнтам, створення здорової конкуренції серед компаній-страховиків, сумлінного виконання власних обов'язків перед учасниками ринку страхових послуг та впровадження нових ідей щодо підвищення рівня функціонування компаній.

Навчання спеціалістів страхової компанії – це професійне навчання осіб, які раніше не проходили фахового навчання для здійснення професійної діяльності у сфері страхових послуг, що забезпечує визначений рівень їх професійної кваліфікації, необхідний для професійної діяльності в означеній сфері. Це стосується осіб, які прийняті або мають бути

прийняті на роботу до страхової компанії. Особи, які направляються на навчання, мають бути попередньо ознайомлені з вимогами до роботи за обраною спеціалізацією, правилами внутрішнього трудового розпорядку, можливістю подальшого підвищення кваліфікації і професійного зростання [4]. Навчання спеціалістів страхової компанії проводиться за двома основними напрямками.

Перший напрям – це отримання спеціальної вищої освіти працівниками страхової компанії, які не мають достатнього рівня освіти. Підготовка здійснюється шляхом навчання на вечірніх або заочних факультетах вищих навчальних закладів, які проводять навчання за спеціальностями, безпосередньо пов'язаними зі страховою діяльністю («Фінанси», «Економіка підприємства», «Облік і аудит», «Право») [5].

Другий напрям – це навчання на спеціальних курсах на базі навчальних закладів, акредитованих Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. Навчання фахівців може провадитись безпосередньо на базі суб'єкта господарювання за індивідуальними навчальними програмами, що розробляються навчальним закладом, шляхом запрошення викладачів (лекторів). Навчання фахівців здійснюється шляхом курсового чи індивідуального навчання. Курсове навчання проходить безпосередньо на базі суб'єкта господарювання, слухачі вивчають теоретичний курс у навчальних групах загальною чисельністю від 3 до 50 чоловік. При індивідуальному навчанні особа вивчає теоретичний курс самостійно та шляхом консультацій у викладачів теоретичного навчання. Строк навчання фахівців визначається навчальними програмами і не повинен перевищувати 6 місяців [4].

У країнах Європи впродовж 2018 року спостерігається збільшення страхових премій на 4% у сфері страхування життя та на 5% в інших сферах страхування [6].

Прикладом масштабної компанії страхового ринку є німецька страхова компанія Allianz, котра у 2019 році зайняла 23 місце в рейтингу найбільших світових публічних компаній за версією Forbes [7]. Дохід компанії за досліджуваний період склав 128 мільйонів доларів, вартість активів – 818,5 мільйонів доларів, прибуток – 7,7 мільйонів доларів [8]. Проте найціннішим своїм ресурсом Allianz вважає саме людський капітал. Компанія створила власний корпоративний університет AllianzU, який вважається одним з найкращих у бізнес-сфері. Його мета – особистісне та кар'єрне зростання персоналу, його ефективне навчання за допомогою доступу до широкого спектру нових програм, знань та розвитку інноваційних навичок з будь-якої точки світу [9].

Виходячи з проведеного дослідження, зазначимо, що система підготовки кадрів для страхового бізнесу на рівні підприємств повинна ґрунтуватися на дотриманні таких принципів:

1. Принцип безперервності навчання кадрів. Період глобалізації створює передумови для постійного розвитку та вдосконалення діяльності страхової галузі, тому постулат постійного навчання кадрів є беззаперечним.
2. Принцип сертифікації. Працівники галузі страхової діяльності повинні бути сертифікованими для підтвердження їхньої кваліфікації з тих чи інших питань.
3. Принцип уніфікованої системи оцінки професійних знань. Системи оцінювання повинні бути уніфікованими для всіх підприємств, що дасть змогу виявлення найбільш вагомих питань, котрі потребують вивчення працівниками галузі.
4. Принцип підготовки вузько направленої спеціаліста. В першу чергу слід взяти до уваги дефіцит кваліфікації спеціалістів в Україні ще на рівні вищої освіти.
5. Принцип мотивації працівників, що ґрунтується не лише на економічній, а й на соціальній та психологічній складових.
6. Принцип часткового державного фінансування навчання персоналу.

Висновки. У сучасних умовах ринок страхових послуг, як і будь-який інший, зазнає суттєвих змін. Особливу увагу слід приділяти розвитку людського капіталу. Для України страховий ринок – перспективна галузь, котра повинна розвиватися за рахунок висококваліфікованого персоналу. Європейський досвід створення корпоративних університетів та підтримки працівників як особистостей підтверджує свою рентабельність і може бути адаптованим для умов України.

Список використаних джерел:

1. Підсумки діяльності страхових компаній за 2015 рік. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: https://www.nfp.gov.ua/files/DepFinMon/zvitni_dani/sk_%202015.pdf
2. Підсумки діяльності страхових компаній за 2018 рік. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/SK/2018_rik/2018/sk_%202018.pdf
3. Підсумки діяльності страхових компаній за 9 місяців 2019 року. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: https://www.nfp.gov.ua/files/OgliadRinkiv/SK/sk_9_mis_2019.pdf
4. Про затвердження Положення про навчання, перепідготовку, підвищення кваліфікації та складання екзаменів особами, які провадять діяльність на ринках фінансових послуг: Розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 25 грудня 2003 року N 183.
5. Шірінян Л. В. Страховий менеджмент: конспект лекцій. Київ: НУХТ, 2014. 143 с.
6. World insurance: the great pivot east continues. Swiss Re Institute. URL: https://www.swissre.com/dam/jcr:b8010432-3697-4a97-ad8b-6cb6c0aece33/sigma3_2019_en.pdf
7. The World's Largest Public Companies. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/global2000/list/#tab:overall> (дата звернення: 07.03.2020).
8. Allianz. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/companies/allianz/?list=global2000#4a7e6bab4356> (дата звернення: 07.03.2020).
9. Allianz as an employer. URL: https://careers.allianz.com/en_EN/explore-allianz/why-work-with-us.html (дата звернення: 07.03.2020).

УДК 339.92(477)

КОВАЛЬЧУК В.О.

*Магістрант кафедри фінансів та обліку
Науковий керівник - д.е.н., проф. Лапко О. О.
Міжнародний університет фінансів*

СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З МІЖНАРОДНИМИ ФІНАНСОВИМИ ІНСТИТУТАМИ

Міжнародні фінансово-кредитні організації давно посіли провідне місце в Україні серед установ, які здійснюють серйозну фінансову підтримку і надають технічну допомогу з метою реалізації в нашій країні необхідних реформ, а також підтримки й розвитку підприємств різних галузей економіки та зміцнення фінансового сектору загалом. Нині Україна перебуває в такому фінансовому та економічному стані, що реальним інструментом виходу з нього разом з жорстким впровадженням реформ може стати лише плідна співпраця з міжнародними фінансовими організаціями. Водночас формат такої співпраці має будуватись виключно на національних інтересах нашої держави.

Сьогодні Україна є членом таких міжнародних фінансово-кредитних організацій, як Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий банк, Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), Європейський інвестиційний банк (ЄІБ). Саме ці інституції проводять активну роботу щодо надання фінансової, технічної допомоги і кредитування. Значний економічний потенціал країни сьогодні частково реалізується саме за допомогою тісної співпраці з міжнародними фінансовими організаціями в багатьох напрямках. З огляду на вищезазначене актуальним є дослідження особливостей відносин України з цими організаціями через сучасну ситуацію у світовій економіці та аналіз перспектив побудови оптимального сценарію співпраці в майбутньому. З приєднанням України до міжнародних фінансових інституцій розпочато інтеграцію у світову фінансову систему [1].

У сфері бюджетних правовідносин Україна найбільше співпрацює з Міжнародним валютним фондом. На основі аналізу програмних документів, у рамках яких відбувалися відносини з МВФ упродовж 1994-2018 років, можна виділити такі цілі та результати

співпраці: Розглядаючи співпрацю України з міжнародними фінансовими організаціями у сфері бюджетних правовідносин, варто звернути увагу на динаміку дефіциту державного бюджету, державного боргу та золотовалютних резервів, оскільки співпраця з МФО тісно пов'язана з цими показниками [2].

Аналіз цих показників дозволяє зробити висновок, що активізація співпраці з МВФ зумовлена фінансовими труднощами, які чітко відображаються на дефіциті бюджету у зв'язку зі скороченням надходжень та зростанням витрат, а також позначається на рівні інфляції. Тому у відповідь на складну фінансово-економічну ситуацію у 2008, 2010, 2014, 2015 роках в Україні розпочаті програми «Стенд-бай» (2008, 2010, 2014) та «Механізм розширеного фінансування» (2015); крім цього, наслідком кредитних програм МВФ є зростання зовнішнього державного боргу України [2].

Виконання економічних програм з МФО залежить від ефективності публічних видатків, тому ключове завдання для Уряду – формування такої системи державних видатків, яка б могла забезпечити максимальне досягнення мети за кожною статтею державних видатків, за кожною бюджетною програмою, на всіх рівнях бюджетної системи, перетворення бюджетного механізму на дійовий інструмент реалізації соціально-економічної стратегії розвитку держави [3, с. 81]. Тому доцільно звернути увагу на динаміку ефективності публічних видатків упродовж 1995-2018 років.

Таблиця 1

Цілі та результати співпраці України з МФО у сфері бюджетних правовідносин

Цілі	Результати
	2014-2018 роки
Вжиття заходів з метою фіскальної консолідації за рахунок оптимізації видатків у соціальній сфері та державному управлінні, а також бюджетній, пенсійній та медичній реформі	проведено бюджетну реформу щодо управління державними фінансами, у тому числі запроваджено комплексне середньострокове бюджетне планування, посилено роль програмно-цільового методу, збільшено прозорість використання коштів; підвищено фінансову спроможність територіальних громад (бюджетна децентралізація); поліпшено систему публічних закупівель, розпочато реформування сфери охорони здоров'я,

Таким чином, у сфері бюджетних правовідносин взаємодія з МФО має неоднозначний вплив на бюджетну політику, оскільки, з одного боку, кредити МВФ використовуються для фінансування дефіциту державного бюджету України, поповнення золотовалютних резервів, а з іншого – співпраця впливає на зростання зовнішнього боргу України. Водночас низька ефективність управління публічними видатками зумовлює тимчасовий вплив фінансової допомоги, що не призводить до перспективного оздоровлення фінансової системи. Позитивним є те, що хоча кредити МВФ не спрямовуються безпосередньо на структурні реформи, однак умовами продовження співпраці з МВФ є якраз проведення системних економічних реформ у різних напрямках, що, безумовно, дозволяє оптимізувати публічні видатки.

У сфері реформування податкової системи України внаслідок співпраці України з МФО досягнуто підвищення одного із найавторитетніших міжнародних інвестиційних рейтингів – Індексу легкості ведення бізнесу (англ. Ease of Doing Business Index), що вираховується експертами Світового банку на основі ключових індикаторів, які дозволяють сформувати об'єктивну оцінку середовища для ведення бізнесу в різних країнах світу. Це свідчить, що міжнародно-правове співробітництво у податковій сфері позитивно впливає на розвиток податкової системи України. Особливо перспективними напрямками співпраці є налагодження тісної взаємодії з Організацією економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), оскільки це сприяє вдосконаленню податкового законодавства, запобігає використанню офшорних зон у схемах ухилення від сплати податків та розмивання податкових баз, поліпшує механізм обміну податковою інформацією та розкриття банківської таємниці у цілях оподаткування та обмеження розмивання податкових баз.

На основі аналізу ключових результатів взаємодії України з МФО в основних сферах публічних фінансів можна зробити висновок, що, з одного боку, таке співробітництво позитивно впливає на рівень ефективності та прозорості управління публічними видатками, запобігаючи використанню схем ухилення від сплати податків, розмиванню податкових баз

та розвиваючи систему фінансового моніторингу. З іншого боку, така співпраця на кредитній основі призводить до збільшення державного боргу України.

Список використаних джерел:

1. Лобас М. Г. (2018) Міжнародні фінансові організації та їх значення для економічного розвитку країн. URL : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Agroin/2018_4-6/LOBAS.pdf.
2. Бабій, Л. В. Аналіз основних завдань і принципів розвитку державної геоекономічної політики України у сфері підвищення ефективності співробітництва з міжнародними економічними інститутами. Держава та регіони. Серія: Державне управління. 2011. № 1. С. 5-9.
3. Радіонов Ю. Д. (2018). Оцінка ефективності державних видатків. *Економіка України*. 2018. № 12. С. 76–87.

УДК 330.3

КОВАЛЬ І. О.

магістр кафедри фінансів та обліку

Науковий керівник - **к.е.н., доц. Михайлик О. М.**

Міжнародний університет фінансів

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Упередкризових економічних умовах одним із пріоритетів забезпечення сталого розвитку підприємств будь-яких галузей національної економіки та забезпечення конкурентоспроможності є активізація інвестиційних процесів.

Теоретико-методичним підґрунтям для визначення ефективності прийняття інвестиційних рішень є дефініція «інвестиційна привабливість підприємства». З позиції теорії використовується переважно при характеристиці і оцінці об'єктів інвестування, рейтингових зіставленнях, порівняльному аналізі процесів.

Проблемі підвищення інвестиційної привабливості підприємств та її оцінки присвячено багато наукових робіт вчених-економістів: І.О. Бланк, В. Геєць, В.М. Гриньова, М.І. Диба, Л.М. Докієнко, Т.В. Майорова, А.А. Мельник, М.Г. Міллер, А.В. Мешков, В.М. Хобта, У.Ф. Шарп та інші. Однак, питання оцінки потенціалу інвестиційної привабливості підприємств мало досліджується вченими-економістами.

Поділяючи наукову думку, зазначимо, що інвестиційна привабливість – це багаторівнева інтегральна характеристика сукупності економічних, фінансових, виробничих та організаційних аспектів оцінки підприємства, які повинні відповідати вимогам потенційних інвесторів та забезпечує позитивний ефект від вкладень, яка встановлюється у відповідний час і в певному просторі.

Методи оцінки інвестиційної привабливості підприємств можна визначити в межах п'яти основних підходів.

Перший підхід засновано на виявленні головного, основоположного чинника, який однозначно визначає інвестиційну привабливість підприємства.

Другий підхід спирається на врахування комплексу чинників, які з погляду свого впливу на інвестиційну привабливість економічних систем вважаються приблизно рівноцінними.

Третій підхід пов'язаний з аналізом на першому етапі широкого спектру факторів, але на другому етапі інвестиційна привабливість підприємства розглядається як агрегований показник, який визначається двома характеристиками: інвестиційним потенціалом і інвестиційним ризиком.

Четвертий підхід пов'язаний з використанням методу експертних оцінок.

П'ятий підхід базується на кваліметричних оцінках, що являють собою комбінацію методів факторного аналізу та експертних оцінок.

На формування інвестиційної привабливості підприємства на рівні регіону впливають наступні фактори, які економісти-науковці об'єднали в 4 групи, а саме:

1. Ступінь розвиненості інвестиційної інфраструктури: шляхи сполучення; обсяг виробництва; кількість компаній.

2. Структура ризиків: екологічні ризики; кримінальні ризики; особливі ризики, притаманні регіону.

3. Демографічна структура: питома вага працездатного населення; рівень кваліфікації робітників регіону; питома вага населення регіону в загальному обсязі населення; співвідношення міського та сільського населення.

4. Ступінь економічної розвиненості регіону: питома вага регіону у ВВП; обсяг та динаміка капітальних вкладень на одну особу; питома вага збиткових підприємств; кількість підприємств; середній рівень зарплатні; обсяг виробництва на одну особу.

Для оцінки інвестиційної привабливості підприємства розраховується господарський стан підприємства та оцінюються фінансові показники компанії.

Основними показниками є:

- ліквідність (показник, який характеризує швидкість трансформації активів у грошові кошти за необхідності);

- майновий стан – характеризує частку оборотних і необоротних коштів в майні підприємства;

- ділова активність – показник характеризує всі фінансові процеси на підприємстві, від яких в свою чергу залежить прибуток підприємства;

- фінансова залежність (показує залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування і чи можливе функціонування без додаткових засобів);

- рентабельність (відображає ефективність використання підприємством своїх фінансових можливостей).

Зарубіжна практика свідчить про те, що на сьогодні системи оцінки ефективності, які виходять тільки з фінансових показників звітності, втрачають свою дієвість і не орієнтовані на досягнення стратегічних цілей інвестора.

Не фінансовими показниками, які часто мають вирішальне значення для оцінки інвестиційної привабливості, можуть бути:

- становище на ринку, динаміка частки ринку, яка належить аналізованому підприємству;

- географічний стан підприємства, близькість до ринків ресурсів і збуту;

- якість продукції, робіт, послуг, запропонованих клієнтам;

- мотивація та діловий імідж персоналу і менеджменту підприємства [6].

Використання не фінансових показників потребує від інвесторів додаткових зусиль щодо проведення досліджень за даними показниками під час прийняття рішень з інвестування. І хоча зовнішній інвестор намагається якомога швидше повернути вкладені кошти та отримати винагороду у вигляді прибутку, довгостроковий розвиток компанії також потребує уваги.

Оцінка інвестиційної привабливості підприємства тільки в розрізі традиційних показників фінансової стійкості та ліквідності є недостатньою для об'єктивного визначення інвестиційної привабливості об'єкта інвестування, для чого необхідно використовувати комплексну оцінку ефективності використання фінансових, трудових та виробничих ресурсів. Інвестиційна привабливість при цьому відіграє роль ключового елемента, оскільки її динамічність залежить від можливостей підприємства відповідати умовам потенційних інвесторів.

Список використаних джерел:

1. Бланк И. Инвестиционный менеджмент. Киев: МП «ИТЕМ» ЛТД; «Юнайтед Лондон Лимитед». 1995. 448 с.

2. Буряк А. Інвестиційно-інноваційне прискорення розвитку аграрних підприємств: монографія. Київ: ННЦ ІАЕ, 2011. 204 с.

3. Вакульчик О.М., Книшек О.О., Петросян А.М. Інтегральна оцінка фінансового стану суб'єктів господарювання під час отримання статусу уповноваженого економічного оператора. *Вісник АМСУ*. 2014. № 1 (51). С. 98–106.

4. Городня Т.А., Кузик Т.А. Забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 2316. С. 191–196.

5. Дуда Т.Т., Троц І.В. Порівняльна рейтингова оцінка фінансового стану машинобудівних підприємств. *Економічний вісник Донбасу*. 2013. № 2 (32). С. 63–68.

6. Кошельок Г.В. Фактори

і резерви росту інвестиційної привабливості підприємств промисловості. URL

<http://dspace.oneu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/2512>.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ІНТЕГРАЛЬНИМ МЕТОДОМ (НА ПРИКЛАДІ АТ «ЛКФ «СВІТОЧ»)

В умовах невизначеності ринкового середовища перед підприємствами постає завдання самостійного планування, контролю, оцінки і аналізу своєї діяльності. Однією з найважливіших характеристик фінансово-економічної діяльності підприємства є його фінансова стійкість [3].

Аналіз фінансової стійкості підприємства є найважливішим етапом оцінки його діяльності і фінансово-економічного благополуччя, відображає результати його поточного, інвестиційного і фінансового розвитку, містить необхідну інформацію для інвесторів, а також характеризує здатність підприємства відповідати за свої борги і зобов'язання та нарощувати свій економічний потенціал [2].

Визначення фінансової стійкості підприємств відноситься до числа найбільш важливих економічних проблем, оскільки недостатня фінансова стійкість може призвести до відсутності у підприємства коштів для розвитку виробництва, їх неплатоспроможності і, в кінцевому підсумку, до банкрутства, а «надмірна» стійкість буде гальмувати розвиток, збільшувати витрати підприємства надлишковими запасами і резервами. Для оцінки фінансової стійкості підприємства необхідний аналіз його фінансового стану.

Поряд із коефіцієнтним методом аналізу фінансової стійкості підприємства використовується інтегральний метод.

Інтегральний підхід дає змогу дати інтегральну оцінку рівню фінансової стійкості. Показники фінансової стійкості за цього підходу характеризують стан і структуру активів підприємства та забезпеченість їх джерелами покриття.

Цей підхід цікавий тим, що на відміну від усіх охарактеризованих вище, у процесі його здійснення кожний з показників розглядається у взаємозв'язку з іншими показниками. Крім того, для загальної оцінки фінансового стану за цим підходом використовують узагальнюючий показник зміни фінансової стійкості підприємства:

$$\Phi C = \frac{(1+2K_{дп}+3_{вок}+1\div K_{зк}+K_{рв}+K_{па})1}{(1+2K_{дп}+3_{вок}+1\div K_{зк}+K_{рв}+K_{па})0} - 1,$$

Де $K_{дп}$ — коефіцієнт довгострокового залучення коштів у звітному та попередньому періодах; $3_{вок}$ — коефіцієнт забезпечення матеріальних запасів власними оборотними коштами у звітному та попередньому періодах; $K_{зк}$ — коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів у звітному та попередньому періодах; $K_{рв}$ — коефіцієнт реальної вартості майна; $K_{па}$ — коефіцієнт постійного активу [1].

Критерії оцінки цього показника такі: якщо $\Phi C > 0$, то це свідчить про збільшення фінансової стійкості підприємства; якщо $\Phi C < 0$, то це свідчить про зниження фінансової стійкості підприємства [1].

На підставі обчислення інтегральних показників фінансової стійкості, наведених у таблиці 1, отримано наступні показники: $\Phi C_{2017} = 0,08$; $\Phi C_{2018} = 0,02$.

Таблиця 1

Характеристика показників фінансової стійкості АТ «ЛКФ «Світоч» визначених за інтегральним підходом

Назва показника	Роки			2017/ 2016	2018/ 2017
	2016	2017	2018		
1. Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів ($K_{дп}$)	0,27	0,002	0,001	-0,27	- 0,001
2. Коефіцієнт покриття матеріальних запасів власними оборотними коштами ($3_{вок}$)	1,66	2,03	2,76	0,37	0,73

3. Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів (Кзк)	0,59	0,41	0,25	-0,18	-0,16
4. Коефіцієнт реальної вартості майна (Крв)	42,45	45,67	44,26	3,22	-1,41
5. Індекс постійного активу (Кпа)	0,44	0,45	0,38	0,01	-0,07
6. Узагальнюючий показник зміни фінансової стійкості підприємства	-	0,08	0,02	-	-0,06

Тобто, протягом 2017-2018 рр. інтегральний показник зміни фінансової стійкості роках мав додатне значення, що свідчить про фінансову стійкість АТ «ЛКФ «Світоч». Однак, маємо погіршення значення показника у 2018 році, що свідчить про зниження фінансової стійкості підприємства.

Варто зробити висновок, що АТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» є фінансово стійким, однак щоб утримувати свою фінансову стійкість на відповідному рівні необхідно:

1. Забезпечувати баланс між власними і позиковими коштами. Для вирішення цієї проблеми необхідно розрахувати умову фінансової рівноваги, яка має бути нормативною базою для управління фінансовою стійкістю підприємства і його платоспроможністю в часі, не дозволяти підприємству збільшувати позикові кошти і нераціонально використовувати вже накопичені основні засоби. Ця рівновага також накладає певні обмеження на обсяг зобов'язань підприємства перед працівниками, кредиторами, бюджетом, інвесторами і банками.

2. Забезпечувати прибутковість діяльності. Основою стійкого фінансового стану підприємства в довгостроковому періоді є обсяг отриманого прибутку. Ефективним, хоч і нетривалим засобом оптимізації фінансового стану є також раціональне розпорядження чистим прибутком.

3. Оптимізувати обсяги товарно-матеріальних запасів, обсяги і структуру дебіторської заборгованості, скоротити тривалість виробничого, операційного та фінансового циклів.

Для забезпечення стійкого фінансового стану підприємству необхідно постійно здійснювати контроль і вживати адекватні заходи щодо формування і використання фінансових ресурсів з врахуванням стратегічних і тактичних завдань його діяльності на ринку.

Список використаних джерел:

1. Білик М. Д., Павловська О. В., Притуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю. Фінансовий аналіз : навч. посіб. URL:<http://ubooks.com.ua/books/000222/inx33.php>.

2. Нагайчук В. В., Ковальчук Н. Є. Аналіз фінансової стійкості підприємств та напрямів її забезпечення. LvivPolytechnicNationalUniversityInstitutionalRepository. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/43821/2/2017n875_Nahaychuk_V_V-Analysis_of_financial_71-76.pdf.

3. Кобилецький В. Р. Коефіцієнт фінансової стабільності (Коефіцієнт фінансування). Онлайн-журнал «Financial Analysis online»: URL: <https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikov/348-pokaznik-finansovoji-stabilnosti-koefitsient-finansuvannya>.

УДК 656.1

МАРИНІЧС. І.

магістр кафедри фінансів та обліку

Науковий керівник - **к.е.н., доц. Докієнко Л. М.**

Міжнародний університет фінансів

УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність управління структурою капіталу підприємства продиктовано необхідністю забезпечення достатності і стійкості фінансування діяльності комерційної організації, що може бути вирішено за допомогою визначення раціональної структури джерел фінансування комерційної організації з урахуванням рівня допустимого ризику, на основі використання

підходів до оптимізації структури капіталу та аналізу її впливу на вартість комерційної організації. Сучасна концепція підприємництва пов'язана з управлінням вартістю компанії і підвищенням привабливості її для акціонерів і власників.

В рамках теорії фінансового менеджменту проблеми управління та оптимізації структури капіталу висвітлені в роботах таких вчених, як І.А. Бланк, В.В. Бочаров, В.С. Золотарьов, В.В. Ковальов, Л.Н. Павлова, Д.В. П'ятницький, Н.Б. Рудик, Г.В. Савицька, Е.С. Стоянова та ін. Найбільш значущими в цій галузі є роботи Р. Брейлі, Ю. Бріггема, Я. Гапенскі, А. Дамодарана, Ф. Модільяні, М. Міллера, С. Майерса, Ш. Пратта, К. Уолша і ін.

Недостатня теоретична розробленість проблеми управління капіталом комерційної організації шляхом залучення капіталу, формування оптимальної структури капіталу, прийняття рішення по структурі капіталу з урахуванням особливостей дивідендної політики визначає вибір теми роботи. Необхідність вирішення методичних питань, пов'язаних з організацією управління капіталом, недостатня практична розробленість питань оптимізації його структури, формування дивідендної політики, управління його вартістю визначили особливу значимість і актуальність дослідження. Питання управління капіталом комерційної організації в вітчизняних умовах, незважаючи на накопичений зарубіжний і вітчизняний теоретико-практичний потенціал, проблеми розвитку методик аналізу капіталу, методичних підходів до оптимізації його структури та управління вартістю недостатньо вивчені, що обумовлює необхідність подальшого наукового дослідження в цьому напрямку.

Управлінням структурою капіталу називається пошук оптимального співвідношення власних та запозичених коштів, при якій вартість капіталу мінімальна і максимальна ринкова вартість підприємства. З цього можна зробити висновок про визначення оптимальної структури капіталу, як співвідношення власних та запозичених ресурсів, які забезпечують найбільш ефективне пропорційне співвідношення між рівнем чистого прибутку та рівнем фінансової стійкості компанії, що гарантує найменшу вартість капіталу і найбільшу вартість фірми.

Розгляд даної проблеми є досить актуальним з огляду на те, що неправильне управління структурою капіталу може призвести до досить негативних наслідків і навіть банкрутства, надто велика доля власного капіталу у структурі капіталу підприємства призведе до сповільненого розвитку фірми і зниження її темпів розвитку, адже підприємство не може забезпечити формування необхідного додаткового об'єму активів у періоди сприятливої кон'юнктури ринку і не використовує фінансові можливості збільшення прибутку на вкладений капітал, який дає запозичений капітал. Слід відзначити, що зазвичай велика частка запозичених коштів у структурі капіталу підприємства обумовлюється ефектом фінансового леверіджу. Його дія проявляється у тому, що підприємство з раціональним використанням займаних коштів має високу рентабельність власних коштів. Іншими словами можна сказати, що завдяки ефекту фінансового леверіджу підприємство може отримати додатковий прибуток, адже з ростом частки кредитних коштів прибутковість власного капіталу постійно збільшується. Цей показник можна розрахувати за формулою

$$ЕФВ = (1 - СПД) * (ЕР - СРСВ) * (КК / ВК)$$

Де ЕФР – рівень ефекту фінансового важеля, %

СПД – ставка податку на прибуток

ЕР – економічна рентабельність активів

СРСВ – середня розрахункова ставка відсотка

ЗК – середня величина кредитних коштів

ВК – середня величина власних коштів

При цьому величину середньої розрахункової ставки відсотка (СРСВ) розраховують таким чином:

СРСВ = Загальна сума фактичних фінансових витрат за всіма позиковими коштами в аналізованому періоді / Загальна сума позикових коштів, яка використовується в даний час

Наведена формула розрахунку ефекту фінансового леверіджу дозволяє виділити в ній три основні складові:

1. Податковий коректор фінансового леверіджу $(1 - \text{Спд})$, який показує, в якому ступені виявляється ефект фінансового леверіджу у зв'язку з різним рівнем оподаткування прибутку.

2. Диференціал фінансового леверіджу $(ЕР - \text{СРСВ})$, який характеризує різницю між коефіцієнтом економічної рентабельності активів і середнім розміром відсотка за кредит.

3. Плече фінансового важеля $(КК / ВК)$, яке характеризує суму позикового капіталу, використовуюваного підприємством, у розрахунку на одиницю власного капіталу.

Виділення цих складових дозволяє цілеспрямовано керувати зміною ефекту фінансового важеля при формуванні структури капіталу.

Знання механізму впливу фінансового важеля на рівень прибутковості власного капіталу і рівень фінансового ризику дозволяє цілеспрямовано управляти як вартістю, так і структурою капіталу підприємства.

З урахуванням вищевикладеного, рішення про використання тих чи інших джерел фінансування повинно прийматися в рамках обраної фінансової політики компанії виходячи з розв'язуваних нею завдань, структури управління, характеру довгострокового і оперативного планування і ряду інших факторів, в тому числі внутрішніх (темپ зростання продажів, стабільність динаміки продажів, рівень і динаміка рентабельності, що склалася структура і ліквідність активів, стратегія і фінансові орієнтири майбутнього розвитку) і зовнішніх (кон'юнктура ринку короткострокових і борг термінових кредитних ресурсів, податкове навантаження, взаємини з потенційними кредиторами та ін.).

Список використаних джерел:

1. Бланк І. А. Управління формуванням капіталу. – М.: Омега-Л, 2008.
2. Ковальов В. В. Курс фінансового менеджменту: підручник. – 2-е вид. – М.: ПРОСПЕКТ 2009.
3. Фомін П. А. Хохлов В. В. Оцінка ефективності використання фінансів підприємств в умовах ринкової економіки. М.: «Вища школа», 2002.
4. Сіраєва, Р. Р. Никандровіч, А. А. Фінансовий контроль на сучасному етапі розвитку. Сучасна держава: проблеми соціально-економічного розвитку: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Саратов, 2013. С.89.

УДК331.2

РОЩИНА Н.В.,

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України

«Київський Політехнічний інститут

ім. Ігоря Сікорського»

ТЕЛЕГІНА Д.

Студентка гр УП 71 ФММ

Національний технічний університет України

«Київський Політехнічний інститут

ім. Ігоря Сікорського»

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Оцінка інвестиційної привабливості є одним із головних завдань у сфері інвестиційної діяльності підприємства, оскільки прийняття інвестиційних рішень завжди пов'язане з ризиком. Інвестиційна привабливість (investmentattractive) – це сукупність об'єктивних і суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування національної економіки на макро-, мезо- і мікрорівнях [1, с. 52]. Інвестиційна діяльність є основою подальшого розвитку підприємства будь-якої галузевої приналежності та форми власності. Без інвестицій неможливі підготовка та запуск у виробництво нових видів продукції (робіт, послуг), підвищення якості та дизайну товарів, використання нових видів матеріалів, енергозбереження. Інвестиції відіграють вирішальну роль у відтворювальних процесах на підприємстві, оскільки саме вони забезпечують підвищення технічного та організаційного рівня виробництва [2, с. 109].

Аналіз інвестиційної привабливості підприємства найчастіше проводиться на основі фінансової звітності. Для оцінки фінансового стану застосовується комплекс фінансових показників, таких, як [4]: показники оцінки платоспроможності і ліквідності підприємства; показники оцінки фінансової стійкості; показники оцінки ділової активності; показники рентабельності (прибутковості) підприємства.

Об'єктом дослідження виступає Товариство з Додатковою Відповідальністю «Яготинський маслозавод», яке є одним із найбільших національних виробників молочної

продукції. ТДВ «Яготинський маслозавод» входить до групи компаній «Молочний альянс», що об'єднує потужні підприємства з виробництва та реалізації основних видів молочної продукції. «Молочний альянс» на сьогоднішній день є лідером молочної галузі України. Він був створений у 2000 році та має централізовану розвинуту систему виробництва, реалізації товарів, маркетингу, логістики тощо.

«Яготинський маслозавод» є одним з найвідоміших виробників молочної продукції. Важливо зазначити, що підприємство є одним з найбільших експортерів вершкового масла в Україні. Тому продукція заводу широко використовується вітчизняними споживачами та високо цінується поза межами України. «Яготинський маслозавод» дуже активно займається впровадженням нових технологій та розробкою нових видів продукції, тому дослідження його інвестиційної привабливості є актуальним.

Розрахунок трьох коефіцієнтів платоспроможності показав, що оборотні активи повністю перекривають поточні зобов'язання, найбільш ліквідні активи повністю перекривають поточні зобов'язання підприємства, особливо це помітно у 2018 році. Коефіцієнт абсолютної ліквідності менший за норму, у 2018 році спостерігається негативна динаміка. Поки що грошові кошти Яготинського маслозаводу не перекривають поточні зобов'язання.

Що стосується оцінки фінансової стійкості, то можна зробити висновок, що досліджуване підприємство є досить стійким, адже Яготинський маслозавод повністю забезпечений власним капіталом, оскільки показник ВОР за три роки більше 0. У 2018 році сума власного обігового капіталу значно зросла, порівняно з 2016 роком. Коефіцієнт забезпеченості матеріальних запасів власним обіговим капіталом невід'ємний, і це добре, крім того, у 2017 та 2018 роках матеріальні запаси підприємства повністю фінансуються за допомогою власних, а не залучених коштів. Значення коефіцієнту маневреності було значно вище норми у 2016 та 2017 роках, тобто тоді власних коштів підприємства вистачало на фінансування активів підприємства. У 2018 даний показник впав, сума власних вільних коштів суттєво знизилася. За коефіцієнтами автономії та концентрації можна зробити висновок, що підприємство є залежним від зовнішніх джерел фінансування, але у 2018 році спостерігається позитивна тенденція.

Під час оцінювання ділової активності нами були проаналізовані відповідні коефіцієнти оборотності кредиторської та дебіторської заборгованостей, а також оборотних активів. У нашому випадку, для галузі виробництва продуктів харчування та переробної галузі, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості в нормі становить 8 [3]. Але у досліджуваного підприємства спостерігається негативна динаміка. У 2016-2017 роках дебітори майже 6 разів погасили заборгованість. Але у 2018 році даний показник суттєво впав, і тепер заборгованість була погашена за звітний період лише 2 рази. Зазвичай проблемою є зниження оборотності дебіторської заборгованості. Якщо така проблема виникла лише один раз, то необхідно активізувати роботу з повернення коштів компанії. Якщо це системна проблема, то необхідно сформулювати комплексну чітку політику надання товарних кредитів клієнтам [3].

Щодо коефіцієнту оборотності кредиторської заборгованості, він максимально наближений до норми (норма для галузі 8). Загалом тенденція позитивна, але у 2018 році кредиторська заборгованість перевищує дебіторську, це означає, що компанія використовує кошти кредиторів в якості джерела фінансування своїх дебіторів, а інша частина грошей використовується фірмою для фінансування своїх інших операцій.

Коефіцієнт оборотності оборотних активів коливається, але його значення є досить високим протягом 2016-2018 років, підприємство потребує менше ресурсів для підтримки певного рівня активності. Діяльність підприємства є дуже інтенсивною, адже частка оборотних активів в валюті балансу є досить великою. Розрахунок показників рентабельності показав, що досліджуване підприємство є досить рентабельним, адже за три роки рентабельність прибутку зросла. Станом на 2018 рік Яготинський маслозавод з кожної гривні виручки отримує 7,9 копійок прибутку. У показника рентабельності витрат спостерігається позитивна динаміка, але все одно прибуток підприємства повністю не перекриває витрати. У 2018 році на кожну гривню виробничих витрат припадало 10,8 копійок прибутку. Показники рентабельності власного капіталу є досить високими, тобто ефективність його використання є досить високою. У 2018 році рентабельність власного капіталу впала до 63,3% прибутку було згенеровано на 1 гривню власного капіталу.

Отже, проаналізувавши фінансовий стан ТДВ «Яготинський маслозавод», можна зробити висновок, що підприємство є привабливим для потенційних інвесторів, адже у 2018 році спостерігалась здебільшого позитивна динаміка, і більшість коефіцієнтів перевищували

норму або знаходились в її межах. Яготинський маслозавод є досить успішним бізнесом, фінансово активним і рентабельним. Саме тому інвестиційні вкладення, на нашу думку, є доцільними. Вкладати краще в постійне оновлення основних засобів, в дослідження і розробки, і в формування ефективної системи збуту продукції. У 2020 році планується започаткувати нові проекти, які підвищать успішність підприємства, і які можуть бути привабливими для потенційних інвесторів.

Список використаних джерел:

1. Соколова Л.В. Фінансовапривабливістьпідприємства: оцінка та перспективи застосування // Актуальніпроблемиекономіки.- 2005.- № 6.- С.48-57.
2. Процик Т.В. Оцінка інноваційно-інвестиційної привабливості як важлива компонента формування якісно нової стратегії соціально-економічного розвитку регіону // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції "Region - 2003: стратегія оптимального розвитку" (22-25 квітня 2003 року, м. Харків.- Х.: , 2003. - 401 с.
3. Кобилецький В. Р., Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості / В. Р. Кобилецький // Онлайн-журнал «Financial Analysis online» URL: <https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikiv/299-pokaznik-oborotnosti-debitorskoji-zaborgovanosti>(дата звернення: 09.04.2020).
4. Гребенюк Н.О. Інвестиційна привабливість: сутність та засоби покращення / Н. О. Гребенюк // Інвестиції : практика та досвід. – 2012. – № 12. – С. 12–17.
5. Балацький О.Ф. Управління інвестиціями [навч. посіб.] / О.Ф. Балацький, О.М. Теліженко, М.О. Соколов. – Суми. – Університетська книга. – 2004. – 231с.
6. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб`єктів господарювання: монографія / А. О. Єпіфанов, Н. А. Дехтяр, Т. М. Мельник ; ред. А. О. Єпіфанов. – Суми : УАБС НБУ, 2007. – 286 с.

УДК 336.76

ХОМУЙЛО Ю. О.

магістр кафедри фінансів та обліку

Науковий керівник – к.е.н., доц. Михайлик О. М.

Міжнародний університет фінансів

РИНОК ДЕРЖАВНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

У третій декаді ХХІ століття, ринок державних цінних паперів виступає як потужний фінансовий інструмент, що дозволяє трансформувати звичайні грошові ресурси на ресурси капітальні. Низький рівень розвитку ринку цінних паперів в Україні знижує її конкурентноспроможність перед іноземними інвесторами, що не дозволяє вводити в країну «свіжі» грошові ресурси. Перспективи майбутнього розвитку цього ринку дозволяють Україні покращити своє економічне становище.

Успішне функціонування економіки в умовах ринку та її подальше зростання не можливе без достатнього обсягу фінансових ресурсів. У розвинених країнах фондовий ринок, а саме його складова – ринок державних цінних паперів, є одним із інструментів досягнення урядом поставленої мети. Виступаючи джерелом фінансових ресурсів, цей ринок дозволяє уряду вивести країну з незадовільного фінансового стану, забезпечуючи розширене відтворення шляхом залучення та «переливу» коштів. Ефективність функціонування останнього насамперед залежить від особливостей його роботи та механізму регулювання.

Низький рівень розвитку фондового ринку України, як важливої частини фінансового ринку, дуже стримує загальний поступ економіки і спричинює часті кризові явища у фінансовій сфері. За відносно невеликий період існування України, як незалежної держави, відбулась еволюція розуміння того, що ігнорування важливості фондового ринку і стримування його розвитку призводять до значних негативних наслідків в економіці і перешкоджають належному фінансуванню її основних галузей економіки.

Важливою є проблема системи регулювання і нагляду на фондовому ринку, яка полягає в порушенні прав інвесторів, недосконалості нормативної бази, що визначає повноваження фінансових інститутів, які здійснюють регуляторну функцію на фондовому ринку.

Варто зауважити, що в Україні існує низький рівень знань, поінформованості населення щодо функціонування ринку цінних паперів, що призводить до низької активності на ринку цінних паперів фізичних осіб, які в розвинутих країнах є одними з головних інвесторів.

Вагомою проблемою є недостатня кваліфікація працівників, яка може призвести до порушень, що можуть вплинути на обсяг цінних паперів фондового ринку. Необхідно підвищити якість підготовки фахівців з питань фондового ринку та корпоративного управління, встановити високі кваліфікаційні вимоги до працівників [1].

На наш погляд, для покращення стану фондового ринку України та підтримання його фінансової безпеки потрібно підвищити роль держави на фондовому ринку. Одним з основних елементів державного регулювання ринку державних цінних паперів є контроль діяльності емітентів, професійних учасників ринку, фондових бірж та самоврядних організацій, спрямованих на виявлення і своєчасне запобігання порушенню законодавства на ринку цінних паперів [2].

Основними напрямками розвитку фондового ринку в найближчій перспективі є [3]:

- розроблення ефективної системи державного регулювання ринків капіталу з метою контролю за дотриманням вимог законодавства, запобігання шахрайству;

- формування середовища інформаційної відкритості та прозорості ринку цінних паперів, удосконалення системи розкриття інформації про діяльність корпоративних підприємств;

- забезпечення захисту прав споживачів фінансових послуг, використовуючи розкриття інформації учасниками фінансового ринку на основі загальноприйнятих принципів, міжнародних стандартів бухгалтерського обліку і аудиту, недопущення зловживань з боку фінансових посередників та професійних учасників ринку;

- активне вдосконалення технологій торгівлі, розвиток Інтернет-технологій, впровадження нових торгових систем та платформ.

Висновки. Отже, ринок державних цінних паперів України є важливою складовою української економіки та показником розвитку всієї фінансової системи країни. Він характеризується несформованими традиціями і правилами роботи, що зумовлює потребу в запровадженні системи ефективного регулювання й управління, насамперед з боку держави.

Список використаної літератури:

1. Ринок цінних паперів України. URL: <http://www.nssmc.gov.ua> (дата звернення: 5.03.2020).

2. Терещенко, Г. М. Проблеми становлення та напрями удосконалення функціонування ринку цінних паперів в Україні. *Фінанси України*. 2007. № 6. С. 24–27.

3. Фрунза, С. А. Проблеми та тенденції розвитку фондового ринку України. URL: <http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file/36ipnik/2012-1/14.pdf>.

Секція 3

«Глобальний розвиток індустрій та перспективи зростання Industry 4.0.»

УДК 33.012

БАЛУТА Н. С.

Студентка кафедри менеджменту та інновацій
 Науковий керівник – **к.е.н., доц. Трофименко О. О.**
 Міжнародний університет фінансів

КЛАСИФІКАЦІЯ ОСНОВНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з фундаментальних складових ефективного управління підприємством та підвищення його рентабельності є побудова системи бізнес-процесів.

Під бізнес-процесом у широкому значенні розуміється структурована послідовність дій з виконання певного виду діяльності на всіх етапах життєвого циклу предмета діяльності — від створення концептуальної ідеї через проектування до реалізації і результату (здача в експлуатацію об'єкта, постачання продукції, надання послуг, закінчення певної фази діяльності), тобто певний системно-замкнений процес [1, с. 1]. Під ним зазвичай розуміють механізм застосування наявних ресурсів «на вході» з метою отримання прибутку, додаткової цінності, підвищення рентабельності «на виході».

Схематично зобразили бізнес-процеси підприємства на рис. 1.

На «вході» наявні ресурси, які запускають початок процесу, сама причина його виникнення (Inputs). Можуть являти собою технічні вимоги до продукції або послуги, заявка на продаж або закупівлю товарів, вимоги нормативної документації та законодавчих норм, претензії споживачів тощо. Після призначення власника процесу він визначає образ кінцевого результату, формує та розподіляє задачі за системою SMART та залучає необхідні ресурси для ефективного виконання бізнес-процесу (напр. кваліфікована робоча сила, обладнання, залучення незалежних консультантів, організацій тощо).

Операції процесу являють собою безпосереднє виконання робіт – задач із фіксованими термінами. Зазвичай для більшості стандартних бізнес-процесів на підприємствах чітко регламентується послідовність дій, що закріплюється відповідними положеннями, процедурами та наказами по підприємству. «Виходом» бізнес-процесу (Output) є кінцевий системно-замкнений результат діяльності згідно технічного завдання - здача в експлуатацію об'єкта, постачання продукції, надання послуг, закінчення певної фази діяльності. На «виході» правильно побудованих бізнес-процесів збільшуються цінність для споживача і рентабельність (менша собівартість виробництва товару або послуги).

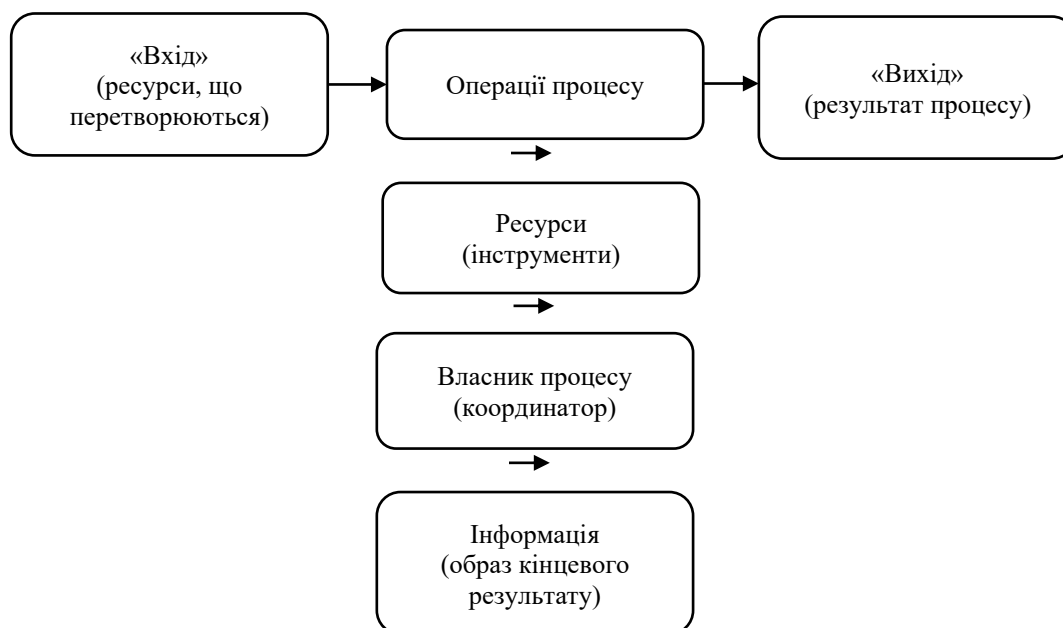


Рисунок 1 – Схема бізнес-процесу підприємства

У випадку, якщо «вхід» та «вихід» знаходяться всередині підприємства, процеси є внутрішніми, якщо поза його межами – зовнішніми.

На даний момент не існує єдиної концепції класифікації бізнес-процесів. У дослідженнях з даного питання відзначились багато дослідників, серед яких Хаммер М., Чампі Д., Брімсон Д., Робсон М., Уллах Ф., Зіндер Е., Кондратьєва В.В., Альошин Б.С., Андерсен Б., Виноградова О.В., Глудкін О.П., Кузнєцов А.І., Тоцький В.І., Цугель Т.М. та інші науковці. Кожне конкретне підприємство, насамперед, визначає набір бізнес-процесів відповідно до специфіки своєї діяльності. Найбільш універсальною є класифікація відповідно до концепції М. Портера, що включає в себе наступні види бізнес-процесів:

- Первинними процесами називаються основні процеси підприємства, що створюють цінність. Ці процеси відносяться до всіх видів діяльності компанії, починаючи зі споживача і закінчуючи постачальниками. Наприклад, випуск та продаж продукції, постачання, маркетинг надання послуг.

- Підтримуючі (допоміжні) процеси безпосередньо не створюють додану цінність. Вони потрібні для забезпечення основних процесів. Такими допоміжними процесами можуть бути, наприклад, управління фінансами і персоналом.

- Процеси управління і розвитку – це такі процеси, які сприяють підвищенню ефективності і результативності основних і підтримуючих процесів. Наприклад, розробка продукції і розвиток постачальника [2, с.26].

Згідно даної класифікації за допомогою первинних процесів у першу чергу можна досягти збільшення прибутків та рентабельності операційної діяльності. Але, з іншого боку, не менш важливу роль відіграють підтримуючі процеси та процеси розвитку. Вони забезпечують ефективний розподіл валового доходу, реалізацію довгострокової стратегії, ефективне управління ресурсами.

Для продуктивного функціонування організації важливо визначити, класифікувати та формалізувати її основні бізнес-процеси. Це дозволить швидко діагностувати вузькі місця в діяльності підприємства та оптимізувати їх.

Список використаних джерел:

1. Лаврененко В. В. Організаційний розвиток підприємства : Навч. Посібник. Київ : КНЕУ, 2005. 247 с. URL: <http://library.if.ua/book/28/1897.html> (дата звернення 15.03.2020).
2. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / пер. с англ. С.В. Ариничева. Москва : РИА «Стандарты и качество», 2003. 272 с.
3. Шеер А. Бизнес-процессы: основные понятия, теория, методы / пер. с англ. Н. А. Михайлова. Москва : Весть – Мета Технология, 1999. 151 с.
5. Портер М. Конкуренция : учеб. пособие / пер. с англ. ред. Я. В. Заболоцкого. Москва : Издательский дом "Вильямс", 2005. 608 с.
6. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. ред. Е. Калининой. Москва : Альпина паблишер, 2008. 720 с.

УДК 338.467.6:79

ДІДИК Б. О.

магістр кафедри фінансів та обліку

Науковий керівник – к.е.н., доц. Докієнко Л. М.

Міжнародний університет фінансів

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КІБЕРСПОРТУ В УКРАЇНІ

Для занять традиційним видом спорту, як правило, потрібен доступ до відповідної локації (стадіон, поле, майданчик тощо), а щоб досягти успіху, майже завжди, потрібно бути великим, швидким, сильним або скоординованим - а ще краще - комбінацією всього разом. Щоб грати у багатокористувацькі відеоігри, все, що потрібно, - це необхідне обладнання та підключення до Інтернету. Спільнота мільйонів гравців в Інтернеті готова грати в будь-яку годину дня. Крім того, для досягнення успіху в кіберспорті фізичні параметри не є настільки важливими, як час реакції, фокус та стратегічне мислення. Тому ми вважаємо, що професійна гра у відеоігри може приваблювати величезну світову аудиторію людей, які можуть дивитися

та вчитися у профі та намагатися вдосконалити свій власний ігровий процес - те, що, на нашу думку, не є можливим для більшості любителів традиційних видів спорту. Оскільки розповсюдження кіберспорту майже на 100% цифрове, шанувальники можуть фактично безкоштовно передавати контент у будь-яку точку світу, що не обтяжено традиційними телевізійними правами, які для більшості професійних ліг західних країн сегментовані за географією та часто дорогі.

Ми вважаємо, що кіберспорт перебуває у перерізі деяких потужних тенденцій: соціальних зв'язків що формуються та підтримуються в Інтернеті, цифрового споживання відео та глобального зростання аудиторії ігор. Забігаючи наперед, ми бачимо численні можливості для державних та приватних інвестицій, які, на нашу думку, отримують користь від структурного зростання кіберспорту, як з точки зору аудиторії, так і, дедалі більше, від монетизації, оскільки необхідна інфраструктура будується для переходу кіберспорту із «Дикого Заходу» спорт до повноцінного професійного спорту.

Загальноприйнято, що вихідним пунктом для кіберспорту став турнір Red Annihilation Quake, який відбувся в 1997 році на виставці Electronic Entertainment Expo під керівництвом Джона Кармака. Вісім учасників змагалися за приз у 5 тисяч доларів та Ferrari 328 GTS. Перемогу здобув Денніс «Треш» Фонг, який вважається першим професіоналом у кіберспорті. З того часу, розмір призових, а отже і інтерес до професійного кіберспорту значно виріс.

Монетизація кіберспорту все ще розвивається та досліджується. Ідея спостерігати за тим, як люди грають ігри, з'явилася не так давно. Але дослідник ринку Newzoo підрахував, що за трансляціями зараз спостерігають 165 мільйонів любителів кіберспорту, причому очікується, що це число до 2021 року досягне 250 мільйонів. Випадкові глядачі до 2021 року приведуть цю цифру до 557 мільйонів.

Це означає, що у кіберспорті є величезний шанс перевершити як доходи, так і глядацьку аудиторію традиційних видів спорту - якщо лише команди, організації, ліги, телерадіомовники, трансляційні майданчики та видавці відеоігор зможуть визначити найкращі бізнес-моделі для монетизації.

У 2018 році, за оцінками Goldman Sachs, щомісячна аудиторія електронних видів спорту сягнула 167 мільйонів людей, ґрунтуючись на даних NewZoo. Це більше за показник Бейсбольної вищої ліги та Національної ліги з хокею. Агентство вважає, що загальна чисельність потенційної аудиторії в Інтернеті складає понад 3,65 мільярда людей у всьому світі, з яких 2,2 мільярда геймерів. Однак глядачі кіберспортивних трансляцій становлять лише 5% онлайнового населення за підрахунками TAM, що говорить про те, що для зростання аудиторії є місце.

До 2022 року, за оцінками Goldman Sachs, аудиторія кіберспорту досягне 276 млн., що аналогічно розміру NFL сьогодні. Завдяки зростаючій популярності ігор на основі виживання по типу Fortnite та PUBG, ми вважаємо, що перегляд eSports все більше переходить у мейнстрім, який повинен підтримувати 14% зростання аудиторії CAGR протягом наступних 5 років. Нещодавно Epic Games оголосили, що ними було виділено 100 мільйонів доларів призового фонду на перший рік турнірів Fortnite eSports, що майже розмір всього призового фонду eSports у 2017 році.

У 2017 році, за оцінками Goldman Sachs, кіберспорт отримав 655 мільйонів доларів річного доходу, включаючи 38% від спонсорства, 14% від прав на засоби масової інформації та 9% від доходів від квитків. Але, до 2022 року очікується, що ліцензування ЗМІ досягне частки у 40% від загального доходу - порівняно із середнім показником чотирьох головних західних спортивних ліг сьогодні - як величезна аудиторія та пов'язаний з цим дохід для створених онлайн-відео платформ, таких як Twitch, YouTube, Douyu та Huuа може підтримувати зростаючу кількість плати за права на ЗМІ, що сплачується вищим видавцям за їхній вміст. Оскільки права ЗМІ та спонсорство продовжують зростати, поряд із формалізацією професійних ліг, очікується, що загальна монетизація кіберспорту до 2022 року досягне 3 млрд. дол. США.

Щодо України, то за останні вісім років Україна та українські кіберспортсмени внесли вагомий вклад у розвитку кіберспорту. Так, велика кількість українців грають у командах, що входять в ТОП10 найкращих команд світу по різним ігровим дисциплінам, таким як DOTA2, CS:GO, LoL.

Однак, незважаючи на перспективність, активний розвиток і маркетинг, фінансова сторона кіберспорту в Україні залишає бажати кращого. Важливо відмітити, що багато брендів, що базуються в Україні вже використовують кіберспорт, як велику рекламну площадку. В Україні сьогодні є дві федерації кіберспорту, які розвивають аматорський і

професійний кіберспорт. Вони займаються популяризацією, проведенням локальних турнірів в Харкові, в Дніпропетровську, в Рівному і інших містах.

Підсумовуючи вищенаведене, можна сказати, що кіберспорт – це спорт майбутнього. А отже, поряд з собою він буде потребувати серйозного розвитку ІТ-індустрії для розробки і підтримки програмного забезпечення, маркетингових-агентств для медіа-підтримки та популяризації такого виду спорту і багатьох інших суміжних галузей.

Список використаних джерел:

1. Games as Sport. The Phenomenon of E-Sport. Cybersport Career as Future. URL :<http://sbt.localization.com.ua/en/article/games-sport-phenomenon-e-sport-cybersport-career-future>.
2. From Wild West to Mainstream. The Goldman Sachs Group, Inc. URL :<https://www.goldmansachs.com/insights/pages/infographics/e-sports/report.pdf>.
3. Tech&Biz Insights. Opportunities to monetize when a new game hits the scene. URL :<https://pyatakov.com/blog/opportunities-to-monetize-when-a-new-game-hits-the-scene>.
4. Drilling deep on how to monetize esports. [Електронний ресурс]/Takahashi, D. URL :<https://venturebeat.com/2018/12/16/drilling-deep-on-how-to-monetize-esports>.
5. Кіберспорт, маркетинг, Україна [Електронний ресурс]: Как выглядит одна из "индустрий будущего" изнутри / Заёнец, А. URL : <https://delo.ua/business/kibersport-marketing-ukraina-kak-vygljadit-odn-354366>.

УДК: 338.28: 658.5

ДОКІЄНКО Л. М.

*к.е.н, доц., доцент кафедри фінансів та обліку
Міжнародний університет фінансів*

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ ІНДУСТРІЇ 4.0 НА ФІНАНСОВІ ПОКАЗНИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Індустрія 4.0 (Industry 4.0) - провідний тренд Четвертої промислової революції, яка відбувається на наших очах.

Характерними рисами Індустрії 4.0 є повністю автоматизовані виробництва, на яких керівництво всіма процесами здійснюється в режимі реального часу і з урахуванням мінливих зовнішніх умов. Кіберфізичні системи створюють віртуальні копії об'єктів фізичного світу, контролюють фізичні процеси і приймають децентралізовані рішення; вони здатні об'єднуватися в одну мережу, взаємодіяти в режимі реального часу, самоналагоджуватися і самонавчатися. Важливу роль відіграють інтернет-технології, що забезпечують комунікації між персоналом та машинами. Підприємства виробляють продукцію відповідно до вимог індивідуального замовника, оптимізуючи собівартість виробництва.

Основними елементами середовища Індустрії 4.0 є: кіберфізична система; автономні роботи; розумне виробництво; адитивне (додаткове) виробництво; Інтернет речей та промисловий Інтернет речей; розумне моделювання; аналіз великих даних; хмарні послуги, сервіси і технології; розширена (або віртуальна) реальність; розумна інфраструктура; Spectrum Technology Platform як сервіс для отримання повного пакету послуг споживачем з інформацією про час, місце, формат; Блокчейн та Биткоїн (Blockchain, Bitcoin) для спільного управління базою даних, яка записує транзакції.

«Цифрові» технології сьогодні вкрай необхідні для зростання ефективності діяльності вітчизняних підприємств, а в деяких секторах економіки вони стають основою продуктивних та виробничих стратегій. Їх перетворююча сила змінює традиційні моделі бізнесу, виробничі ланцюжки та обумовлює появу нових продуктів та інновацій. Цифрові технології та нові аналітичні методи створюють нові можливості у функціонуванні і розвитку підприємств.

Цифрова трансформація бізнесу носить позитивний економічний, технологічний та соціальний характер, і в даному контексті, безумовно, особливу увагу варто приділити моніторингу та оцінці результативності і ефективності заходів політики цифровізації економіки підприємства (табл.1).

**Зміни фінансових показників діяльності підприємства
під впливом технологій Індустрії 4.0**

Фінансові показники	Позитивні зміни (+) чи негативні зміни (-)
Собівартість виробництва та реалізації продукції	(+) Зниження ремонтно-експлуатаційних витрат за рахунок предиктивної аналітики
	(+) Зниження витрат на енергоносії за рахунок «розумного» управління
	(+) Зниження витрат на оплату праці за рахунок заміщення працівників роботами
	(+) Зменшення браку у виробництві за рахунок підвищення точності
	(+) Зниження витрат на запуск виробничих ліній за рахунок виготовлення окремих деталей на основі 3D друку
	(+) Зниження витрат на внутрішню складську логістику за рахунок складських роботів та RFID міток
	(+) Економія витрат на закупівлю сировини, матеріалів тощо
	(+) Скорочення простоїв обладнання
	(+) Зниження витрат на оплату праці лінійних працівників за рахунок використання автоматизованих систем
Управлінські витрати	(-) Зростання витрат на навчання чи перекваліфікацію персоналу для роботи з новими технологіями
	(-) Зростання витрат на консультаційні послуги щодо впровадження нових технологій та організаційну трансформацію
Чистий дохід від реалізації продукції	(+) Підвищення швидкості виведення нових товарів на ринок за рахунок прискорення виробничого циклу
	(+) Зростання якості надання товарів та послуг за рахунок зниження відсотку браку, часу, доставки
	(+) Розширення каналів реалізації продукції
Необоротні активи	(+) Зростання інвестицій в основні засоби (промислові роботи, 3D-принтери, серверне обладнання тощо)
	(+) Зростання інвестицій в нематеріальні активи (програмне забезпечення, ліцензії, патенти)
	(+) Зростання інвестицій в дослідження та розвиток (Research & Development)
Оборотні активи	(+) Скорочення запасів та прискорення швидкості їх обертання
	(+) Скорочення тривалості операційного циклу як за рахунок внутрішніх факторів, так і за рахунок більш повного задоволення споживачів
Капітал	(-) Необхідність залучення додаткового платного позикового капіталу для цифровізації підприємства і, як результат, загроза фінансовій стійкості та фінансовій безпеці підприємства
	(-) Висока вартість позикового капіталу для фінансування цифрових технологій пов'язана з вищим рівнем ризику та, можливо, більш складні умови його залучення
	(+) Додаткові можливості щодо збільшення суми власного капіталу за рахунок збільшення суми чистого прибутку
	(-) зміна політики розподілу чистого прибутку, оскільки акціонерам доведеться відмовитися на певний час від дивідендів на користь фінансування «цифрових» проектів розвитку

Отже, ефективне ведення бізнесу в умовах цифровізації економіки вимагає застосування цифрових технологій у бізнес-процесах, управлінні та бізнес-моделях у цілому, адже здатність підприємств до тривалого функціонування залежить від того, наскільки продуманими є їхні бізнес-моделі з погляду створення споживчої цінності. З іншого боку, цифровізація економіки підприємства в контексті Індустрії 4.0 є певною платформою (механізмом) економічного зростання, що дозволяє завдяки використанню цифрових технологій збільшити продуктивність, покращити ефективність фінансово-господарської діяльності підприємства, максимізувати ключові фінансові показники та вартість підприємства.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт руху «Індустрія 4.0 в Україні». URL: www.industry4-0-ukraine.com.ua
2. Побудова інформаційного суспільства: ресурси і технології: матеріали XVIII Міжнародної науково-практичної конференції, Київ, 19-20 вересня 2019 р. [Електронний ресурс] / МОН України, УкрІНТЕІ [та ін.]. – Київ:УкрІНТЕІ, 2019. 404 с.
3. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. Доповідь українського інститут майбутнього. URL :<https://kray.biz.ua/editor3/89500>.
4. Яненко І. Г. Цифрова трансформація промисловості України: ключові акценти. URL : https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-4_0-pages-179_184.pdf.

УДК 658:0048.1

КАВИЦЬКА Ю.О., ЮЩЕНКО К.В.

Національний технічний університет України

«КПІ імені Ігоря Сікорського»,

Науковий керівник: д.е.н., проф. Іляш О.І.

Міжнародний університет фінансів

м. Київ, Україна

ВПЛИВ СИСТЕМАТИЗАЦІЇ ТА СТАНДАРТИЗАЦІЇ ГРАФІЧНИХ КОРИСТУВАЦЬКИХ ІНТЕРФЕЙСІВ НА РОЗВИТОК ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ

Зауважимо, що провідні фахівці в галузі людино-машинних комп'ютерних систем вже до середини 70-х років усвідомили необхідність формування єдиних підходів до реалізації призначеного для користувача інтерфейсу. У той же час, масове створення складних та дорогих технічних систем і продуктів великою кількістю спеціалістів визначає необхідність чіткої організації, проектування виробництва та достовірного аналізу прогнозування затрат.

Додамо також, що більшість моделей для визначення вартості програмного забезпечення (ПЗ) може бути зведена до функції п'яти параметрів: розміру кінцевого продукту, особливостей процесу, можливостей персоналу, необхідної якості та середовища, яке складається з інструментів і методів для ефективної розробки програмного забезпечення.

Один з важливих аспектів економіки створення ПЗ полягає в тому, що зв'язок між роботою і розмірами визначає оплату за великий масштаб результатом якого є показник експоненти процесу більше одиниці. На відміну від більшості виробничих процесів чим більше ПЗ створюється, тим дорожче воно обходиться в перерахунку на одну одиницю.

До прикладу, для окремих програмних рішень довольного застосування об'ємом в 10 000 рядків обійдеться дешевше в перерахунку на один рядок, ніж програмне рішення об'ємом 100 000 рядків. Припустимо, що для створення 100 000-рядкової системи потрібно 900 людино-місяців, або близько 111 рядків за один людино-місяць, або 1.37 години на один рядок. Якби та сама система складалася з 10 000 рядків при незмінних інших параметрах, то проект оцінювався б приблизно в 62 людино-місяці, або 175 рядків за один людино-місяць, або. 0.87 години на одну рядок [3, с. 56].

Необхідно зазначити, що покращення економіки розробки ПЗ важко досягти та довести, адже в результаті спостереження вони матимуть невисоку цінність. Аналогічно, якщо організація занадто зосереджується на поліпшенні якого-небудь одного аспекту процесу розробки ПЗ, вона навряд чи зможе отримати значний економічний ефект навіть в тому випадку, якщо їй вдасться істотно покращити цей самий аспект [3, с. 205-207].

Разом з тим варто зазначити, що успішний результат буде лише, якщо відбудеться одночасне поліпшення декількох аспектів по взаємозалежних напрямках. Відтак, найважливішими параметрами моделі вартості ПЗ є: зменшення розміру або складності того, що належить до розробки; удосконалення процесу розробки; використання професійно залученого персоналу; використання кращого середовища (інструментарію для автоматизації процесу) та досягнення поступок і компромісів для порогових значень якості.

Розглянемо програмне забезпечення призначене для користувача інтерфейсу. Раніше командам, які розробляють призначений для користувача інтерфейс, довелося б витратити багато часу на аналіз операцій, екранних форм, динаміки зміни екранного уявлення і на облік людського фактора. Все це доводилося виконувати на папері, оскільки переклад

розробок в форму виконаного коду, навіть у вигляді неформальних прототипів, опинявся надзвичайно дорогим. Таким чином, в цьому процесі особлива увага приділялася великому набору паперових матеріалів, отриманих на ранніх етапах розробки, а також досягненню згоди з користувачами для того, щоб вимоги могли бути заморожені і щоб можна було мінімізувати високу вартість розробки [2, с. 117].

Технологія графічного призначеного для користувача інтерфейсу (GUI) є хорошим прикладом інструментарію, що забезпечує застосування нового і зміненого процесу. Інструментарій для побудови GUI дозволяє командам розробників створювати готовий призначений для користувача інтерфейс швидше і з меншою вартістю. Власне, немає необхідності в описах на папері; фактично вони були перешкодою на шляху до підвищення ефективності процесу. Цикли розробки та допрацювання, які зазвичай займали досить багато часу, у сучасних умовах можуть виконуватися за кілька днів або тижнів. Новий процес спрямований на перевірку призначеного для користувача інтерфейсу за допомогою створення декількох реальних версій з постійним внесенням змін, що виникають в результаті зворотного зв'язку з користувачем, і на досягненні стійкого розуміння вимог і проблем розробки у взаємній рівновазі [3, с. 39].

Найбільш часто компоненти, що представляють цінність для повторного використання, переробляються в комерційні продукти, які підтримуються організаціями, що володіють наступними ознаками: економічна мотивація тривалої підтримки та здатність до покращення якості продукту, додають нові можливості і переходять до нових технологій. У них досить широка клієнтська база для того, щоб отримувати прибуток (Рис.1).



Рисунок 1. Накладні витрати

Необхідно зазначити, що більшість компаній не в змозі економічно конкурувати зі сталими комерційними організаціями, чиї інвестиції в великій мірі амортизуються за рахунок клієнтської бази. Відтак, для досягнення успіху на ринку комерційних компонентів організації потрібні три стійких елемента: групи розробників, інфраструктури супроводу та інфраструктури продажів і маркетингу, орієнтованої на продукт.

Економічні показники виробництва програмних продуктів залежать, від складності алгоритмів, розміру комплексу програм і бази даних, які визначають витрати праці і тривалість повного циклу їх виробництва. Основні витрати при проектуванні і виробництві програмних комплексів припадають на матеріалізовану, переважно, інтелектуальну працю фахівців різних категорій. Тому інтерфейси доцільно, по можливості, спрощувати, а також готувати умови для їх перевірок при реальному функціонуванні програм.

Окрім того, при проектуванні користувацького інтерфейсу вихідним рішенням є вибір базових стандартів типів керуючих засобів інтерфейсу, який повинен враховувати специфіку відповідної предметної області. Конкретизація стилю користувацького інтерфейсу здійснюється в нормативних документах галузевого і фірмового рівня. Можлива подальша деталізація дизайну інтерфейсу для певної групи програмних продуктів фірми-розробника. При розробці користувацького інтерфейсу необхідний облік характеристик передбачуваних кінцевих користувачів розроблюваного програмного засобу. Специфікація типу користувацького інтерфейсу визначає тільки його синтактику [4, с. 90].

І, наостанок, додамо, що на економічні характеристики виробництва програмних продуктів значно впливають основні вимоги до їх характеристик якості, який

регламентований у міжнародних стандартах ISO 9126 та ISO 2500. У той же час, використання такого типу стандартів дозволяє скоротити терміни розробки графічних систем і збільшити їх життєвий цикл. Саме тому, досить важливо використовувати загальноприйняті стандарти, які в значній мірі зменшать економічні та трудові витрати на розробку програмних інтерфейсів.

Список використаних джерел:

1. Скопін І. Н. Розробка інтерфейсів програмних систем: "Системна інформатика". вип. 6. Новосибірськ: Наука, 1998. 260с.
2. Боем Б. У. Інженерне проектування програмного забезпечення. Москва : Радіо і зв'язок, 1985. 340с.
3. Ліпаєв В. В. Потапов А. І. Оцінка витрат на розробку програмних засобів. Москва: *Фінанси и статистика*. 1988. С. 212.

УДК 334.027

КОБЗАР В. В.

Студент кафедри економіки та підприємництва

Міжнародного університету фінансів

Науковий керівник – к.е.н., доц. Трофименко О. О.

Міжнародний університет фінансів,

м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Малі та середні підприємства відносяться до провідного сектору ринкової економіки, формують соціальний прошарок підприємців-власників та сприяють послабленню впливу монополій. Динамічний розвиток малого бізнесу дасть той поштовх для економіки, який, за умови створення сприятливих умов для його розвитку, буде формувати конкурентне середовище. Саме тому, розвиток малого бізнесу є одним з пріоритетних завдань в Україні.

Взаємозв'язок держави і малого бізнесу здійснюється на взаємовигідній основі та має довгостроковий характер. При цьому роль держави полягає у забезпеченні високого рівня конкурентоспроможності національної економіки, проведенні прозорої, стабільної, ефективної податкової та регуляторної політики, створенні рівних сприятливих умов для розвитку різних форм бізнесу, включаючи малий, а також всебічній підтримці підприємництва та приватної ініціативи [1].

Основні положення про підприємницьку діяльність визначені в законі України "Про підприємництво" [2].

Відповідно до закону "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 2018 року дамо визначення поняттям "мікропідприємство" та "мале підприємство" [3].

Мікропідприємствами є підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв: балансова вартість активів - до 350 тисяч євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - до 700 тисяч євро; середня кількість працівників - до 10 осіб.

Малими є підприємства, які не відповідають критеріям для мікропідприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом із таких критеріїв: балансова вартість активів - до 4 мільйонів євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - до 8 мільйонів євро; середня кількість працівників - до 50 осіб.

В 2012 р. було прийнято закон "Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва" [4]. Цей закон є підґрунтям для розвитку малого і середнього підприємництва (МСП) в Україні.

Важливим елементом для малого та середнього бізнесу є набуття чинності законів "Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо детінізації розрахунків у сфері торгівлі і послуг" та "Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг", які повинні сприяти зниженню рівня "тіньової економіки" малого бізнесу [5, 6].

Кількість підприємств в Україні не є стабільною, оскільки сукупна кількість підприємств критично реагує на зміни економічних умов: коливання валютного курсу, зміни попиту, політичні відносини, різні економічні фактори, що призводять до нестабільності економіки країни. Кількість зареєстрованих підприємств з 2010 по 2018 наведено на рис. 1. Відповідно до статистичних даних щодо зареєстрованих малих підприємств за період з 2010 по 2018 рр. було виявлено, що найбільша кількість малих підприємств, яка функціонує в галузі оптової та роздрібною торгівлі кількісно зменшила свою частку на ринку з 62% до 50%, в свою чергу варто відмітити стрімкий ріст галузі інформації та телекомунікації з 2,8% в 2010 році до 10,8% в 2018 році, що ж стосується інших галузей малого підприємництва, то в них спостерігається незначний приріст кількості суб'єктів, або ж майже стагнація.

Беручи до уваги рейтинг "Doing Business" можна оцінити легкість ведення бізнесу в Україні. Так, Україна посіла 64 місце. Варто відмітити, що за останні 7 років Україна показує позитивну динаміку в рейтингу - зростання на 88 сходинок. Для порівняння, країни-сусіди Білорусь та Польща займають, відповідно, 49 та 40 місця. Одна з провідних країн ЄС Німеччина посідає 22 місце [7].

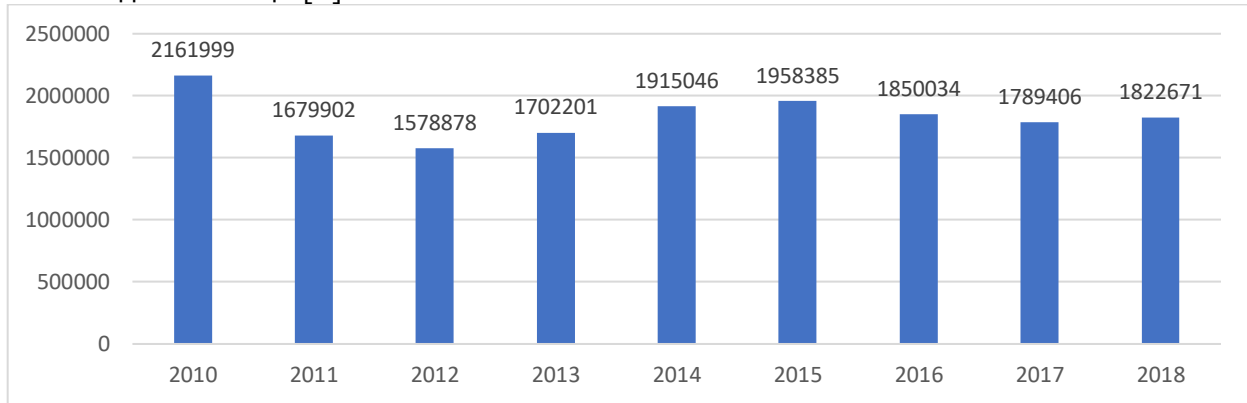


Рисунок 1. Динаміка зміни кількості малого підприємництва в Україні
Джерело: складено за даними [8]

Серед основних проблем, які гальмують розвиток малого бізнесу можна виділити такі як відсутність достатнього стартового капіталу, недосконалість податкової системи, нестабільність умов ведення бізнесу, монополізація окремих видів економічної діяльності та ін. Крім того, зазначимо, що карантинні заходи в Україні 2020 р., направлені на протидію поширення коронавірусної інфекції Covid-2019, та у світі загалом, негативно вплинули на світову економіку і, звісно, малий бізнес особливо зазнає різних трансформацій. Відповідно, це потребує формування додаткових правово-економічних засад та заходів, щоб відновити економіку країни та підтримати підприємців.

Важливим елементом підтримки розвитку бізнесу є приватні та державні організації, що допомагають знайти інвесторів, або ж самі є інвесторами. Так, до складу інфраструктурної підтримки МСБ відносяться такі організації: Технологічний парк "Агротехнопарк", Технологічний парк "Машинобудівні технології", Технологічний парк "Київська політехніка", YEP, Kyiv Global Business Tech Incubator, Greencubator, КУБ, Український фонд стартапів, Sikorsky Challenge, Український союз промисловців і підприємців, Міжнародна бізнес асоціація та ін. [9]. Дані організації дозволили зайняти м. Києву 34 місце в рейтингу сервісу StartupBlink, до якого входять понад 1000 стартап міст світу, також до рейтингу увійшли Одеса 235-те місце, Львів – 299-те, Харків – 435-те та Дніпро – 561-те.

Сьогодні ефективно функціонують програми для МСБ у рамках Horizon 2020, Програми конкурентоздатності підприємств, МСП (Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises – COSME), ЕРАЗМУС+ (загальний бюджет програми на 2014–2020 рр. склав 14,7 млрд євро) [10].

Важливою є міжнародна підтримка малого бізнесу в Україні. З метою ефективного розвитку малого підприємництва в Європі діє «Акт з питань малого бізнесу для Європи», прийнятий Комісією Європейських Спільнот у Брюсселі 25.06.2008 року. Він є основою політики Європейського Союзу з питань функціонування малих і середніх підприємств і спрямований на удосконалення механізму малого підприємництва в Європі, спрощення регуляторного середовища для нього, усунення перешкод для його розвитку. Акт містить 10 принципів, які вважаються важливими для функціонування економіки всього Європейського Союзу: створювати середовища, в якому підприємці та сімейні бізнеси можуть процвітати, а

підприємництво винагороджується; давати другий шанс сумлінним підприємцям, що зіткнулися з проблемами банкрутства; формувати державну політику згідно з принципом «Спочатку думаймо про мале»; зорієнтувати органи державної влади на потреби МСП; адаптувати умови доступу МСП до публічних закупівель та можливостей отримання державної підтримки; полегшувати доступ МСП до фінансування та підтримувати створення правових та бізнес систем своєчасних розрахунків у комерційній сфері; допомагати МСП у більш повному використанні можливостей від єдиного європейського ринку; сприяти підвищенню кваліфікації МСП та всім формам інновацій; підтримувати МСП у перетворенні екологічних викликів в нові можливості; заохочувати та підтримувати доступ МСП до зростання на зовнішніх ринках [11].

Також, Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) та Європейського Союзу (ЄС) запускають кредитну лінію до 300 000 євро призначені для простих проектів та до 3 млн євро - для комплексних проектів для малого та середнього бізнесу в Україні. Програма допоможе підвищити та модернізувати український експортний потенціал [12].

Підсумовуючи вищезазначене, можна стверджувати, що малий бізнес потрібно стимулювати, підтримувати з боку держави на законодавчо-інституційному рівні, підвищувати рівень інвестиційної привабливості шляхом надання кредитів з низькою відсотковою ставкою для створення бізнесу, оптимізацією податків, створенням інформаційних та консультативних центрів для підвищення фінансової грамотності підприємців тощо. Підтримка та стимулювання малого бізнесу є важливим елементом для економіки держави, тому що враховуючи сучасні світові проблеми саме гнучкий малий бізнес забезпечить зайнятість працездатного населення країни.

Список використаних джерел:

1. Малий бізнес в Україні: проблеми та перспективи розвитку [Електронний ресурс] – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0117697-04>
2. Закон України "Про підприємництво" [Електронний ресурс] – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
3. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" [Електронний ресурс] – URL: <https://zakon.help/law/996-XIV/edition16.11.2018#o36>
4. Закон України "Про розвиток та державну підтримку малого і середньопідприємництва в Україні" [Електронний ресурс] – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>
5. Закон України "Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо детінізації розрахунків у сфері торгівлі і послуг" [Електронний ресурс] – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/129-20>
6. Проект Закону про внесення змін до Закону України "Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг" [Електронний ресурс] – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80>
7. DoingBusiness Measuring Business Regulations [Електронний ресурс] – URL: <https://www.doingbusiness.org/en/data/exploreconomies/ukraine>
8. Економічна статистика / Економічна діяльність / Діяльність підприємств [Електронний ресурс] – URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze.htm
9. Бізнес-асоціації [Електронний ресурс] – URL: <http://www.smedevelopment.info/lawsecurity/7/>
10. Як підтримати малий бізнес в Україні [Електронний ресурс] – URL: <https://eba.com.ua/yak-pidtrymaty-malyj-biznes-v-ukrayini/>
11. The small business act for Europe розвитку [Електронний ресурс] – URL: <https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/small-business-act/>
12. Кредитна лінія ЄБРР - EU4Business [Електронний ресурс] – URL: http://www.eu4business.eu/uk/programme/kredyt-na-liniya-yebr-eu4business_

ЛОЗОВА В. А.*Студентка II курсу, ФММ, УП-81**Науковий керівник – к.е.н, доц. Трофименко О. О.**Національний технічний університет України**«Київський Політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»**м. Київ, Україна*

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ «ASSESSMENTCENTER»: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ

Оцінка персоналу – це цілеспрямований процес у системі ефективного управління, який спрямований на пошук та оцінку відповідних знань, умінь, навичок та інших якісних характеристик персоналу підприємства вимогам посади або робочого місця [1]. Оцінка персоналу має на меті порівняння певних характеристик людини та результатів праці з відповідними вимогами та стандартами які встановлені у організації. Окрім цього, слід зазначити що дана процедура є також ефективним елементом управління, мотивації та налагодження комунікаційних зв'язків у організації, саме тому існує багато різнопланових методів оцінки персоналу і в сучасних тенденціях розвитку популярності набирає метод «Assessmentcenter».

Assessmentcenter - процедура призначена для того щоб в спеціально змодельованих ситуаціях, типових для досліджуваної діяльності, виявити проаналізувати і оцінити ступінь вираженості у фахівця професійно важливих якостей, особистих якостей, психологічних особливостей, компетентностей, рівня кваліфікації [2].

Головна мета методу оцінки assessmentcenter виявити та проаналізувати наскільки поведінка учасників відповідає вимогам професійної діяльності, тобто головним предметом оцінювання в першу чергу є саме сформованість у учасників необхідної робочої поведінки. Основна ідея методики: оцінюються діючі співробітники організації або кандидати на вакантні посади. Людям пропонують виконати завдання (вправи), які відповідають найбільш важливим компонентам професійної діяльності або моделюють важливі ситуації професійної діяльності. Як вже відомо, оцінка проводиться групою спеціально підготовлених експертів серед яких обов'язково є спеціаліст професійної діяльності на яку відбувається відбір або працівники якої підлягають оцінці. На основі отриманих результатів в процесі спостереження проводяться дискусії серед експертів, в процесі яких кожен повинен аргументувати свої оцінки і висновки з наведенням прикладів поведінки, якщо виникають розбіжності аби прийти до спільного рішення. Такий підхід оцінки декількома експертами забезпечує достовірність результатів процедури і зводить до мінімуму суб'єктивізм. Після чого виводяться підсумкові оцінки і складається звіт з результатами по кожному учаснику і тоді настає найважливіший етап даної процедури – сесія зворотного зв'язку. Проводяться сесії зворотного зв'язку з кожним учасником (особиста бесіда з спостерігачем-експертом), де зазначаються слабкі і сильні сторони учасника, з наведенням прикладів поведінки, визначаються зони росту, а також необхідні дії для підвищення компетенцій, надаються рекомендації керівництву за підсумками assessmentcenter [3].

Метод асесмент центру дозволяє оцінити реальні якості кандидатів, а також виявити потенційні можливості фахівців шляхом імітування реальних робочих ситуацій. Цей метод оцінки та відбору вважається одним з найточніших так як містить у собі завдання різнопланового характеру, які дозволяють повністю розкрити особистість. За даними Британського психологічного товариства, достовірність результатів оцінки персоналу з використанням технології assessment center є найвищою у порівнянні з іншими методами і становить 80% [4].

Вперше опис процедур схожих на методику assessmentcenter подається в літературі періоду Другої світової війни - таким чином відбирали офіцерів в Німеччині, Великобританії і США. Найперша спроба практично реалізувати ідеї технології даного методу стосовно відбору кандидатів в офіцерську школу була здійснена в Німеччині в 1915 році в лабораторному центрі, який очолював прихильник характерологічного підходу Іоганн Баптист Ріфферт, який спеціалізувався на аналізі паравербальних компонентів мови, особливо таких, як динаміка інтонування і темп мови. Починаючи з 1954 року асесмент-центр як технологія оцінки персоналу широко використовується в світі [4].

Першим прикладом організації була American Telephone and Telegraph Company (AT&T), яка застосувала даний метод оцінки персоналу в рамках дослідницької програми. Для проведення оцінки компанія AT&T побудувала спеціальний будівлю, яка називалася «The Assessment Center». За допомогою запрошеного доктора психології Ельського університету, Дугласа Брея, було проведено багаторічне дослідження і оцінено загалом 100 тис. чоловік. З часом аналогічні програми з'явилися в Standard Oil Ohio, IBM, Sears і General Electric. У 1980 - 1990 рр. близько 2000 компаній використовували асесмент-центри [3].

За даними опитування проведеного Чартерним інститутом персоналу та розвитку (CIPD) станом на 2018 рік 39% роботодавців використовують метод assessmentcenter для відбору менеджерів та кандидатів на керівні посади [5].

Методика assessmentcenter використовується для вирішення різних організаційних завдань: відбір з метою ротації, формування кадрового резерву, оновлення управлінської команди; складання програм індивідуального розвитку, професійна орієнтація; визначення напрямків спільного розвитку (формування управлінської команди, корпоративне навчання); додатковий розвиток тих компетенцій, які підлягають оцінці, професійна адаптація; визначення систем мотивації персоналу [4].

Assessmentcenter, у своїй технології використовує низку взаємодоповнюючих соціально-діагностичних методів: ділова гра, структурована співбесіда, інтерв'ю, бізнес кейс, психометричні і кваліфікаційні тести, «поштовий кошик», групові дискусії, презентація, трудові проби. Розглянемо більш детально деякі з методів.

Першим з них є «поштова корзина» - класична вправа у методиці assessmentcenter. Ця вправа дозволяє виявити здатність кандидата працювати з діловою кореспонденцією (письмовими поштовими надходженнями), а саме швидко обробляти, аналізувати інформацію та визначати її пріоритетність. Поштовий кошик містить 15-20 документів: службові записки, листи, доповіді, опитування тощо. Інформація в документах може стосуватися політики персоналу, фінансових питань, організації роботи підприємства або важливих бізнес-процесів [3].

Наступним методом є метод групових дискусій, який призначений для оцінки здібностей до лідерства, прийняття рішень і роботи в групі. При даному методі 4-8 учасників отримують завдання, яке вони повинні вирішити разом протягом встановленого часу, найчастіше від 0,5 до 1 години [3]. Учасники повинні обговорити проблему і прийти до узгодженого результату. Завдання можуть налаштовувати як на співпрацю, коли одну проблему може обговорювати вся група, і немає протиріч в інтересах окремих членів групи; або на конкуренцію, якщо учасники повинні займати по відношенню один до одного протилежні позиції внаслідок відмінності цілей або обмеженості ресурсів.

Останнім, досить поширеним є метод трудових випробувань, в ході якого моделюються критичні професійні ситуації. Предметом спостереження виступає рішення практичних завдань учасниками та їхня поведінка. Поведінка учасників реєструється спостерігачами на основі попередньо визначених показників [3].

Наразі завдяки розвитку технічних розробок оцінку за технологією assessmentcenter при відборі на посаду можна також здійснювати в онлайн режимі. Учасникам не потрібно приїжджати в конкретне місце у визначений час і вони можуть здавати тести щодо працевлаштування вдома, і зазвичай у той час коли їм зручно. Кандидати повинні вирішувати завдання та тести за допомогою анкетування. Для моделювання стресової ситуації класичного assessmentcenter є застосування часових рамок (вимірювання часу), які є видимою частиною усіх тестів, відлік починається як тільки заявник активує процедуру відбору [6]. Особисті розмови або групові завдання, як правило, не застосовуються, хоча це також можливо за допомогою відеозв'язку. Перевага онлайн-центрів оцінювання полягає в тому, що це економить час і гроші як для заявників, так і для компаній. Недоліком, однак, є те, що немає особистого спостереження за кандидатом, що призводить до більш поверхневого результату, ніж у класичній процедурі.

Отже, можна зробити наступні висновки, що assessmentcenter – це набір сучасних методів та технологічних інструментів оцінки персоналу; головними перевагами методики є висока поведінкова і прогностична достовірність; використання цілого комплексу соціально-діагностичних методів, моделювання реальних робочих ситуацій та оцінка усіх компетентностей декількома експертами забезпечують високу об'єктивність та точність результатів. Окрім цього дана методика дозволяє налагодити комунікаційні зв'язки в організації завдяки сесіям зворотного зв'язку та на основі отриманих результатів сформувати індивідуальні плани розвитку працівників та сформувати систему мотивації.

Список використаних джерел

1. Єжелій Ю. О. Поняття і сутність категорії «оцінка персоналу». *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. 2012. № 39. – URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Vlca_ekon_2012_39_30.pdf.
2. Базаров Т. Ю. *Технология Assessmentcentre. Менеджер по персоналу*. 2006. № 8. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/08/23/1215101555/Bazarov1.pdf>.
3. Бурмистров С. В., Тихоновская С. А., Самыгин С. И. Ассесмент-центр как новая технология в системе управления персоналом. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2017. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/assessment-tsentr-kak-novaya-tehnologiya-v-sisteme-upravleniya-personalom>.
4. Довгань Л. Є., Ведута Л. Л., Мохонько Г. А. Технології управління людськими ресурсами: підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 512 с. – URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/25275/1/TULR_navch_posibn.pdf.
5. Hook C., Jenkins A. *Introducing human recourse management*. – URL: https://books.google.com.ua/books?id=_e2hDwAAQBAJ&pg=PT328&lpg=PT328&dq=assessment+center+cipd+survey&source=bl&ots=CgNgu22xOr&sig=ACfU3U3cxFbCIwvobtlKvIMz0IWkP5qojA&hl=uk&sa=X&ved=2ahUKEwjTwsXsiKroAhUProsKHbFIBdYQ6AEwDHoECAsQAQ#v=onepage&q=assessment%20center%20cipd%20survey&f=false.
6. Геранюшкина Г. П. Особенности технологии ассесмент-центров. *Сибирский психологический журнал*. 2005. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-tehnologii-assessment-tsentro>.

JEL Classification System: O31

ОБЕЛЕЦЬ Т. В.

к.е.н., ст. викл.

Національний технічний університет України
«Київський Політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»,

КАЛЮК І. В.

студентка гр. УП-81, ФММ,

Національний технічний університет України «Київський Політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ APPLEPAY У СУЧАСНОМУ ЖИТТІ

У тезах проведено аналіз технології Apple Pay, окреслено її переваги та недоліки для користувачів різних країн. Викладено можливості використання системи споживачами у повсякденному житті задля полегшення та удосконалення проведення грошових операцій. Розглянуто спосіб та принцип роботи даного інструменту, його безпечність, сумісність із різними бездротовими зчитувачами та електронними пристроями. Запропоновано подальші можливості розвитку Apple Pay вченими та дослідниками, можливість ширшого застосування технології у житті кожного користувача, впровадження системи у якомога більшу кількість країн-користувачів. Дана робота підкреслює важливість сучасних технологій у всіх сферах повсякденного життя модернізованого члена суспільства і широкі можливості зробити його безпечним, комфортним та простим.

Із розвитком інформаційних технологій з'являється все більше нових можливостей, гаджетів, опцій та програм, які націлені на полегшення життя сучасної людини. Технологія ApplePay є саме такою. Зручно оплатити проїзд в метро, просто піднісши екран телефону до спеціально обладнаного зчитувача, а не стояти в черзі за жетоном. Подвійна користь – економія часу та турбота про екологію нашої планети. Дана тема є дуже актуальною сьогодні, оскільки люди розділились на активних користувачів оплатою телефоном та тих, хто «лише чули» про це. Тому особисто для мене стало цікавим розглянути питання про те, як працює магічний дотик, переваги та недоліки використання технології Apple Pay та перспективи її розвитку.

ApplePay – це система мобільних платежів від корпорації Apple. Була представлена 9 вересня 2014 року. [1] За допомогою програм Apple Pay користувачі гаджетів Apple можуть оплачувати покупки за допомогою технології NFC в поєднанні з Apple Wallet та Touch ID.

Використовуючи програму Apple Wallet, користувач зберігає реквізити своїх рахунків прямо у свій девайс, захищає дану систему за допомогою пароля або TouchID/FaceID і сміливо здійснює покупки. [2]

Оплати за допомогою ApplePayздійснюються у магазинах, додатках, на сайтах.

Цей дотик працює за допомогою системи NFC. NFC (NearFieldCommunication) – це метод бездротової передачі даних та інформації. Технологія досить проста – виникла на основі технології радіочастотної ідентифікації RFID (Radiofrequencyidentification), чіп NFC працює як ланка бездротового з'єднання. Як тільки він активується іншим чіпом, невеликі обсяги данихможуть бути передані між двома пристроями, коли вони утримуються на відстані кількох сантиметрів один від одного. Для сполучення не потрібно жодного коду з'єднання. А оскільки чіп NFC працює на дуже низькому рівні потужності (або пасивно), він набагато енергоефективніший, ніж інші типи бездротового зв'язку. [3]

ApplePay сумісна з безконтактними зчитувачами VisaPayWave, MasterCardPayPass, AmericanExpressExpressPay.

Пристрої, що підтримують Apple Pay: iPhone 6, iPhone 6 Plus, iPhone 6S, iPhone 6S Plus, iPhone SE, iPhone 7, iPhone 7 Plus, iPhone 8, iPhone 8 Plus, iPhone X, iPad Air, iPad Pro, Apple Watch.[4]

Розглянемо переваги та недоліки технології ApplePay. До переваг можна віднести наступне:

- Споживач може використовувати технологію ApplePay для здійснення платежів прямо в повідомленнях або за допомогою Siri.

- Не потрібно завантажувати особливих додатків, просто використовувати карти, які зареєстровані у AppleWallet.

- Apple PayCash. Коли користувач отримує гроші, вони додаються до картки Apple Pay Cash, яка живе в додатку Wallet. Споживач може відразу ж почати використовувати готівку для здійснення покупок за допомогою Apple Pay в магазинах, в додатках і в Інтернеті. Також можна перевести залишок грошових коштів Apple Pay Cash на банківський рахунок.

- Використання ApplePay є набагато швидшим та зручнішим, ніж використання кредитної або дебетової картки. Використовувати ApplePay можна всюди, де присутні такі символи:

- ApplePay можна використовувати у будь-яких додатках – для оплати проїзду, доставки їжі або навіть для покупки квитків. Особисто для мене ApplePay – дуже зручний спосіб оплати квитків на літак, оскільки після онлайн реєстрації квиток зберігається у додатку Wallet, що зводить до нуля вірогідність загубити або втратити його.

- Використовуючи дану технологію для оплати покупок на сайті, споживач не повинен заповнювати анкети або створювати акаунти.

- Безпека при використанні. При здійсненні покупки Apple Pay використовує номер пристрою і унікальний код транзакції. Так що номер картки не зберігається ні на пристрої, ні на серверах Apple. А отже компанія ніколи не ділиться інформацією про картки своїх користувачів з продавцями. При оплаті дебетовою або кредитною картою Apple Pay не зберігає відомості про транзакції, які можуть бути прив'язані до користувача. При використанні Apple Pay Cash інформація зберігається тільки для усунення неполадок, запобігання шахрайства і в нормативних цілях.

- Також у AppleWallet можна додати студентський квиток, щоб швидше отримувати доступ до таких місць, як гуртожиток або бібліотека, або здійснювати інші операції на території кампусу. [1]

Недоліки використання Apple Pay:

- Споживач швидко звикає до використання таких зручних технологій як ApplePay. На власному прикладі хочу зазначити, що досить часто відбувається ситуація, коли єдиною наявною можливістю оплати продукту або послуги при собі є лише телефон. А так як не всі магазини, автомати, мережі обладнані цією технологією, то через її недостатню популярність страждає багато користувачів.

- В Україні лише 20 банків підтримують Apple Pay. [5] Тому, щоб використовувати цю технологію, мені довелося відкрити картковий рахунок у іншому банку.

Сьогодні користувачів Apple Pay можна зустріти у таких країнах світу як США, Велика Британія, Канада, Австралія, КНР, Сінгапур, Швейцарія, Франція, Гонконг, Росія, Нова Зеландія, Японія, Іспанія, Ірландія, Тайвань, Італія, Сан-Марино, Ватикан, Швеція, Данія, Фінляндія, ОАЕ, Бразилія, Україна, Польща, Норвегія, Бельгія, Німеччина, Індія, Південна Корея.

Перша країна, у якій було здійснено запуск технології – США. Дата презентації - 20 жовтня 2014. А в Україні технологію було презентовано 17 травня 2018.

Говорячи про перспективу розвитку технології Apple Pay на основі спостережень дослідників та розробників, слід виділити головний шлях розвитку – залучення користувачів в нових країнах та популяризація технології у країнах, де нею уже активно користуються.[6] Наприклад, корисною буде співпраця з більшою кількістю всесвітньо відомих мереж, оскільки це допоможе вплинути на страх консервативних споживачів та власників торговельних мереж/сайтів перед використанням Apple Pay. Позитивно вплине залучення більшої кількості банків до використання та підтримки технології. По-третє, співпраця з державними установами, що надають послуги – громадський транспорт (оснащення технологією метро в країнах Європи, автобуси та маршрутки в Україні) , податкові інспекції, фіскальні служби та інші полегшила б життя багатьом користувачам та активно залучила б нових.

Звичайно, не варто забувати і про можливе поєднання Apple Pay з розвитком рішень Apple в області штучного інтелекту, такими, наприклад, як Proactive. [7] В рамках даної моделі девайс буде запам'ятовувати звички користувачів і своєчасно пропонувати персональні рекомендації. Наприклад, резервування столика в улюбленому ресторані в певний час або виклик розумного автомобіля в потрібне місце. Подальші дослідження є цікавими та актуальними у зв'язку з прискореним розвитком сучасних технологій.

Список використаних джерел:

1. Apple представляет Apple Pay. *Apple*: веб-сайт. URL: <https://www.apple.com/ru/newsroom/2014/09/09Apple-Announces-Apple-Pay/> (дата звернення 14.10.2019).
2. Cashless made effortless. *Apple*: веб-сайт. URL: <https://www.apple.com/apple-pay/> (дата звернення 14.10.2019).
3. What is NFC? Everything you need to know. *Techradar*: веб-сайт. URL: <https://www.techradar.com/news/what-is-nfc> (дата звернення 14.10.2019).
4. Apple Pay Launches in 13 More European Countries, Sparkassen and Volksbanken in Germany Later This Year. *MacRumors*: веб-сайт. URL: <https://www.macrumors.com/2019/06/26/apple-pay-launches-in-13-additional-european-countries/> (дата звернення 14.10.2019).
5. Европейские и ближневосточные банки, включенные в систему Apple Pay. *Apple*: веб-сайт. URL: <https://support.apple.com/ru-ru/HT206637> (дата звернення 14.10.2019).
6. Год спустя: итоги работы Apple Pay в Украине. *PaySpace*: веб-сайт. URL: <https://psm7.com/fintech/itogi-raboty-apple-pay-v-ukraine.html> (дата звернення 14.10.2019).
7. Как Apple Pay влияет на платежную индустрию? *Habr*: веб-сайт. URL: <https://habr.com/company/payonline/blog/304332/> (дата звернення 14.10.2019).

УДК 658:0048.1

ПЕТРОВИЧ Н. Г.

*студентка кафедри теоретичної та прикладної економіки,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

ТРОФИМЕНКО О. О.

*к.е.н., доц.
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
Міжнародний університет фінансів*

СУЧАСНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ В ГЛОБАЛЬНИХ КОМПАНІЯХ

В сучасних умовах праці важливу роль на підприємстві відіграє ефективна мотивація персоналу, адже саме вона забезпечує збільшення продуктивності праці і забезпечення довгострокової роботи на підприємстві. Саме тому запровадження та удосконалення мотиваційних програм на підприємстві є одним з основних завдань для підвищення ефективності його діяльності. У загальному розумінні мотивація – це сукупність рушійних сил, що стимулюють людину до виконання визначених дій. Ці сили можуть мати як зовнішнє, так і внутрішнє походження і змушувати людину свідомо або несвідомо робити ті або інші вчинки [5]. Розрізняють матеріальну і нематеріальну мотивації персоналу. Під матеріальною мотивацією слід розуміти прагнення достатку, певного рівня добробуту, матеріального стандарту життя. Прагнення людини до поліпшення свого добробуту зумовлює необхідність збільшення трудового внеску, а отже, і збільшення кількості, якості та результативності праці [6]. Нематеріальна мотивація — це процес спрямований на немонетарне заохочення та формування корпоративного духу працівників, що сприяє підвищенню зацікавленості персоналу в якості своєї роботи та підвищенні економічної безпеки підприємства [7]. Розглянемо сучасні мотиваційні програми персоналу на прикладі глобальних українських та зарубіжних компаній: Google, Apple, Microsoft, BBH, Vodafone.

GoogleInc – це американська транснаціональна публічна корпорація, яка інвестує кошти в інтернет-пошук, хмарні обчислення і рекламні технології. Google в першу чергу найбільше цінують своїх працівників та вважають, що саме вони формують, змінюють, розвивають і підтримують внутрішню культуру їхньої компанії. В цій компанії використовують різноманітні, специфічні та особливі мотиваційні програми персоналу. До таких програм відноситься як матеріальна так і нематеріальна мотивація. За кожну реалізовану ідею працівник отримує грошову компенсацію. Якщо спеціаліст запрошує на роботу в компанію свого друга і він підходить на обрану вакансію, то він отримує \$2 тис. Компанія оплачує своїм працівникам лікування зубів. При переїзді в швейцарський офіс Googleоплачує працівнику оренду квартири за місяць, дві неділі оренди автомобіля, курси англійської, німецької або швейцарської (на вибір), інтернет в новій квартирі і будь-яке спортивне захоплення нового працівника. В компанії також є велика система субсидій – цілий список, який щорічно коректується і доповнюється. Відповідно до цього списку компанія оплачує від 10% до 90% різних сервісів і захоплень працівника: від масажу до складних медичних операцій. Також компанія оплачує святкові заходи і вартість костюмів для них. [1]

Компанія Apple – це американська корпорація, яка займається розробкою та виробництвом комп'ютерів, телефонів, аудіоплеєрів та програмного забезпечення. В компанії проводять такі заходи, щоб якнайкраще догодити своїм працівникам та змотивувати їх на роботу і робить все для того, щоб вдосконалювати та змінювати мотиваційні програми. Знижки: працівники Apple отримують 25% знижки на музичні плеєри iPod, комп'ютери і планшети iPad. Турбота про сім'ї працівників компанії: майбутнім матерям надається 14-недільна оплачувана в повному розмірі відпустка до і після родів. Розваги: в компанії є власний пивний бар для працівників, в якому вони отримують безкоштовні напої та відпочивають. Також компанія часто запрошує відомих музикантів і влаштовує концерти для працівників. Спорт: кожного року компанія Appleнадає сертифікати на 300 доларів своїм працівникам, які вони витрачають на заняття в спортивних клубах.[2]

Компанія Microsoft – це транснаціональна компанія, яка займається виробництвом програмного забезпечення для різних видів обчислювальної техніки. Для підвищення продуктивності праці своїх працівників компанія провела аналіз системи мотивації

працівників і внесла глобальні зміни в процес її реалізації. Попередня система мотивації Stack rating передбачала систему ранжування працівників на хороших і поганих. Відповідно до цієї системи навіть якщо команда працівників досконало виконала роботу, менеджеру з персоналу все одно доводилось обирати тих хто впорався краще з роботою, а хто гірше і передбачалося, що кращі працівники отримували премії і винагороди, а всі інші нічого. Така система мотивації призвела до низки проблем, однією з головних було те, що працівники намагалися конкурувати всередині команди, а не з іншими командами-суперниками.

Сучасна система мотивації являє собою роботу над минулими помилками і передбачає націленість на мікроклімат в колективі, дружню командну роботу та індивідуальний ріст і розвиток окремих працівників. Особливостями мотиваційної програми є те, що компанія надає довгострокову оплачувану відпустку, медичне страхування і карту в спортивний клуб. Також оригінальним видом мотивації є те, що двічі на рік компанія влаштовує закриті наукові виставки лише для працівників корпорації, на який кожен з робітників компанії може представити свій проект.[3]

Компанія BBH є ексклюзивним українським дистриб'ютором зарубіжних і вітчизняних марок. Одна з небагатьох українських компаній, яка створює креативний та нестандартний підхід до формування мотиваційних програм персоналу. У цій компанії найуспішнішим за підсумками півріччя працівникам відділу продажу крім грошової премії надається можливість три години пограти в боулінг або більярд. Також таких співробітників щомісяця нагороджують суттєвими подарунками. Крім того, найуспішніший працівник протягом шести місяців може не дотримуватися в робочий час ділового дрес-коду і не відповідати на дзвінки начальства після 18.00.

Компанія Vodafone, яка займається наданням послуг у сфері телекомунікацій, мотивує своїх працівників, розвиваючи їхні таланти і організувала проект «Ліга чемпіонів Vodafone Україна». Метою заходу є заохочення працівників компанії, що досягли у своїх захопленнях великих успіхів. Переможці, яких визначали всі працівники шляхом голосування, отримують «корисні» призи — незамінні для їхнього хобі предмети. У Vodafone персонал преміюють за роботу над чужими помилками і нагороджують спеціальними призами. [4]

Таким чином, саме мотивація персоналу на підприємстві дає змогу раціонально використовувати матеріальні ресурси на підприємстві, реалізовувати і покращувати роботу наявних працівників та заохочувати нових спеціалістів. Ефективність мотиваційних програм залежить від постійних змін та індивідуального підходу до кожного працівника компанії.

Список використаних джерел:

1. Корпоративная культура и кадровая политика компании Google [Електронний ресурс] // EFKOGroup – Режим доступу до ресурсу: http://www.efko.ru/kadry/international_corporate_culture/10564/.
2. Хижняк Н. Чем Apple мотивирует своих сотрудников? [Електронний ресурс] / Николай Хижняк. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://appleinsider.ru/apple-v-licax/chem-apple-motiviruet-svoix-sotrudnikov.html>.
3. Попсулин С. В Microsoft корпоративная революция. Упразднен «самый деструктивный процесс» в компании [Електронний ресурс] / Сергей Попсулин – Режим доступу до ресурсу: <https://old.ht-lab.ru/cms/component/content/article/1-articles/102198-03122013>.
4. Черкашина Д. Нестандартна мотивація [Електронний ресурс] / Д. Черкашина – Режим доступу до ресурсу: http://www.aratta-ukraine.com/text_ua.php?id=1116.
5. Никифоренко В.Г. Управління персоналом: Навчальний посібник. 2-ге видання, виправлене та доповнене. Одеса: Атлант, 2013. 275 с.
6. Колот А.М. Мотивація персоналу: підручник / А. М. Колот. – К.: КНЕУ, 2005. – 50с.
7. Дуда С. Т., Кіцак Х. Р. Мотивація та результативність праці персоналу підприємства: їх сутність та взаємозв'язок. *Науковий вісник НЛТУ України*: Збірник науково-технічних праць. 2010. Вип. 2014 С. 188—193.

СЕМЕНЧЕНКО Н. В.

*д.е.н., професор,
професор кафедри теоретичної та прикладної економіки
Національний технічний університет України «Київський Політехнічний інститут
ім. Ігоря Сікорського»*

ЕКОНОМІКА ІТ: ОГЛЯД РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ІТ СФЕРИ

В останні часи Україна не тільки розвиває свій власний ринок інформаційних послуг, а також доволі успішно завойовує світовий ринок інформаційних технологій (ІТ) [1-3]. Українські спеціалісти є одними з найкращих у світі в багатьох напрямках ІТ, таких як: кібербезпека, алгоритмістика, архітектура програмного забезпечення (ПЗ) [1]. Математична та технічна підготовка українських спеціалістів вважається однією з найкращих у світі. Такі університети України як: НУ «Кієво-Могилянська Академія», КНУ «ім. Тараса Шевченка», НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського», Херсонський Національний Технічний Університет випускають високоякісних спеціалістів. Звертаючи увагу на ці фактори, зовсім не дивно, що український ринок ІТ зростає з року в рік.

Варто зазначити, що наявність висококваліфікованих спеціалістів в різних напрямках ІТ індустрії приводить до зростання впливу інформаційних технологій на економічні можливості нашої держави, посилення її інвестиційного потенціалу. Відтак, поява філіалів таких міжнародних гігантів як: Luxoft, Global Logic (2000-ний рік), EPAM (2002-ий рік), Microsoft (2003-тій рік) закріпило за Україною статусу учасника міжнародного ІТ ринку. Вже пізніше в Україні з'явилися філіали таких компаній як Crytek (2005-тий рік) та Ubisoft (Київський офіс у 2008-мому році та Одеський – 2018-тий рік). Ці компанії не тільки створюють робочі місця, але й заохочують до роботи молодих спеціалістів, не тільки випускників ІТ кафедр, й а пошукачів, які приходять в ІТ з інших галузей. Крім того, ще одним позитивним аспектом є поява як внутрішніх курсів при самих компаніях, так і компаній, що займаються підготовкою та акредитацією спеціалістів. Як результат, в Україні були засновані такі відомі компанії як Inforpulse (1991-ий рік), GSC Game World (1995-ий рік), Ciklum (2002-ий рік), 4A Games (2005-ий рік), Blackwood (2019-ий). Великі компанії, такі як Samsung та Huawei відкривають в Україні власні дослідницькі центри, запрошуючи на роботу досвідчених розробників, а також – бакалаврів та магістрів. Вмісті з тим, такі компанії як: Ciklum, EPAM, Luksoft та Global Logic відкрили свої власні дослідницькі центри, що свідчить про високий рівень довіри до українських спеціалістів та тенденції щодо розвитку українського ринку ІТ.

У відповідності з вказаним вище, ми маємо можливість дослідити позитивну динаміку розвитку ІТ за результатами досліджень української ІТ спільноти Developers of Ukraine (надалі - DOU). У 2016-тому році в Україні було приблизно 100 тисяч спеціалістів, у 2017-тому - 127 тисяч спеціалістів, а у 2018-тому 160 тисяч. Зростання на 60% за період з 2016-того по 2018-тий рік, та на 26% за 2018-тий рік. У 2011-тому кількість ІТ спеціалістів сягала 38 тисяч, тобто, ринок ІТ в Україні за 8 років виріс на 72%. Вже у 2020 році прогнозується 200 тисяч спеціалістів [4]. Такий швидкий ріст індустрії зумовлений не тільки появою на території країни ІТ гігантів, а й переходом до сучасних методів та інструментів, інформатизації процесів, делегування рутинної роботи автоматизованим системам, що, по-перше — надає можливість звільнити додаткові інтелектуальні ресурси, а по-друге — створити попит на самі автоматизовані системи. Поряд із зазначеним, слід зауважити, що незважаючи на те, що в Україні більшість компаній працює по принципу аутстафінгу – утриманню ІТ спеціалістів як сторонніх підприємців, що надають компаніям послуги, сфера ІЕ займає доволі значну частку в ВВП. Більш того, спеціалісти зазначають, що частка ІТ в ВВП України буде зростати з часом, оскільки компанії відходять від практики аутсорса до створення та підтримки власних продуктів. На даний момент основним споживачем аутсорса послуг ІТ компаній є США – 70%, Ізраїль – 5%, Німеччина та Великобританія – 7%, країни ЄС (Без Німеччини) – 7% [5].

Суттєвий внесок в економіку надають не тільки великі компанії, а й середні та менші підприємства, загалом – веб студії, стартапи, а також – вузькоспеціалізовані підприємства. Прикладом такої вузькоспеціалізованої компанії є заснована у 2003-тньому році компанія ModuleWorks, яка займається розробкою та підтримкою CAD/CAM рішень для таких компаній Siemens та Boeing. Компанія Materialise – займається розробкою рішень для 3D друку та є

одним зі світових лідерів в цьому напрямку. Слід також, сказати про таку компанію як Ring INC – дочірня компанія Amazon, що спеціалізується на розробці ПО для розумних домів та домашньої безпеки. В перспективі Українське ІТ виглядає одним з основних рушіїв економіки країни. Частка ІТ в ВВП країни буде зростати з часом (до 5.7% у 2020 році) [5], поява державних курсів та офіційних акредитацій для ІТ спеціалістів дозволить ринку стати ще більш відкритим для нових спеціалістів та інвесторів [2]. Вже зараз можна дослідити тенденцію щодо переходу великих та середніх українських компаній від аутсорса до розробки та підтримки власних продуктів, що обумовлює закріплення України на світовому ринку ІТ не тільки з точки зору якості спеціалістів, а й з точки зору економічного вкладу. Тим часом, галузеві тенденції Українського ІТ нічим не відрізняються від світового, в останні роки популярними стали: машинне навчання, автоматизація, веб сервіси [1,3,5]. Головними центрами ІТ в Україні залишаються: Київ, Харків, Львів, Одеса, Дніпро [4].

Слід зазначити, що поряд з позитивною динамікою розвитку ІТ в Україні залишається низка проблем яка ускладнює цей процес. Так, гірші умови життя у порівнянні з іншими країнами, які пропонують комфортні умови для ІТ спеціалістів, а інколи – дотації молодим компаніям. До списку таких країн можна ввести: Канада, Німеччина, Австрія, Бельгія, Чехія, Австралія, Мальта, Польща, Голландія, а також, частково – США, Китай, Великобританія. Досить високі податки для приватних підприємців (ФОПів, котрих серед ІТ спеціалістів - більшість). Більш того, аналіз сучасної ситуації в ІТ сфері надає можливість визнати, що загальні економічні тенденції призводять до того, що кількість висококваліфікованих спеціалістів, які від'їжджають за кордон становить приблизно від 5 до 10 тисяч на рік [4, 6].

Дефіцит кадрів, а саме висококваліфікованих, підштовхує Міністерство цифрової трансформації спростити імміграцію в Україну п'яти тисячам іноземців, спеціалістам ІТ сфери, через дефіцит кадрів [4]. Але, вітчизняні фахівці мають сумніви щодо означеної ініціативи та зазначають, що в першу чергу, варто сфокусуватись на рівні життя в країні, оскільки у своїй більшості люди переїжджають за вищою якістю життя, навіть якщо в Україні будуть нижчі податкові умови та вигідні фінансові, з точки зору затрат на життя та доходів ймовірність, що наші спеціалісти будуть менше виїжджати, а іноземні приїжджати, навіть без жодних квот, дуже низька. Крім того, спеціалісти зазначають, що кількість ІТ спеціалістів дійсно зростає з кожним роком, але висококваліфікованих серед них дуже мало, оскільки суттєвою проблемою є освіта в Українських вищих навчальних закладах. Викладання, знання студентами базових фундаментальних предметів залишається на високому рівні, в той час як спеціалізовані курси викладаються гірше. Через це, отримати висококваліфікованого спеціаліста в Україні або досить важко або досить затратно. Саме тому, основний внесок в навчання молодих спеціалістів вносять ініціативи самих компаній або студентів: менторство на робочих місцях, самонавчання, комерційні внутрішні та зовнішні курси, приватні спеціалізовані заклади, MOOC (Massive Open Online Courses). Таким прикладом, можуть такі навчальні заклади: Unit.Factory, Академія «КРОК», MOOC платформи: EDX, Coursera, Prometheus.

Отже проведене дослідження свідчить про значний потенціал розвитку Іт сфери в Україні, проте наявність значних проблем ускладнює цей процес та підтверджує нагальну необхідність змін у системі підтримки сфери ІТ.

Список використаних джерел:

1. Ukraine Ranks 1st Among Software Development Outsourcing Providers in CEE DAXX. URL : <https://www.daxx.com>(дата звернення: 07.04 2020).
2. Four countries to outsource software development *Relevant Software*. URL : <https://relevant.software>(дата звернення: 09.04.2020).
3. Рощина Н.В., Черненко Н.О. ДО ПИТАННЯ ВПЛИВУ ІТ-СИСТЕМ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ. *Ефективна економіка*. 2016. No 4.URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4884>(дата звернення: 10.04.2020).
4. РИНОК ПРАЦІ 2018: рекордні темпи росту і 160 тисяч спеціалістів *Developers of Ukraine*. URL : <https://dou.ua/>(дата звернення: 09.04.2020).
5. ІТ-потенціал України та інвестиції: скільки потрібно і скільки можна. І що матиме позитивний вплив на галузь ІТ у подальшому. *Mind*. URL:<https://mind.ua/>(дата звернення : 11.04.2020).
6. Дефіцит на ринку штовхає Україну до «імпорту» айтішників. URL:<https://www.radiosvoboda.org/a/deficyt-na-rynku-it-shtovhaie-do-importu/30467594.html> (дата звернення : 10.04.2020).

ТРЕТЬЯКОВ Л. В.

студент гр. СБ-81-2М

кафедри менеджменту та інновацій

Науковий керівник - **д.е.н., доц.Дорошкевич Д. В.**

Міжнародний університет фінансів

INDUSTRY 4.0, ЯК ПРОВІДНИЙ ТРЕНД «ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ»

Характерні риси Індустрії 4.0 - це повністю автоматизовані виробництва, на яких керівництво всіма процесами здійснюється в режимі реального часу і з урахуванням мінливих зовнішніх умов. Кіберфізичні системи створюють віртуальні копії об'єктів фізичного світу, контролюють фізичні процеси і приймають децентралізовані рішення. Вони здатні об'єднуватися в одну мережу, взаємодіяти в режимі реального часу, само-налаштовуватися та самонавчатися. Важливу роль відіграють інтернет-технології, що забезпечують комунікації між персоналом і машинами. Підприємства виробляють продукцію відповідно до вимог індивідуального замовника, оптимізуючи собівартість виробництва.

Smart Factory - розумне виробництво [1].

Поняття «розумна фабрика» (Smart Factory), «розумне виробництво» (Smart Manufacturing), «фабрика майбутнього» (Factory of the Future) з'явилися зовсім недавно і поки не мають строго визначених значень. Зараз вони використовуються як синоніми, хоча поняття «фабрика майбутнього» більш об'ємно і включає в себе не тільки «розумні виробництва», але також віртуальні та цифрові підприємства (див. нижче).

«Розумне виробництво», поряд з «Промисловим Інтернетом Речей», лежить в основі Індустрії 4.0 (Industry 4.0). Таку назву отримала програма німецького уряду з розвитку високих технологій. Характерна риса Індустрії 4.0 - повністю автоматизовані виробництва, на яких керівництво всіма процесами здійснюється в реальному масштабі часу і з урахуванням мінливих зовнішніх умов [2].

Фабрики майбутнього (Factory of the Future) прийнято поділяти на три основні типи - цифрові (Digital), «розумні» (Smart) і віртуальні (Virtual).

Digital Factory (цифрові фабрики). Їх основне завдання - розробка моделей, що випускаються з використанням засобів цифрового проектування і моделювання. Названі засоби починають використовувати ще на стадії досліджень і розробок, а закінчують створенням «цифрового макета» (Digital Mock-Up, DMU), «цифрового двійника» (Digital Twin), досвідченого зразка, випуском дрібної серії або окремих виробів, кастомізованих під вимоги замовника.

Smart Factory («розумні» фабрики) націлені на серійний випуск виробів, але при збереженні максимальної гнучкості виробництва. Забезпечується це завдяки високому рівню автоматизації і роботизації підприємства. Широко застосовуються автоматизовані системи управління технологічними та виробничими процесами. Технології «Промислового Інтернету Речей» забезпечують взаємодію обладнання між собою. Виробничі активи підприємства, забезпеченого датчиками і засобами зв'язку, що працюють по протоколу IPv6, здатні випускати продукцію майже (або зовсім) без участі людини. Справитися з різко збільшеними потоками інформації, які надходять від датчиків і автоматизованих систем управління, дозволяють технології обробки великих даних [3].

Virtual Factory (віртуальна фабрика) - це мережа цифрових і «розумних» фабрик, в яку включені також постачальники матеріалів, компонентів і послуг. Для управління глобальними ланцюгами постачання й розподіленими виробничими активами на такий фабриці використовується ряд автоматизованих систем управління підприємством. При належному ступені інтеграції вони дозволяють розробляти і використовувати віртуальну модель всіх організаційних, технологічних, логістичних та інших процесів, що проходять не тільки на підприємстві, але й на рівні розподілених виробничих активів і глобальних ланцюжків постачань, аж до після продажного обслуговування.

Перспективи та етапи впровадження.

Можливо, вже реалізуються проекти побудови нових підприємств, максимально наближених до реалізації концепції Smart Factory і навіть Virtual Factory, проте переклад

вже працюючих підприємств на нові принципи планування, виробництва, поставок і після продажного обслуговування продукції буде здійснюватися поступово і з максимальним використанням вже наявних виробничих активів. Послідовність переходу істотно залежить від специфіки роботи підприємства і доступності нових технологій.

У компанії IT-Enterprise виділяють наступні етапи, які потрібно пройти для того, щоб реалізувати концепцію Smart Factory і закласти основи для подальшого переходу до Virtual Factory [4].

- Цифровизація виробництва. Забезпечення персоналу мобільними платформами, установка на обладнання датчиків і промислових контролерів. Установка нового обладнання, яке вже спочатку оснащено цифровими інтерфейсами. Ідентифікація фізичних об'єктів підприємства.

- Забезпечення мережевої взаємодії. Завдання збору даних з датчиків в реальному масштабі часу можна вирішити за рахунок підключення всіх пристроїв і датчиків до платформи IT-Enterprise. Оперативний обмін інформацією між співробітниками забезпечує корпоративна соціальна мережа IT-Enterprise Hubber.

- Побудова цифрового двійника підприємства (Digital twin). Рішення завдання візуалізації реального стану справ на підприємстві. Вироблення чітких правил, за якими можна виявити відхилення від норми, що відбулися при виконанні виробничих і бізнес-процесів. ERP-система IT-Enterprise дозволяє дуже детально і оперативно візуалізувати і відстежувати стан провадження у всьому холдингу, по підприємству, показники роботи підрозділів і конкретного обладнання.

- Забезпечення, за допомогою мобільних платформ, синхронізації даних автоматизованої системи планування та даних, отриманих від обладнання, оперативне коректування планів. Забезпечення достовірності та корисності оперативної інформації.

- Перехід до завдань планування в реальному масштабі часу на основі достовірної інформації про хід виробничих процесів.

- Забезпечення автоматичної реакції системи управління на більшість виробничих ситуацій. Тобто це рішення, яке вироблено індивідуально для конкретного обладнання, яке налаштовується і завдяки цьому система зможе запускати автоматичні реакції на події з виробництва.

Список використаних джерел:

1. Manufacturingtomorrow.com (2020). *Internet advertising market grew by a third 2020*. [online] Available at: <https://www.manufacturingtomorrow.com/article/2017/02/what-is-smart-manufacturing--the-smart-factory/9166> [Accessed 25 Mar. 2020].

2. Industry4-0-ukraine.com.ua (2020). *Review of the PR-market of Ukraine 2020*. [online] Available at: <https://industry4-0-ukraine.com.ua/2020/03/10/piar-kampaniya-industrii-4-0-zaproshennya/> [Accessed 25 Mar. 2020].

3. Biz.liga.net (2020). *Browser Market Share Ukraine 2020*. [online] Available at: <https://biz.liga.net/ekonomika/all/opinion/ukraina-i-industriya-40-naydem-li-my-svoy-dvijok-rosta> [Accessed 25 Mar. 2020].

4. It.ua(2020). *Virtual Economy Report 2020*. [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=5EWh1icuS0M&feature=youtu.be> [Accessed 25 Mar. 2020].

Секція 4

«Міжнародна та національна безпека в процесі глобальних трансформацій»

УДК 338.001.36

БАКУН В. А.

Студент кафедри менеджменту та інновацій
 Науковий керівник – **д.е.н., проф. Іляш О.І.**
 Міжнародний університет фінансів

**ПРОБЛЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
 В УМОВАХ КАРАНТИНУ ТА КРИЗИ**

Тенденції світового економічного зростання призводять до потреб та необхідності забезпечення ефективної діяльності підприємств, ринків продажу, тощо. Все більш актуальним стає раціональне планування виробництва та продажів, для збільшення прибутків та зменшення витрат. Постає питання оптимізації зв'язків між пов'язаними видами діяльності. Рівень розвитку транспортної системи держави - одна з найважливіших ознак її технологічного процесу. За умови інтеграції до європейської та світової економіки, потреба у високо розвиненій транспортній системі дедалі посилюється і повинна стати основою для ефективного входження України до світового співтовариства [1, С. 235]. Логістика сприяє ефективному розвитку підприємств та держави в цілому, завдяки вибору відповідної логістичної стратегії, формуванню адекватної логістичної системи, раціональній організації логістичного процесу на підприємстві, розв'язанню проблем міжфункціональної та міжорганізаційної координації та інтеграції.

У табл. 1 наведено доповнену, з урахуванням пріоритетних умов розвитку, характеристику сучасного етапу розвитку ринку логістичних послуг в Україні [2, С. 165] (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи розвитку логістичних послуг в Україні, 1997-2020 рр.

Етапи	Роки	Етапи розвитку
I	1997 (2000) – 2003 рр.	Формування структури логістичних послуг
II, в тому числі	2004 – теперішній час	Зростання
II, перша фаза	2004 – 2007 рр.	Екстремне зростання
II, друга фаза	2008 – 2009 рр.	Перша хвиля дестабілізації (внаслідок світової фінансової кризи)
II, третя фаза	2010 – 2013 рр.	Сповільнений розвиток, реабілітація після кризи
II, четверта фаза	2014 – 2020 рр.	Друга хвиля дестабілізації (внаслідок військових дій на сході України)
	2020 – теперішній час	Третя хвиля дестабілізації (внаслідок поширення вірусу та світової економічної кризи)

Зауважимо, що економіка України знаходиться у надскладних умовах пандемії світового вірусу. Даний чинник суттєво збільшив необхідність поставки життєво важливих товарів, проте в свою чергу, і наклав певні обмеження, які ввели для запобігання поширенню вірусу, зменшили продуктивність діяльності підприємств, а деяких взагалі змусили тимчасово закритись. Це означає припинення транспортного сполучення та поставок. Введення обмежень на експорт в цілях економії та заощадження власних ресурсів, зменшує логістичний потік між країнами. Ці обмеження, безумовно, чинять яскравий та негативний

слід на економіку країни в цілому та зменшують товарооборот. Така ситуація посилює роль певних типів логістики в економіці держави. До прикладу, оптову логістику, перевезення великої кількості не харчового товару чи забезпечення промислових заводів/підприємств було зменшено або відмінено взагалі. Разом з тим, ми можемо спостерігати зростаючу роль роздрібною логістики, яка функціонує завдяки доставці продуктів чи замовлень по Інтернету.

Таким чином, в залежності від типу логістичного забезпечення компанія, що займається роздрібною доставкою, збільшить кількість послуг, що надаються. У той же час, певні компанії, що займаються оптовим промисловим забезпеченням та не мають бюджетних заощаджень демонструють зменшення вартості та обсягу надання послуг. Відтак, логістичне забезпечення може стати критичним та призведе до оголошення банкрутства і закриття компаній.

Підсумовуючи вищесказане, задля збереження працездатності компаній, які здійснюють логістичне забезпечення та збереження своїх позицій на ринку, необхідно мобільно та оперативно реагувати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища. Підприємствам, однак, в умовах карантину та наслідкової кризи необхідно створювати нові логістичні зв'язки. Лише за таких умов розвиток логістики в напрямку набуття ознак корпоративної стратегії дозволить сформувати інтегровані ланцюги поставок, завдяки яким будуть створені ключові компетенції або ж розвиватимуться існуючі.

Ми переконані, що завдяки якісно новому поєднанню засобів і вмінь підприємств-учасників ланцюг поставок швидше адаптується до змінних потреб ринку, уможливорює індивідуальне обслуговування клієнтів, чим і додає цінність для клієнта [3, С. 137]. У той же час вміння пристосовуватись до потреб ринку та суспільства може дати змогу пережити складні часи та швидше відновити економіку по закінченню кризи та карантину.

Список використаних джерел:

1. Ярошенко Л. Л. Пріоритетні напрямки розвитку транспортно-логістичної інфраструктури в Україні. Сучасні проблеми економіки та фінансів. 2011. С. 235–236.
2. Шандрівська О. Є., Шевців Л. Ю. Комплексний аналіз ринку логістичних послуг в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2016. С. 165.
3. Костюк О. С., Сапіга Р. І. Ключові компетенції ланцюга поставок. Вісник Хмельницького національного університету. 2009. С. 133–138.

УДК 336.113

БУЛАНЕНКО Ю. С.

Магістр кафедри фінансів та обліку

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Щербина О. В.

Міжнародний університет фінансів

ЗАГРОЗИ ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ В УКРАЇНІ

За рівнем глобалізації фінансова сфера нині випереджає усі сфери національної економіки. Однією з основних цілей глобалізації світових фінансових ринків можна назвати здатність забезпечувати вільне пересування капіталу в будь-яку точку світу, в економіку будь-якої країни, підвищення ефективності вкладень при мінімальних витратах і максимального прибутку.

Нові тенденції світового економічного розвитку в умовах фінансової глобалізації засвідчують, що людство дістало не тільки великі можливості для соціально-економічного прогресу і якісного зростання, але й негативні виклики, загрози, проблеми і глобальні конфлікти. Через те, що процес фінансової глобалізації спричиняє подвійний вплив на розвиток світової фінансової системи, більшість країн не прийняла до уваги потенційні виклики, які стрімко переросли в реальні загрози.

За таких умов фінансова безпека розвитку усіх держав та їхніх фінансових систем підпадає під дію об'єктивних законів фінансової глобалізації розвитку і знаходиться в основі їхньої політики. Україна не може сформувати економічну безпеку своєї фінансової системи без врахування впливу фінансових глобальних факторів, які є спільною долею людства.

Під час формування фінансової політики України та реформуванні її фінансової системи [1] доцільно брати до уваги той факт, що фінансова глобалізація – це досить суперечливий процес. З одного боку, вона сприяє розширенню обмінів товарами, технологіями, руху капіталів, інформації тощо, а з іншого – супроводжується гіпертрофією міжнародного фінансового сектору, що дедалі більше не відповідає потребам розвитку реальної економіки, надає переваги розвиненим державам, збільшує поляризацію між багатими й бідними країнами [2].

На макрофінансовому рівні діє дві суперечливі тенденції – тенденція до лібералізації фінансових ринків країн поряд із збереженням протекціоністських заходів. До того ж, з одного боку, глобалізація дає можливість фінансовим структурам захистити себе від валютних та процентних ризиків шляхом використання інноваційних фінансових інструментів, з іншого – породжує міжнародну фінансову нестабільність, міжнародні фінансові кризи [2]. Сучасний розвиток глобалізаційних процесів перебуває під впливом економічних, політичних та психологічних факторів, які роблять непередбачуваними наслідки фінансової глобалізації для національних фінансових систем.

Парадокс фінансової глобалізації в тім, що чим різноманітніші та міцніші внутрішні зв'язки суспільства, тим вищий ступінь його економічної і соціальної консолідації, а чим повніше реалізуються його внутрішні ресурси, тим успішніше воно здатне використовувати переваги інтеграційних зв'язків і адаптуватися до умов глобального ринку. Отже, перспективи розвитку для різних країн не однакові.

Сучасні глобальні фінансові процеси розгортаються, передусім, між промислово розвиненими державами і лише в другу чергу охоплюють країни, що розвиваються. Фінансова глобалізація зміцнює позиції першої групи держав, даючи їм додаткові переваги. Водночас розгортання процесів глобалізації в межах сучасного міжнародного поділу праці загрожує заморозити нинішнє положення менш розвинених країн так званої світової периферії, що стають скоріше об'єктами ніж суб'єктами глобалізації.

Виділимо кілька узагальнювальних негативних наслідків від фінансової глобалізації:

- збільшення технологічного відставання від розвинених країн загалом і нерівномірність розвитку окремих галузей національних економік зокрема;
- деіндустріалізація національних економік;
- втрата суверенними урядами контролю над національними економіками і перехід керівних функцій до сильніших країн, ТНК або інших наддержавних організацій та об'єднань;
- дестабілізація фінансової системи, збільшення зовнішнього боргу;
- зростання безробіття, а відтак зубожіння основної маси населення.

Глобальні фінансові процеси не могли обійти стороною і Україну. Сучасний стан економіки не відповідає вимогам бюджетної, фінансової та економічної безпеки загалом України і знаходиться в зоні значної небезпеки. Ефективна система забезпечення національних економічних інтересів держави, особливо в умовах глобалізаційних процесів, має характеризуватися певними якісними критеріями і параметрами, що забезпечують прийнятні для більшості населення умови життя та розвитку особистості, стійкість соціально-економічної ситуації, військово-політичну стабільність суспільства, цілісність держави, можливість протистояти впливу внутрішніх і зовнішніх загроз [3].

Створення ринкової економіки саме по собі не виведе Україну на рівень сучасної цивілізації, навпаки – це може навіть перемістити нас на далеку периферію світового господарства. Сучасний ринок з усіма його внутрішніми й зовнішніми атрибутами потрібний для того, щоб підсилити стимули до вільної праці. Ринковий механізм можна й необхідно використати на повну потужність не для наздоганяльної, наслідувальної модернізації, а для здійснення радикальних структурних перетворень, і зокрема у фінансовій системі, спроможних поставити Україну в один ряд із найрозвиненішими державами постіндустріального рівня.

Збалансованість й трансформація фінансової системи України, відповідно до соціально-економічних параметрів XXI ст., має ґрунтуватися на трьох основних засадах: 1) загальноцивілізаційних умовах і чинниках, що формують систему координат сучасної світової фінансової системи; 2) національних пріоритетах і особливостях, що мають глибокі, невичерпні історико-генетичні і ментально-етнічні джерела; 3) реальному становищі економіки і фінансів України, що є головним вихідним матеріалом, першоосновою, фундаментом, на якому будується нова політико-економічно-фінансова система [2, с. 182].

Саме взаємодія цих трьох складників убезпечить Україну від різких коливань і відхилень, сприятиме пом'якшенню глобальних ударів, гармонізації приєднання до світових процесів і структур.

Список використаних джерел:

1. Карпінський Б. А. Збалансованість фінансової системи: методологія, оцінка, порівняння: монографія. Львів : Вид-во "Логос", 2005. 496 с.
2. Карпінський Б. А., Буряк О. П., Дубик В. Я. Вплив фінансової глобалізації на економічну безпеку національної фінансової системи. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.8. С. 178-184.
3. Онищенко С. В. Фінансова глобалізація як чинник впливу на бюджетну безпеку держави. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Випуск 12, частина 2. С. 50-55.

УДК 336.744

КАЛЕНІЧЕНКО Ю. В.

Магістр кафедри фінансів та обліку
Науковий керівник – **канд. екон. наук, доц. Щербина О.В.**
Міжнародний університет фінансів

ВПЛИВ РОЗВИТКУ КРИПТОВАЛЮТ НА ВІДМИВАННЯ ГРОШЕЙ ТА НА ГЛОБАЛЬНИЙ РОЗВИТОК ІНДУСТРІЙ

XXI століття стало епохою стрімкого і швидкого темпу розвитку науки і техніки, що немислимо без всесвітньої павутини. Однак, вік вищезгаданого незамінного інструменту нараховує менше ніж 50 років.

У 1969 році Чарлі Клайн зазнав першої, але невдалої спроби віддаленого входу в комп'ютер Обчислювальної лабораторії Стенфорду. Ця дата може вважатися днем створення нового способу взаємодії між людьми у всьому світі та початком відліку нової ери глобальної економіки. Потім, в 1989 році Тім Бернерслі запропонує CERN концепцію нової розподіленої інформаційної системи, яку він назве Всесвітньою Павутиною. З цього часу всі сфери життя перенесли свою основну діяльність у розширену реальність всесвітньої павутини. Останній прорив у глобальній цифровій економіці стався шляхом створення нових платіжних засобів - криптовалют, випуск та облік якої базується на асиметричному шифруванні за допомогою використання криптографічних методів захисту [3].

В даний час ставлення до криптовалюти серед фінансових експертів є діаметрально різним - від повного заперечення її потенціалу та користі до всепоглинаючого обожнення як майбутнього шляху до звільнення від монетарного контролю уряду та банків. Ми не підтримуємо жодну з радикальних точок зору стосовно криптовалют, розглядаючи їх як інструмент, що має переваги та недоліки.

Однак правоохоронні органи у всьому світі визначили часте використання криптовалют для виконання різних видів злочинів, здебільшого співвіднесених із економічними та фінансовими сферами, зокрема, відмивання грошей. За даними Управління ООН по боротьбі з наркотиками та злочинністю, за підрахунками, щороку відмивається 2% до 5% світового ВВП: від 800 млрд. до 2 трлн. доларів США, значною мірою у готівці. Але за останні кілька років, коли криптовалюти зростають у видатності та ціні, вони також стали популярним варіантом. Урядові установи розпочали укладати контракти з криптоаналітичними фірмами, наприклад як Chainalysis та CipherTrace, щоб відстежувати відмивачів грошей та інших злочинців. Нові дані показують, що злочинці відмили "брудного" біткоїну на 2,5 мільярда доларів за допомогою бірж криптовалют, і майже все це опиняється в країнах із нестрогими правилами щодо боротьби з відмиванням грошей [4].

Дослідницька група криптовалют CipherTrace проаналізувала 45 мільйонів транзакцій з 20 найкращих світових бірж криптовалют, щоб з'ясувати поширеність використання Bitcoin у злочинних цілях. Дані, що охоплюють період від січня 2009 р. по вересень 2018 р. свідчать про те, що 97 відсотків біткоїнів, відмитого через провідні біржі, виявляються в країнах з поблагливіми правилами щодо протидії відмиванню коштів [2].

"Криптовалюти мають репутацію транскордонного та анонімного, а тому привабливого для злочинних одиниць, засобу по всьому світу", - пояснила Quartz старший економіст Chainalysis Кім Грауер. "Але оскільки транзакції, пов'язані з криптовалютами, такими як біткоїн, записуються на постійну, загальнодоступний та незмінний реєстр, криптовалюти можуть фактично пропонувати безпрецедентну прозорість фінансових операцій".

"Мета відмивання грошей - створити ланцюжок транзакцій, який неможливо простежити. Оскільки блокчейн біткойна розроблений таким чином, щоб мати незаперечний публічний облік усіх транзакцій, він робить відмивання грошей набагато складнішим", зазначає Дейв Вайсбергер, директор CoinRoutes, сервісної служби маршрутизації замовлень на криптовалюту. «Технологія фірм таких як Elliptic та Chainalysis [аналітика блокчейну], також є комплексною та точною. Вони можуть досить добре простежити кінцеві адреси [гаманців криптовалют], що також полегшує роботу правоохоронним органам" [4].

У світовій практиці найбільший випадок історії відмивання грошей в Інтернеті - це резерв Свободи. У травні 2013 року Міністерство юстиції США порушило звинувачення проти компанії "Liberty Reserve" (яка була системою електронних транзакцій і розташована в Коста-Ріці) та семи її керівників та працівників. Їх звинувачували у вчиненні незареєстрованої комерційної діяльності із надання послуг з переказу грошей та відмивання грошей за допомогою операцій з незаконним доходом понад 6 мільярдів доларів США. Ця система функціонувала в колосальних вимірах, нараховувала мільйони користувачів у всьому світі, включаючи 200000 користувачів у США. В його рамках було здійснено приблизно 55 мільйонів транзакцій; майже всі вони були незаконними. Всередині системи була використана власна віртуальна валюта "Долари Свободи" або LD, однак у початковій та кінцевій точці транзакції гроші були конвертовані та зберігалися у фіатній валюті (доларах). В результаті проведених добре узгоджених акцій Міністерство фінансів США визначило "Резерв Свободи" як фінансове агентство, яке викликало занепокоєння щодо відмивання грошей відповідно до глави 311 Закону про Антитерористичний акт США (Патріотський закон) і повністю позбавило його доступ до фінансової системи США. Як приклад використання криптовалюти Bitcoin для злочинної діяльності можна взяти успішне функціонування прихованого веб-сайту «Шовковий шлях». Це був найбільший віртуальний ринок торгівлі наркотиками. Усі транзакції через цей веб-сайт проводилися за допомогою Bitcoin, а анонімність для користувачів здійснювалася завдяки функціонуванню в Darknet, життєздатність якого здійснювалася за допомогою програмного забезпечення TOR [5].

Що стосується України, то, відповідно до пояснення Національного банку України щодо законності використання біткойна в Україні - Bitcoin є грошовим сурогатом, який не забезпечує реальну вартість і не може бути використаний фізичними особами та юридичними особи на території України як платіжний засіб, наскільки це суперечить нормам законодавства України [1]. Слід зазначити, що пояснення Національного банку України не можна розглядати як законодавчу норму, оскільки воно не передбачає жодної відповідальності; отже, воно лише може бути використане як своєрідне сповіщення або попередження. Слід зазначити, що «неоднозначний підхід до криптовалюти в різних країнах світу створює додаткові проблеми для визначення правового статусу криптовалюти» [4]. Вищезгадана позиція Національного банку України була сформована через те, що операції з біткойнами не дозволяють ідентифікувати осіб, які їх реалізували, і відкриває значні можливості для вчинення злочинів, які, зокрема, пов'язані з відмиванням грошей. Наприклад, ФБР повідомило, що якщо біткойн стане більш широко сприйнятим серед постачальників і користувачів, ФБР передбачає посилення діяльності з відмивання грошей у біткойнах [5].

У висновку зазначимо, що не серед дослідників консенсусу щодо оцінки розміру впливу криптовалют на відмивання грошей не досягнуто. У останні роки обсяг криптовалют у відмиванні становить не більше одного відсотку, не дивлячись на гучкі скандали. Більшість незаконних транзакцій криптовалют закінчуються у країнах з недосконалим законодавством і копіює шлях незаконної готівки. Деякі аналітики, навпаки, наполягають на прозорості транзакцій у криптовалюті у порівнянні з фіатними фінансовими інструментами. В Україні наразі не стоїть проблема відмивання грошей через криптовалюту. Проте немає і явних регуляцій стосовно її обігу.

Список використаних джерел:

1. Bitcoin в Україні: правовий статус: Рада адвокатів Київської області. [Електронний ресурс]/Canellis, D. 2. URL: <https://radako.com.ua/news/bitcoin-v-ukrayini-pravoviy-status> (дата звернення: 17.02.2020).
2. Here's how criminals use Bitcoin to launder dirty money. [Електронний ресурс]/Dyntu, V., & Dykyi, O. URL: <https://thenextweb.com/hardfork/2018/11/26/bitcoin-money-laundering-2/> (дата звернення: 12.03.2020).
3. Cryptocurrency in the system of money laundering.[Електронний ресурс]. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/539> (дата звернення: 15.03.2020).

4. Money Laundering using Bitcoin. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.baselgovernance.org/asset-recovery/training-programmes/money-laundering-using-bitcoin> (дата звернення: 17.02.2020).

5. Bitcoin money laundering is a classically dumb crime. [Електронний ресурс]/ Silva, M. D..URL: <https://qz.com/1761343/bitcoin-money-laundering-is-a-classically-stupid-crime/> (дата звернення: 15.03.2020).

УДК 334.75

КОБА М. О.

*Аспірант кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – к.е.н., проф. Смоляр Л. Г.
Міжнародний університет фінансів*

КЛАСТЕРНА ФОРМА ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ В ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

Посилення конкуренції, турбулентне середовище глобального ринку, зростання ролі інноваційних розробок та їх висока вартість призводять до пошуку та розвитку різних форм співпраці сучасних підприємств. Лише взаємодія та об'єднання спільних зусиль можуть забезпечити окремим суб'єктам господарювання знаходження певного балансу та стабільності в динамічному зовнішньому середовищі і навіть забезпечити конкурентні переваги. При цьому, наприклад, транспортно-логістична система України виступає як сукупність величезної кількості окремих підприємств в різних видах транспорту, різної форми власності, різних видів діяльності, які так чи інакше взаємодіють між собою. Однак ця взаємодія є не настільки ефективною, як при кластерному підході до побудови відносин між підприємствами, про що свідчать відповідні показники розвитку логістичної системи країни. Тому як в теоретичному, так і в прикладному аспектах дослідження кластерних форм взаємодії підприємств загалом, і, зокрема, підприємств транспортно-логістичної системи України, заслуговує особливої уваги та набуває високої актуальності за сучасних умов ведення бізнесу.

Аналіз наукових публікацій виявив, що як вітчизняні, так і зарубіжні вчені приділяють цій тематиці все більше уваги. Серед них такі іноземні дослідники як М. Портер, Дж. Мур, Р. Бірл, А. Рцепка та ін. Серед вітчизняних вчених варто виділити роботи Патона Є.Б., Федулової Л.І., Дикань О. В., Ковбатюка В.М. та інших. Не зважаючи, на значний обсяг наукових досліджень, присвячених питанням кластерної форми взаємодії бізнесу, на нашу думку, присутня деяка несистематизованість в розкритті як теоретичних, так і практичних аспектів поставленої проблеми.

З аналізу наукової літератури, на нашу думку, кластери можна віднести до однієї з форм мережових структур. Кластер можна визначити як сукупність організацій, які утворюють особливу систему кооперації, що дозволяє створювати додаткову вартість як результат участі в даній системі та досягати синергетичного ефекту у спільній взаємодії на добровільних засадах. При цьому в структурі кластера чітко виділяється ядро – організація-лідер, яка координує діяльність інших учасників.

Можна виділити такі ознаки кластерів:

- ✓ взаємодія здійснюється на добровільних засадах;
- ✓ наявність у кожній організації стратегічних цілей, які можуть бути досяжними вірогідніше при кооперуванні;
- ✓ підвищення ефективності та стійкості бізнесу як очікуваний результат взаємодії;
- ✓ наявність довіри між партнерами;
- ✓ рівноправність та незалежність партнерів;
- ✓ наявність укладених угод між фірмами-учасницями;
- ✓ отримання синергетичного ефекту від співпраці;
- ✓ мережеві відносини мають тривалий характер;
- ✓ орієнтовані на виробництво і реалізацію певних взаємопов'язаних та взаємодоповнюючих продуктів.

В своїх наукових працях Федулова Л.І. поділяє кластери на: промислові — виробничі мережі тісно пов'язаних фірм, об'єднаних одна з одною у виробничий ланцюжок, у межах

якого створюється додана вартість; індустріальні — інтегрована система компаній різних галузей, котрі обслуговують інститути і університети, що разом створюють середовище, яке забезпечує всім учасникам можливість досягати значних успіхів у глобальній конкуренції [1]. До них ще можна віднести також інноваційні кластери як окремий вид кластерів. Інноваційні кластери об'єднують між собою організації на всіх етапах інноваційного процесу — від науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт до поширення інновації на ринку.

Загалом, в Україні налічується біля 50 кластерів, однак, більшість з них знаходяться в процесі формування та діють в сфері туризму, харчової промисловості та машинобудуванні [2]. Так, на сьогодні в Україні діє унікальний інноваційний кластер «Оksamитовий шлях». Даний інноваційний кластер став структурою національного рівня зі світовим значенням окремих напрямків своєї діяльності. Основними задачами кластера є підвищення внутрішньої та міжнародної конкурентоспроможності його учасників за рахунок комерційної та некомерційної співпраці, розробка та впровадження науково-технічних досягнень та інновацій в процесі будівництва, реконструкції та модернізації швидкісних залізниць в Україні та за кордоном [3]. За роки діяльності інноваційного кластеру в Україні здійснено науково-технічний прорив, що забезпечило провідні позиції країни в світі за рівнем технологій та обладнання для зварювання залізничних рейок та дозволило зайняти свою нішу на світовому ринку. Підприємства, які входять до кластеру, зберігають самостійність та реалізують свої стратегії розвитку, самостійно координуючи свою науково-технічну та виробничу діяльність. Зокрема, такі виробничі підприємства-учасники кластера, як ПрАТ «Каховський завод електрозварювального устаткування» та АТ «Дніпропетровський стрілочний завод» на сьогодні є провідними світовими виробниками в своїх нішах та постачають свою продукцію в більше, ніж 70 країн світу, використовуючи передові досягнення науки. Однак, таких індивідуальних результатів їм вдалося досягти саме за рахунок тісної співпраці між передовою наукою та виробництвом в інноваційному кластері.

Зважаючи на позитивний досвід кластеризації бізнесу у сфері будівництва «оксамитового» залізничного полотна України, потрібно розвивати такі сучасні форми взаємодії бізнесу як інноваційні кластери й поширювати їх як на інші напрямки в залізничному транспорті, так і на інші види транспорту країни.

Таким чином, і теоретичні дослідження, і вивчення практичного досвіду формування кластерів засвідчують, що кластеризація сприяє розвитку як окремих організацій, так і цілих галузей, регіонів та національних економік. Перспективними напрямками досліджень в даному науковому напрямі, на нашу думку, є вивчення передумов формування інших кластерів в транспортно-логістичній системі України та розробку теоретико-методичних основ для їх формування.

Список використаних джерел:

1. Федулова Л. І. Економіка знань : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Федулова; НАН України; Ін-т екон. та прогнозів. НАН України. — К., 2009. — 600 с.
2. Dikan O., Polyakova O., Ustenko M., Shramenko O., Rekun A. Specifics of Participation of Industrial Companies of the Railway Transport in Ukraine in Functioning of Innovation-Oriented Industrial Logistic Clusters. *International Journal of Engineering & Technology*. 2018. Vol. 7. № 426. P. 426-431.
3. Инновационный кластер «Бархатный путь» и научно-технический прорыв Украины на мировой рынок строительства скоростных железных дорог / Б.Е. Патон, М.Д. Костюк, С.И. Кучук-Яценко, А.А. Мазур, Я.И. Микитин, В.А. Яковлев, Ю.В. Швец // Наука та інновації. — 2010. — Т. 6, № 2. — С. 69-86. — рос.

СВІЧКАР І. В.*магістр кафедри економіки та підприємництва
Науковий керівник – **к.е.н., доц. Трофименко О. О.**
Міжнародний університет фінансів*

СВІТОВІ ЕКОНОМІЧНІ КРИЗИ

Економічний цикл – це сукупність послідовних фаз стану економіки та повторювані протягом кількох років коливання показників економічної активності – темпів зростання ВВП, рівня безробіття, загального обсягу продажу, загального рівня цін тощо[1]. З кожним новим циклом розвитку, економіка переживає піднесення, спад, процвітання та занепад. Важливу роль відіграють внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на циклічність економіки, проаналізувавши які можна виявити причини та наслідки економічної кризи, характер циклу, його тривалість, особливості проявів окремих фаз.

Порушення функціонування економічного механізму країни спричинені внутрішніми та зовнішніми факторами викликають низку тенденцій, що негативно впливають на економіку країни. Це призводить до утворення економічної кризи – порушення рівноваги між попитом і пропозицією на товари та послуги, що спричинює депресивний процес в економічній кон'юктурі конкретної країни, регіональній чи світовій економіці [2]. Вона є однією з фаз економічного циклу та характеризується спадом виробництва, банкрутством підприємств, зменшенням обсягів оптової та роздрібною торгівлі, зростанням безробіття, падінням рівня заробітної плати населення, високими темпами інфляції, зниженням рівня життя та добробуту населення.

Серед основних чинників формування кризових явищ виділяють надвиробництво фіктивного капіталу, помилки розвитку фінансової системи, використання протягом багатьох років низьких процентних ставок, катаклізми природного і техногенного характеру, зміни в чисельності населення, якісні характеристики трудових ресурсів, якості і кількості природних благ, що використовуються населенням, та ін. [3].

Першою повномасштабною світовою економічною кризою вважається криза 1857 року. Вона охопила США, Англію, Францію та інші країни. Передумовою кризи було швидке зростання економіки протягом 5 попередніх років, під час якого інтенсивно будувалися залізниці, збільшувалось виробництво у видобувній промисловості та металургії. Розпочалася фінансова криза з обвалу акцій на фондових біржах. До кінця року в країні закрилося понад 600 банків, майже на 80% впали акції залізничних компаній, підприємств важкої промисловості, земельні ділянки.

Після закінчення Першої світової війни економіка США почала стрімко зростати, 20-ті роки XX ст. почали називати «бурхливим десятиріччям». 1929 року на Нью-Йоркській фондовій біржі розпочалася друга велика світова економічна криза. Відбулося катастрофічне падіння вартості акцій, що призвело до самої масштабної та довготривалої в історії світової кризи, яку почали називати «Велика депресія». На ринках знизилася ціна на сировину та продовольства, почало скорочуватися виробництво, підприємства які не мали змоги погасити кредит банкрутували, закривалися банки, близько 14 млн людей лишилися безробітними. Криза вразила всі розвинені країни світу, але найбільшої шкоди завдала США, майже вдвічі скоротилося промислове виробництво.

У 1973-1975 роках відбулася «Нафтова криза». Причиною якої стала ІІІАрабо-ізраїльська війна, завдяки якій різко скоротився видобуток нафти, ціна за барель зросла в 4 рази, припинилися поставки нафти за океан. Через брак сировини, урядом США було закликано економити електроенергію, менше користуватися автомобілями та зменшити автопарк. Також енергетична криза вразила економіку Японії, яка збільшила імпорт вугілля та швидкими темпами почала розвивати ядерну енергетику.

У 2008-2009 роках відбулася світова фінансово-економічна криза, яка почалася з США та не обійшла навіть Україну. Початком кризи стало зростання не виплат з іпотеки, почали закриватися банки, підприємства зменшили масштаби виробництва, зросла кількість безробітних.

Причиною майже кожної світової кризи був швидкий ріст економіки, потім криза, далі депресія, і знову пожвавлення. До початку Першої світової війни період циклів був майже однаковий близько 10 років, після 20-х років XX ст. стає випадковим період циклів, їх фаз зростання та спадання. Це зумовлено збільшенням населення на землі, розвитком процесів

механізації, комп'ютеризації, автоматизації, виникнення роботів, що призвело до збільшення продуктивності праці. Країни-лідери швидко оговталися після світової кризи 2008-2009 років, так як вони дослідили кризи попередніх років і мали чіткий план їх подолання. Наразі Україна знаходиться на етапі депресії, країна досі не можемо відновитися після кризи 2008-2009 років, майдану 2014, початку війни на Донбасі. Економіка знаходиться у фазі застою, рух капіталу в'ялий, зниження норми прибутку не компенсується його кількістю, налагоджуються розірвані кризою зв'язки, нові інвестиції не приносять додаткового прибутку.

В кінці 2019 року виникла нова загроза створення світової економічної кризи, нею стало розповсюдження з Китаю вірусу *SARS-CoV-2 (Коронавірус 2019)*, який розлетівся по всьому світові та дуже тяжко вражає людей. На початку 2020 року були офіційно виявлені перші інфіковані і в Україні. Для припинення розповсюдження вірусу країни закрили на карантин, скасувавши різні заходи, де б спостерігалось скупчення людей більш ніж 10 осіб. Закриття підприємств призвело до скорочення промислових потужностей, залишивши тільки стратегічно важливі виробництва.

Від вірусу який спричинив світову кризу в Україні найбільше постраждали такі галузі економіки: туризм, торгівельно-розважальний бізнес, авіакомпанії, залізничні та транспортні компанії, фінанси. Жорсткі міри карантину значно вплинули на туристичний бізнес, особливо страждають міста в яких це було основним видом діяльності та прибутку, такі як Львів, Одеса, Київ, Івано-Франківськ (Буковель), Запоріжжя (Хортиця). Також закриті майже всі ресторани міста, та багато людей лишилося без роботи. Більшість українських підприємств були орієнтовані на експорт продукції за кордон, особливо металургійна галузь. Зараз вони затримують продукцію в країні, не виконуючи умов договорів та несуть збитки. Також сильний удар завдає криза по фінансовому ринку країни. Закордонні інвестори намагаються вивести свої активи та не поспішають вкладати кошти в ризикові проекти. Знижується попит на цінні папери та облігації, що провокує ще більше знецінення гривні.

Закриття малих та часткове закриття середніх підприємств, збільшило рівень безробітних в країні до 8,2% та число поступово зростає. Заборгованість із виплат заробітної плати за лютий 2020р. знизилась на 1,5% в порівнянні з січнем 2020р. та зросла на 23,4% в порівнянні з лютим 2019р. Споживчі ціни в лютому 2020р. знизилися на 0,3% в порівнянні з січнем 2020р., але створений ажіотаж людьми на продукти в березні 2020р. призвів до здорожчання продуктів у декілька разів. За лютий 2020р. в порівнянні з січнем 2020р. експорт збільшився на 1,4%, а імпорт зменшився на 25,8%. Загалом втрати економіки країни за місяць складають близько 250 млрд грн у виготовленні продукції, надання послуг та робіт. Наслідки економічної кризи призвели до падіння ВВП за січень-лютий 2020 року на 3,1% [4].

Отже, таке явище як криза циклічне, тому важливо заздалегідь спланувати заходи для зниження її наслідків для економіки, враховуючи досвід минулих років провести аналіз кризи, врахувати дії розвинених країн в таких ситуаціях і розробити власний план, враховуючи особливості національної економіки. Це сприятиме подоланню кризи з найменшими наслідками та приведенню економіки до наступного етапу розвитку.

Список використаних джерел

1. Кучінка Т. В. Природа та причини циклічності економічних криз. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. Економіка. 2016. Вип. 1(5). С. 38–43.
2. Киреев С. І. Економічна криза. Енциклопедія Сучасної України : електронна енциклопедія. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=18776 (дата звернення: 25.03.2020).
3. Ортіна Г. В. Виявлення та аналіз чинників формування кризових явищ в економіці в умовах глобалізації як передумова розроблення антикризових стратегій. Економіка та держава. 2013. Вип. 8. С. 40–44.
4. Державна служба статистики України: веб-сайт: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.04.2020).

ФРАНЧУК А. І.

Студентка кафедри менеджменту та інновацій
Науковий керівник – **к.е.н., доц. Коба Н. В.**
Міжнародний університет фінансів

ІНВЕСТИЦІЙНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку України одним з основних завдань економіки є створення сприятливих умов для підвищення рівня економічного розвитку і якості життя населення.

Інвестування виступає ключовою ланкою, що визначає рішення комплексу проблем розвитку країни та її регіонів, модернізації економіки та здійснення структурних зрушень, впровадження сучасних досягнень технічного прогресу, підвищення показників економічної безпеки.

Інвестування – акумуляція ресурсів у різній формі, перетворення їх в інвестиційні товари, послуги та ресурси, які вводяться у виробничу стадію, й трансформація у перетворювальні інноваційні фактори – ресурси, а далі у капітал [1.с.51].

Інвестиційна безпека, будучи однією з головних складових економічної безпеки країни, визначає способи і методи запобігання інвестиційних ризиків і формування сприятливого інвестиційного клімату, від яких залежать оновлення і відтворення основного капіталу, що виступає базисом переходу до інноваційної економіки.

Інвестиційна безпека – процес забезпечення стану інвестиційної сфери, за якого економіка здатна досягти і підтримувати рівень інвестиційних ресурсів для забезпечення сталого розвитку, зростання конкурентоспроможності національної економіки і добробуту населення [2.с.90].

Аналіз визначення сутності інвестиційної безпеки дозволяє виділити найбільш істотні її характеристики:

1. Спроможність економічної системи акумулювати і підтримувати нагромадження і капітальні вкладення на необхідному рівні.
2. Здатність ефективного використання інвестиційних ресурсів.
3. Здатність забезпечення незалежності національної економіки.

Отже, під інвестиційною безпекою країни слід розуміти такий стан інвестиційної сфери, при якому забезпечується ефективне використання внутрішніх і зовнішніх інвестицій, і захищеність галузей економіки, пов'язаних з реалізацією національних інтересів.

Крім того, інвестиційна безпека також визначається з позицій існування економічних і правових гарантій для інвестора протягом тривалого періоду часу або умов для захисту інвестиційних ресурсів, які спрямовуються на розвиток економіки країни, що пов'язано з наявністю відповідних державних гарантій для інвестора.

В даному визначенні акцент зроблено на інтереси і безпеку інвестора, це дає можливість розглядати інвестиційну безпеку з декількох значущих сторін.

Інвестиційна безпека носить відносний характер, оскільки в умовах розвитку економічного середовища виявити і врахувати всі джерела загроз і нівелювати можливі наслідки існування дестабілізуючих чинників не представляється можливим. З огляду на це, фактори інвестиційної безпеки пропонується розділити на дві групи - стабілізуючі і дестабілізуючі економічну безпеку в інвестиційній сфері.

До факторів-стабілізаторів відносять інвестиційний потенціал та інвестиційну привабливість. Інвестиційний потенціал визначає об'єктивно наявні можливості реалізації інвестиційних цілей (природні, фінансові, інформаційні ресурси та ін.). Інвестиційна привабливість - це сукупність факторів, що визначають приплив або відплив капіталу (стабільність правового простору, ефективність виробництва, інноваційний характер розвитку).

До факторів-дестабілізаторів відносять інвестиційні ризики, пов'язані з знеціненням вкладеного капіталу, і інвестиційні загрози. Інвестиційний ризик оцінює ймовірність втрати інвестицій і доходу від них.

Загрози інвестиційної безпеки, як і економічної безпеки, можна умовно розділити на дві групи - внутрішні і зовнішні. Зовнішні загрози в основному обумовлені актуальними зовнішньополітичними конфліктами. До внутрішніх загроз слід віднести низьку ефективність виробництва, незадовільний стан основних фондів, низьку інвестиційну активність, несприятливу кримінальну обстановку, відсутність ефективних механізмів трансформації

заощаджень населення в інвестиції, відсутність ефективної системи страхування іноземних інвестицій.

До загроз інвестиційної безпеки України можна додати коливання валютних курсів, політичну нестабільність та світову фінансову кризу.

Таким чином, чим менше ризиків і загроз в інвестиційній сфері, тим сприятливіше буде інвестиційний клімат, який сприяє підвищенню інвестиційної привабливості, активності і економічної безпеки країни.

Досягнення необхідного рівня інвестиційної безпеки можливе за умов [3, с.132]:

- цілових інвестицій у пріоритетні галузі економіки чи в спеціальні проекти;
- надання державою іноземним інвесторам гарантій і пільг;
- звільнення від оподаткування в разі перевищення обсягів інвестицій установлених державою норми чи реінвестування отриманого прибутку.

Підвищення рівня інвестиційної безпеки України сприятиме:

- удосконаленню методичних підходів до оцінки інвестиційного клімату в країні;
- усуненню адміністративних перешкод інвестиційній діяльності;
- розширенню практики відповідального інвестування;
- дотриманню державних гарантій безпеки інвестування і повернення іноземних інвестицій.

В цілому, забезпечення інвестиційної безпеки має стати пріоритетним напрямком діяльності держави в період модернізації економіки, а управлінські рішення, що приймаються з метою підвищення інвестиційної активності, повинні носити системний і комплексний характер, що враховує взаємозалежність і взаємовплив розглянутих категорій.

Список використаних джерел:

1. Інвестування: підручник / О.А. Кириченко, С.А. Єрохін. К.: *Знання*. 2009. 573 с.
2. Економічна безпека держави: сутність та напрями формування : монографія / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, С. М. Макуха та ін. / за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. Х.: *Право*. 2009. 312 с.
3. Малютин А. К. Формирование новых методических подходов инвестиционного анализа в экономической безопасности страны. *Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление*. 2012. №4(11). С.117-120.

Секція 5

«Вплив глобальної економіки на конкурентоспроможність та економічну безпеку держави»

УДК 330.341

ДЖАДАН І. М.

*ст. викладач кафедри економіки та підприємництва
Міжнародний університет фінансів*

НАУКОВО–МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

Рівень економічної безпеки країни засвідчує здатність суб'єктів економіки ефективно здійснювати господарську діяльність, реалізовувати економічні інтереси та інноваційний потенціал розвитку, забезпечувати конкурентоспроможність на ринках. При цьому, прийнято розглядати широкий набір засобів забезпечення такого стану, враховуючи як матеріально-технічні, технологічні, так і соціально-психологічні аспекти.

Втім основний акцент у такому виборі повинен бути направлений на пошук способів формування і реалізації інвестиційного та інноваційного потенціалу, що дозволяє розв'язати низку важливих для економіки завдань, як забезпечення самодостатності системи національного господарства, модернізація та більш повне використання ресурсних потужностей і матеріально-технологічної бази виробничого комплексу, впровадження досягнень передових науково-технологічних розробок у створення та виробництво нової наукомісткої високотехнологічної продукції. А це й підтверджує пріоритетність інвестиційно-інноваційної складові у забезпеченні економічної країни.

Більшість припущень щодо політики управління та оцінювання інвестиційно-інноваційного забезпечення економічної безпеки країни виходить із того, що моделювання економічної безпеки відбувається за системним, ресурсним або ж функціональним підходами.

Так, системний підхід оцінювання передбачає виділення складових економічної безпеки, які закладають основи функціонування та розвитку пріоритетних видів економічної безпеки держави, в яких виробляються матеріальні (нематеріальні) товари (послуги). В. Федоренко, І. Грищенко, Т. Воронкова, О.Власюк [1] наголошують, що велика чисельність особливостей реального сектору економіки та стратегічні напрями розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності їх економічних агентів задля забезпечення активного інноваційного розвитку потребують системного і комплексного використання організаційно-інституційного, економічного, товарного та соціально-психологічного механізмів. При цьому, Васильців Т., О. Кліпкова, Р. Лупак та А. Міщук звертають увагу на необхідності при аналітичному моделюванні економічної безпеки враховувати, що інноваційний розвиток досить обмежений у часі, масштабах здійснення, актуальності бізнес-ідей та потребує значних обсягів фінансово-ресурсного забезпечення. Перевагами такого підходу є загальноприйнятність і цілісність характеристик стану економічної безпеки реального сектору економіки. Підхід Б.-А. Лундвалла концентрує увагу на процесах, що визначають основні системно-структурні умови господарської діяльності. Але існує й низка недоліків, зокрема таким чином повною мірою не надається характеристика факторам виробництва (інвестиційному, правовому, соціально-економічному); недостатньо обґрунтовано виділяються одночасно ресурсна-інвестиційна та фінансово-інституційна складові; концентрується увага більше на вирішенні інвестиційно-інноваційних завдань без достатнього врахування інших потреб (зокрема, інфраструктурних, технологічних, інституційних тощо), які безпосередньо впливають на стан економічної безпеки галузей (легкої, харчової промисловості, АПК) [2].

Більш широко та комплексно дозволяє надати характеристику інвестиційно-інноваційного забезпечення економічної безпеки країни ресурсний підхід, за якого враховується весь набір необхідних для забезпечення стабільності та розвитку суб'єктів господарської діяльності матеріальних і нематеріальних ресурсів. Тут враховується необхідність і ефективного використання фінансово-інвестиційного потенціалу, і підвищення інноваційної активності, і вплив матеріально-технічного забезпечення на реалізацію інноваційних підходів до забезпечення економічної безпеки та інституційної системи інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку країни. Відповідно виокремлюються такі

аспекти інвестиційно-інноваційного забезпечення економічної безпеки країни, як організаційно-економічний, інфраструктурний, інституційний. Варто погодитися з науковцями Ж. Хабер, А. Бухтіарова, С. Чорна, О. Ястремська та Т. Болгар, що за таким переліком ресурсів вдається більш повноцінно надати фінансово-інвестиційну та інноваційно-технологічну характеристику сформованості у суб'єктів реального сектору економіки можливостей до саморозвитку й прогресу. Але, як і в попередньому підході, існує низка необґрунтованих взаємозв'язків, а також потреба уточнення низки компонентів інвестиційно-інноваційного забезпечення, яку варто замінити чи деталізувати.

Водночас, більш прогресивним і об'єктивним є функціональний підхід у контексті інвестиційно-інноваційної аналітичної характеристики стану економічної безпеки базових видів економічної діяльності. Думки науковців І. Стеблянка, В. Дорошкевич [3], З. Варналія, С. Онищенко, О. Маслій [4] зводяться до того, що найбільш оптимальним є формування довго- і короткострокових стратегічних пріоритетів забезпечення економічної безпеки за такими функціональними складовими інвестиційно-інноваційної діяльності – товарною, маркетинговою, торгово-технологічною, управлінською, ринковою, соціально-економічною. Н. Гавловська, В. Покотилова, О. Корпан, Є. Рудніченко, І. Сокирник вважають, що перевагами такого аналітичного підходу є усебічне та глибоке дослідження найважливіших факторів, які впливають на економічну безпеку, та комплексне вивчення основних процесів, у рамках яких вона забезпечується. Наголошують про вагомe практичне значення такого підходу й О. Комеліна, Т. Заяць, З. Рахметулiна, та А. Комеліна, зокрема про перевагу перспективного визначення сфер розподілу і використання ресурсів підприємствами реального сектору економіки, достовiрного розгляду iндикаторiв, що вiдображають рiвень функцiонального забезпечення економічної безпеки. У цьому підході вдало враховуються внутрішні та зовнішні аспекти забезпечення економічної безпеки країни. Очевидно, що це дозволяє підвищити ступінь охоплення та цінність результатів аналітичного дослідження.

Отже із зростанням вагомості інвестиційно-інноваційного забезпечення посилюється необхідність більш якісного вибору способів та інструментів формування ресурсно-функціональної бази. Відповідно, система управління повинна бути направлена на досягнення найвищого результату незалежності від ступеня розвитку внутрішнього ринку. За таких обставин першочергове значення мають процеси оцінювання у контексті яких й визначаються масштаби залучення та сформованості інвестиційного-інноваційного ресурсу. Такі твердження стали об'єктами низки наукових досліджень, які досягли у своїй реалізації достатніх практичних результатів. Водночас, система економічних відносин швидко змінюється і це вимагає застосування більш дедалізованих підходів. Тому аналітичні процедури виміру ступеня інвестиційно-інноваційного забезпечення економічної безпеки повинні відповідати системно-структурним характеристиками та, відповідно, розділятися на окремі складові виходячи із особливостей як інвестиційної, так інноваційної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Власюк О.С. Теорія і практика економічної безпеки в системі науки про економіку Нац. ін-т пробл. міжнар. безпеки при Раді нац. безпеки і оборони України. Київ, 2008. 48с.
2. Vasylytsiv T., Lupak R., Osadchuk Y. Assessment of the level of penetration of import dependence in the context of the import substitution policy in Ukraine. *Економічний часопис-XXI*. 2017. №167 (9-10). С. 13-17.
3. Стеблянка І. О., Дорошкевич В. І. Фінансові механізми державного регулювання економічної безпеки національного господарства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. 2017. №4. С. 127-133. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2017_4_19.
4. Варналій З. С. Механізм попередження загроз економічній безпеці України / З. С. Варналій, С. В. Онищенко, О. А. Маслій // *Економічний часопис-XXI*. 2016. №159. С. 20-25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2016_159_5.

ЛИТВАК Т.М.*Магістр кафедри економіки та підприємництва
Міжнародний університет фінансів***КОЛІШЕНКО Р.О.***Аспірант кафедри економіки та підприємництва
Науковий керівник – д.е.н., проф. Іляш О.І.
проректор з наукової та міжнародної діяльності
Міжнародний університет фінансів*

НЕОБХІДНІСТЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОЛІТИКИ «ЕКОНОМІЧНОГО ПРОРИВУ» ЗАДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Необхідність забезпечення політики «економічного прориву» задля підвищення конкурентоспроможності та інноваційності національної економіки, протистояння суспільним викликам в умовах тотальної цифронізації та підвищення якості життя населення України зумовила здійснення процесу систематизації досвіду країн, які здійснили «економічний прорив».

Економічний прорив має включати в себе: послідовну ліквідацію критичних для країни ситуацій в інституційно-регуляторному середовищі; розвиток основних факторних ринків (землі, капіталу, робочої сили); інтенсивне створення економіки знань; забезпечення умов сталого розвитку (формування відповідальної конкурентоспроможності) та зміцнення, соціальної згуртованості населення шляхом накопичення соціального капіталу. Необхідність здійснення економічного прориву в Україні підтверджується такими макроекономічними показниками як: якість життя в Україні та рівень реального ВВП (табл. 1).

Дивлячись на досвід економічно розвинених країн, особливо аналізуючи країни, що зробили економічний прорив (Японія, Корея, Німеччина, Ірландія, Великобританія, Сінгапур, Китай), можемо стверджувати, що розвиток цих країн залежав від якості соціального капіталу, продуктивності праці та пріоритетності впровадження економіки знань. Важливо зазначити, що зараз змінилася основна концепція, що визначає конкурентоспроможність країни, перехід від нагромадження матеріальних ресурсів та капіталу країни до підвищення якості людського розвитку.

Таблиця 1

Моніторинг показників рівня та якості життя населення в досліджуваних країнах, 2019 р.

Показники	Україна	Польща	Росія	Франція	Німеччина	США	Норвегія	Велика Британія
ВВП тис дол д./н. [2]	2963	15431	11327	42878	48264	62606	81695	42558
Середня заробітна плата (\$/міс.) [3]	460	1 253	788	3 332	4 392	3 921	5450	2 703
Середня пенсія (\$/міс.)	100	800	220	1 150	1 400	1 100	1 750	820
Очікувана тривалість життя (місц./жін./чол.) [4]	(124) 77,27 / 67,56	(48) 82,98 / 75,51	(118) 78,15 / 67,62	(14) 85,82 / 80,32	(28) 84,14 / 79,62	(51) 81,65 / 76,61	(17) 84,78 / 81,11	(30) 83,28 / 80,22
Індекс щастя (місце в рейтингу, бал) [5]	133 (4,332)	40 (6,182)	68 (5,648)	24 (6,592)	17 (6,985)	19 (6,892)	3 (7,554)	15 (7,054)

Джерело: складено авторами на основі джерел [2-5].

Таким чином, аналізуючи історичний досвід застосування різних стратегій найбільш високорозвинених країн світу – США, Японії, Ірландії, Швеції, Південної Кореї, Сінгапуру – можна зазначити, що їх прорив був забезпечений чітко розрахованими діями й тактичними кроками, які були не піддавалися політичним та соціальним змінам. Тому економічний прорив має ґрунтуватися на стратегії конкурентоспроможності, яка розглядається в першу чергу як аполітична, загально-соціальна програма розвитку. Вона може об'єднати конкуруючі

політичні сили, об'єднати суспільні групи різного спрямування та інтересів, щоб забезпечення національний добробут та розвиток країни. Саме тому, основний чинник, що робить нашу країну неконкурентоспроможною в сьогодишньому глобальному світі, є низька якість політики, яка відстає за своїм глобальним баченням від вимог часу, звідси впливає низька якість суспільних інститутів, що не забезпечують соціальної згуртованості та якісного підвищення рівня соціального капіталу в суспільстві.

Шляхи становлення проривної економіки багато в чому залежать від проведення проривних реформ, спрямованих на прискорений розвиток. Це можливо на базі інновацій, як соціальних, організаційних, технологічних, так і управлінсько-мотиваційних. У числі напрямків розвитку: експорт на міжнародний ринок, високі технології, дотримання екологічних норм на основі прориву в області технологій, інвестицій в освіту і наукомісткі галузі, форсований розвиток технологічного напрямку, технологічна незалежність і світове лідерство в проривних сферах, пріоритет в формуванні нової соціальної структури суспільства.

Важливу інформацію про те, за рахунок чого можна забезпечити економічний прорив в Україні, дають ключові прогностні параметри (табл. 2) на період до 2021 року.

Таблиця 2

Основні прогностні макроекономічні показники економічного та соціального розвитку України на 2019-2021 рр.

Показник		Рік		
Назва	Од-виміру	2019	2020	2021
Темп росту ВВП	%	103,0	103,8	104,1
Індекс споживчих цін	%	108,7	106,7	105,5
Індекс цін виробників промислової продукції	%	110,1	108,2	105,9
Прибуток прибуткових підприємств	млрд грн	882,1	999,5	1 128,4
Фонд оплати праці	млрд грн	1 142,7	1 290,8	1 444,5
Середньомісячна заробітна плата	грн	10 129	11 451	12 835
Рівень безробіття	%	8,9	8,5	8,3
Темп росту експорту	%	108,3	107,9	109,8
Темп росту імпорту	%	109,1	107,3	109,3

Джерело: складено автором на основі джерела [5].

Створення умов для становлення проривної економіки - особливий вид діяльності держави, бізнесу і громадських організацій, до складу якого входить і управлінський аспект. Він орієнтований на задоволення потреб і інтересів не тільки реального сектора національного господарства, але і всього суспільства. Успішне становлення і розвиток проривної економіки цілком можливі за умови, що ця задача є основою і державної політики, і важливих цільових національних програм країни. Це тим більш необхідно з огляду на того, що вона забезпечує масштабну підтримку всіх учасників даного процесу, всього народу. Без цілеспрямованого державного впливу фактично не можна домогтися прориву, досягти необхідного ривка у впровадженні у виробництво новітніх досягнень науки і техніки в масштабах країни і управлінні даними інноваційним процесом.

Список використаних джерел:

1. Рейтинг країн світу за ВВП на душу населення 2019 року. [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу: <https://tyulyagin.ru/ratings/rejting-stran-mira-po-vvp-na-dushu-naseleniya-2019-goda.html> (дата звернення 25.11.2019).
2. Середня заробітна плата країн світу. Рейтинг 2020. [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу: <https://tyulyagin.ru/ratings/srednyaya-zarplata-po-stranam-mira.html> (дата звернення 23.01.2020).
3. Рейтинг країн світу за середньою тривалістю життя 2020. [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу: <https://tyulyagin.ru/ratings/rejting-stran-mira-po-prodolzhitelnosti-zhizni.html> (дата звернення 21.01.2020).
4. Рейтинг країн світу за середньою тривалістю життя 2020. [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу: <https://theworldonly.org/index-schastya-2019/> (дата звернення 21.01.2020).

5. Рейтинг щастя по країнах. Всесвітній доповідь про щастя 2019. [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу: <https://theworldonly.org/indeks-schastya-2019/> (дата звернення 20.03.2019).

6. Рейтинг щастя по країнах. Всесвітній доповідь про щастя 2019. [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу: <https://theworldonly.org/indeks-schastya-2019/> (дата звернення 20.03.2019).

7. Про схвалення Прогнозу економічного і соціального розвитку України на 2019-2021 роки: постанова КМУ від 11.07.2018 р.№ 546. [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-prognozu-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvitku-ukrayini-na-20192021-roki> (дата звернення 11.07.2018).

УДК 330.341

ЛЯХНО М. І.

студент кафедри економіки та підприємництва

Науковий керівник – к.е.н., доц. Коба Н. В.

Міжнародний університет фінансів

РОЛЬ НТП В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Науково-технічний прогрес (НТП) є постійно діючим процесом зростання продуктивності виробничих ресурсів на основі розроблення та впровадження інновацій у виробництво товарів та послуг.

НТП став потужним методом розв'язання складних соціально-економічних проблем. Він відіграє першорядну роль у створенні і широкому застосуванні ресурсозберігаючих технологій, у розв'язанні проблем раціонального природокористування, збереженні навколишнього середовища [2]. Тому нам необхідно подолати протиставлення виробничих відносин і технології виробництва, реально бачити їх найглибокий зв'язок і шляхи поєднання. Так, високі темпи економічного зростання мають забезпечуватися широкими заходами, спрямованими на підвищення ефективності економіки шляхом техніко-технологічного переозброєння виробництва, зростання культурно-технічного та професійного рівня працівників, удосконалення організації та стимулювання праці.

Має йти процес розвитку тих галузей, які містять належний обсяг «перероблених» знань, з високою продуктивністю використання ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових) і низькою екологонебезпечністю. Це означає розвиток галузей новітніх технологічних укладів четвертого та п'ятого покоління, здатних прискорити темпи економічного зростання до 7-8 відсотків на рік (завдання нового Уряду).

Світова економіка знаходиться на межі зародження шостого технологічного укладу. В Україні переважають виробництва третього та четвертого технологічних укладів. Третій технологічний уклад базується на використанні електричної енергії та розвитку машинобудування, електротехнічної та радіотехнічної промисловості. Четвертий технологічний уклад базується на автомобіле-, тракторо- та літакобудуванні, хімічній та нафтохімічній промисловості, тепловій енергетиці. П'ятий уклад спирається на технології електронної промисловості, атомної та зеленої енергетики, мікроелектроніки, інформаційних технологій, генної інженерії, біотехнологій. Відставання українських технологій реального сектору — 30-35 років, що потребує активних дій для скорочення відставання до 10-15 років в окремих пріоритетних для України видах діяльності. Цей рівень відставання може бути достатнім для підтримки конкурентоспроможності українських товарів на зовнішніх (для експорту) та внутрішньому (для гальмування, або заміщення імпорту). В пріоритетних для України сферах мають фінансуватися та доводитися до виробництва власні науково-технічні розробки. В інших актуальним є відбір та купівля науково-технічної продукції для власної адаптації та впровадження у виробничі технології. Плюс використання інвестиційного імпорту для заходження в Україну сучасних технологій. При належній оптимізації цих трьох форм підтримки НТП у продуктивних силах країни можна реалізовувати стратегію «невідставання» в умовах обмежених ресурсів національної економіки.

Тренди НТП безпосередньо впливають на систему освіти і підготовки кадрів для економічної діяльності. Впровадження інноваційних технологій потребує нового рівня знань та кваліфікації трудових ресурсів. Актуальними тенденціями зростання ролі освіти можна вважати: зміну вимог до професійної освіти (якість самого процесу навчання, результативність

в формі отриманої людиною кваліфікації та безперервність навчання — протягом усього життя) та зростання обсягів знань, масштабів освіти. З іншого боку, НТП веде до випереджаючого зростання продуктивності праці, відставання обсягів виробництва, заміна людей штучним інтелектом і, відповідне скорочення робочих місць та чисельності зайнятих. А це чинники зменшення попиту на високий рівень освіти та витрати активним населенням часу та коштів на підтримання конкурентної професійної кваліфікації, або освоєння нової професії протягом життя.

Організація та фінансування наукових досліджень здійснюється у 4 інституційних формах: академічна наука, галузево-прикладна (в тому числі на рівні підприємств, які проводять власні проектно-конструкторські роботи), вузівська. Університети все більше разом з своїми освітніми функціями займаються дослідженнями та розробками інновацій. За даними Держстату у 2018 році 46% наукових досліджень виконувались у державному секторі економіки, 39% – підприємницькому, 15% – у закладах вищої освіти [3]. Дискусійним треба вважати поточний процес переведення науково-технічної діяльності з бюджетного фінансування з спеціалізованих науково-дослідних інститутів до університетів.

Особливо загрозливим є стан скорочення науковців більше ніж вдвічі у порівнянні з 2010 роком. Причиною є, звичайно, недофінансування науково-дослідних та проектно-конструкторських робіт через низький попит з боку приватного капіталу і хронічна недостатність бюджетних коштів для підтримки належного рівня державних науково-технічних дослідницьких центрів.

Технічний прогрес веде до швидкої еволюції технічної, технологічної та управлінської основи продуктивних сил, що, в свою чергу, змінює характер праці, структуру робочих місць, перелік професій, місце людини у виробничих процесах, образ та технології життя, функціонування домашніх господарств [1]. Тобто відбуваються як виробничі так і соціальні зрушення, які мають враховуватися навіть у середньострокових прогнозах та програмах Уряду, не говорячи вже про довгострокові програми, концепції та стратегії розвитку країни.

Спрацювання основних фондів, зниження науково-технологічного рівня економіки України призвело до того, що вона швидко відстає від розвинутих країн за експортом високотехнологічної та наукоємної продукції. Переважання сировинного виробництва робить структуру економіки малопроductивною за обсягами ВВП та доходами населення, корпорацій та держави.

Галузь машинобудування є лідером інвестиційного комплексу країни та індикатором місця НТП у продуктивних силах, забезпечує матеріалізацію науково-технічних досягнень у виробничій базі підприємств, впровадженню нових технологій та товарів, систем управління бізнесом, формує рівень конкурентоспроможності національної економіки. Ця галузь потребує власного високого науково-технічного рівня виробництва та, водночас, забезпечує техніко-технологічне переозброєння всієї економіки. Через важелі державної політики варто забезпечити підвищення продуктивності функціонування тих підприємств та галузей, які представлені у структурі машинобудування та можуть забезпечити формування інвестиційних ресурсів галузі. В інноваційній сфері існує достатня кількість розробок, готових до введення у виробництво та спрямованих на підвищення його конкурентної спроможності шляхом покращення ресурсозберігаючих характеристик. Недостатнє інвестування технологій у машинобудуванні, які прогнозуються у найближчі 5-7 років, веде до деградації всього реального сектору економіки. Варто поєднати два процеси:

- максимальне використання наявного, частково адаптованого до ринкових умов технологічного потенціалу, зростання на його основі продуктивності праці;
- інвестування у нові розробки і модернізацію тих видів продукції, які виробляються, з метою поліпшення їхніх конкурентних споживчих властивостей;
- розширення технологічної бази машинобудування за рахунок впровадження наукомістких ресурсозберігаючих технологій.

Спостерігається очевидна тенденція до технологічного застосування науки та перетворення її на елемент продуктивних сил. Результати наукових досліджень втілюються в техніці, технології, оновленому матеріальному виробництві. В той же час НТП впливає на самих виробників, на світогляд людей, на їх творчі здібності, стимули та потреби. Основним пріоритетом має реально стати використання наукомістких технологій з більшою продуктивністю та ресурсозбереженням.

Аналіз впливу НТП на економічні тенденції треба проводити через зміни показників-індикаторів ефективності використання виробничих ресурсів: продуктивність праці, капіталовіддача, ресурсоємність, ефективність капітальних інвестицій, результативність витрат на науково-технічну продукцію, рівень інновацій, конкурентоспроможність продукції. Їх

тренди при прогнозуванні мають враховуватися в єдиному модельному комплексі з урахуванням сценарних умов (які залежать від комплексу регуляторів державної політики, які впливають на результативність науково-технічної діяльності), рівня ділової активності в країні, зовнішніх умов (для стимулювання експорту та імпортозаміщення) та очікуваних обсягів науково-технічної та інноваційної діяльності (з урахуванням ресурсів для їх фінансування).

Список використаних джерел:

1. Геєць В. М. Характер перехідних процесів до економіки знань. *Економіка України*. 2004. № 4. С. 4-14.
2. Коновалов А. П. Научно-технический прогресс как фактор развития современной цивилизации: материалы международной научно-практической конференции/ А. П. Коновалов, Найденова Л. И., Дорошин Б. А. П. : Социосфера, 2011. 103 с.
3. Статистичний щорічник України за 2018 рік. *Державна служба статистики України*. К.: 2019. 481 с.

УДК 330.3

МИХІЄНКО А. А.

Студентка групи УП-81

кафедри теоретичної та прикладної економіки

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»

Науковий керівник – **к.е.н., доц. Трофименко О. О.**,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»

ІНДИКАТОРИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ: СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ВИМІР

Сьогодні людський капітал є одним з головним чинників росту економіки країни. При достатньому розвитку людського капіталу, зростає продуктивність праці, розкривається потенціал людей підвищується конкурентоспроможність як самої людини, так і загалом країни, покращується рівень життя людей та їх добробуту.

Поняття людського капіталу досліджували такі вчені як Шульц Т., Беккер Г., Грішнова О., Туроу, В., Дж. Мінцер, а також А. Сміт, Д. Рікардо та інші. Теодор Шульц, лауреат Нобелівської премії з економіки 1978, зробив значний внесок у розвиток поняття «людський капітал». У своїй роботі «Інвестиції у людський капітал» він вказує, що людські ресурси можна розглядати з одного боку, як природні ресурси, а з іншого – як матеріальний капітал. При народженні людина є звичайним природним ресурсом, але після набуття знань, навичок та вмінь вона перетворюється на повноцінний людський капітал [1]. Гері Беккер, лауреат Нобелівської премії 1992 р., вважав, що формування людського капіталу відбувається за рахунок інвестицій у людські ресурси, а саме: навчання, перекваліфікація, витрати на здоров'я [2].

Основним показником для порівняння розвитку людського капіталу є Індекс людського розвитку (ІЛР). Для його розрахунку використовують індекс життя, індекс здоров'я та індекс ВВП (1).

$$ІЛР = \frac{Іосвіти + Іжиття + ІвВП}{3} \quad (1)$$

У свою чергу індекс життя враховує середню тривалість життя; індекс освіти – середню кількість років витрачених на освіту дорослими (старше 25 років), а також очікувані роки навчання дітей у школі, при досягненні ними шкільного віку; індекс ВВП – ВВП на душу населення у доларах, що конвертуються за коефіцієнтами переходу на паритет купівельної спроможності [3].

Програма розвитку ООН публікує рейтинги країн за Індексом людського розвитку. У 2019 році топ-5 за ІЛР склали Норвегія, Швейцарія та Ірландія, Німеччина та Гонконг (Китай) [4]. Для більш чіткого розуміння тенденцій людського розвитку, розглянемо показники ІЛР для України та її країн сусідів та країн, які входять у топ-5 за допомогою рис. 1.

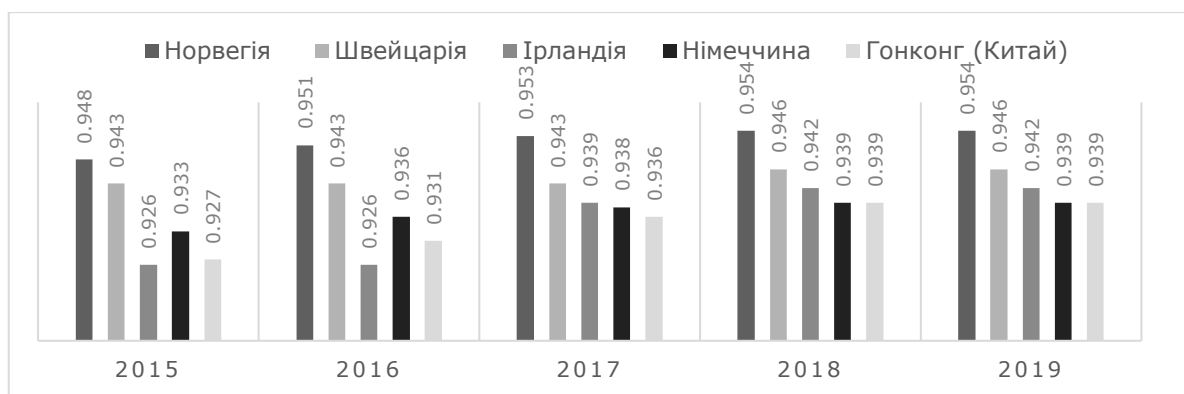


Рис. 1 Показники ІЛР для топ-5 країн у ретроспективі за 5 років (2015-2019)
(побудовано автором на основі [5, с.304–307])

ІЛР у Норвегії за останні 5 років зріс на 0,6%, у Швейцарії – на 0,3%, в Ірландії – 1,7%, у Німеччині на 0,6% та у Гонконзі на 1,3%. Отже, можна зробити висновки, що відбувається хоч і не значний, але постійний поступовий ріст даного індексу, що свідчить про ріст рівня та якості життя у досліджуваних країнах. Найбільші зміни відбулися в Ірландії.

Щодо країн-сусідів, а саме: Білорусь, Молдова, Польща, Росія, Словаччина та Угорщина, то вони займають 50-е, 107-е, 30-е, 49-е, 36-е та 43-є місця відповідно за ІЛР у 2019 році. Показники ІЛР у 2019 році наступні: Білорусь – 0,811; Молдова – 0,702; Польща – 0,858; Росія – 0,813; Словаччина – 0,9; Угорщина – 0,835.

Якщо порівняти індекс людського розвитку у 2015 та 2019 роках, то у Білорусі відбулось зростання за 5 років на 0,7% та у 2019 році дорівнював 0,8, у Молдові – на 1,3%, у Польщі на 1,6%, у Росії – 1,4%, у Словаччині – 0,9%, в Угорщині – 1,2%.

Серед країн-сусідів найбільше зростання відбулося у Польщі, що пояснюється швидшим соціальним та економічним розвитком країни та покращенням умов життя населення, у результаті чого відбулося більше зростання ВВП на душу населення та очікуваної тривалості життя при народженні.

Що стосується України, то за рейтингом 2019 року вона посідає 88-е місце у світі. Якщо порівнювати з країнами-сусідами, то це найнижче серед усіх, окрім Молдови. Розглянемо значення індексу людського розвитку для України. Так, у 2015 р. складав 0,742, у 2016 р. відбулося зростання показника до 0,746, у 2017 – до 0,747, у 2018 – 0,750 та у 2019 без змін. Загалом за 5 років відбулося зростання цього показника на 1%.

Отже, проаналізувавши показники ІЛР, можна зробити висновки, що як для перших п'яти країн, так і для України та її країн-сусідів зростання даного показника відбувається дуже повільно. У середньому для всіх країн з 2015 по 2019 відбулось зростання на 1,04%.

Ще одним показником розвитку людського капіталу є глобальний інноваційний індекс (ГІІ) – це оцінка інноваційної потенціалу країни, яка визначає місце країн за інноваційним розвитком у світі [8]. Також ГІІ дає змогу визначити сильні та слабкі сторони інноваційної системи та політики країни. Для того, щоб розрахувати глобальний інноваційний індекс необхідно знайти половину суми індексів входу та виходу, де індекс входу – це інноваційний потенціал країни, а виходу – це результати наукової та інноваційної діяльності країни.

За цим показником у рейтингу до топ-5 входять: Швейцарія, Швеція, США, Нідерланди та Великобританія. Розглянемо значення ГІІ у ретроспективі: у 2015 році для Швейцарії він складав 68,30 балів, а у 2019 відбулося зниження на 1,6% – до 67,24. У Швеції з 2015 року показник зріс на 2% та у 2019 році склав 63,65 балів; у США зріс на 2,6% і склав 61,73 бали у 2019 році; у Нідерландах знизився на 0,22% та склав 2019 році 61,44 бали; індекс Великобританії знизився на 1,8 % та склав у 2019 році 61,30.

Розглянемо також зміни глобального інноваційного індексу для країн-сусідів України. У 2019 році Білорусь посіла 72 місце, Молдова – 58 місце, Польща на 37 позиції, Росія на 41 місці, Словаччина на 37 місці та Угорщина займає 33 позицію. З 2015 року по 2019 рік індекс Білорусі знизився на 19% та у 2019 році склав 32,07 бали; у Молдові знизився на 14,1% та у 2019 році дорівнює 35,52; індекс Польщі зріс на 2,8% та у 2019 році склав 41,31; у Росії знизився на 4,5%, у 2019 дорівнює 37,62; у Словаччині знизився на 2,2%, у 2019 році дорівнює 42,05 та для Угорщини на 3,4% зріс й у 2019 році дорівнює 44,51.

Україна в 2019 році посіла у даному рейтингу 47 місце з індексом 37,47. З 2015 по 2019 рр. показник зріс на 2,7%. Порівнюючи Україну та її сусідів найбільше зростання інноваційного розвитку відбулося в Угорщині та найбільше зниження відбулося у Білорусі.

Отже, для того, щоб у країні розвиток людського капіталу був високим, необхідно змінювати та удосконалювати економічну та соціальну політику держави, зокрема удосконалювати сферу охорони здоров'я, культурного розвитку, створювати умови та можливості отримання достатнього рівня освіти та забезпечити таке фінансове становище громадян, щоб вони могли вільно заохочувати усі свої потреби першої необхідності, а також вистачало і на розвиток та навчання. На нашу думку, також необхідною умовою ще мають бути достатні інвестиції у людський капітал та науку задля підвищення інноваційного потенціалу країни та достатня державна підтримка інноваційної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Schultz T. Capital Formation by Education / Theodore Schultz // Journal of Political Economy. 1960. № 6. P. 571-583.
2. Becker Gary S. Human Capital/G. Becker. — N.Y. : Columbia University Press, 1964.
3. Індекс людського розвитку [Електронний ресурс] : Україна посіла 88 позицію серед 189 країн // UNDP. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2018/human-development-indices--where-does-ukraine-rank--.html> (дата звернення: 07.03.2020).
4. 2019 Human Development Index Ranking [Електронний ресурс] // UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME. URL: <http://hdr.undp.org/en/content/2019-human-development-index-ranking> (дата звернення: 06.03.2020).
5. Human Development Report 2019: Beyond income, beyond averages, beyond today: Inequalities in human development in the 21st century// UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME: звіт 2019. URL: <http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2019.pdf> (дата звернення: 07.03.2019).
6. The Global Innovation Index 2015: Effective Innovation Policies for Development. // Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization (WIPO): звіт 2015. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_gii_2015.pdf (дата звернення: 07.03.2020).
7. GLOBAL INNOVATION INDEX 2019: Creating Healthy Lives—The Future of Medical Innovation. // Cornell University, INSEAD, and the World Intellectual Property Organization (WIPO): звіт 2019. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf (дата звернення: 07.03.2020)
8. Міжнародні рейтинги: статистичні аспекти обчислення та застосування. Частина II. Індеси інноваційного та людського розвитку/А. М. Єріна// *Статистика України*. 2016. №4. С. 66-75.

УДК 339.372
JEL: F13; F43; F63

РИБАЛКА В. С.

*Студентка кафедри фінансів та обліку
Міжнародний університет фінансів*

МИХАЙЛИК О. М.

*к. е. н., доц.
доцент кафедри фінансів та обліку
Міжнародний університет фінансів*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ АЛЬТЕРГЛОБАЛІЗМУ

У XXI столітті спостерігається загострення конкурентної боротьби у світовому економічному просторі. Результатом є поглиблення протиріч між темпами світового споживання і можливостями їх забезпечення за рахунок природних та людських ресурсів, а також досягнень науково-технічного прогресу. Відтак, наявність проблеми забезпечення конкурентоспроможності національних економік стає характерною ознакою економічної політики країн світу.

В економічній теорії загальною методологічною основою забезпечення конкурентоспроможності національної економіки однозначно використовується багатофакторний підхід. Сьогодні на конкурентність національних економік впливає такий фактор як «посилення глобальної нестійкості» [3]. Дія всіх факторів має сприйматися та оцінюватися з позиції забезпечення найглибших основ конкурентоспроможності національної економіки: 1) ефективного використання національних ресурсів; 2) забезпечення високої продуктивності національної економіки; 3) високий рівень життя та тенденція його зростання [3].

Для України особливо актуальним є створення конкурентоспроможної національної економіки, оскільки за оцінками Всесвітнього економічного форуму (WorldEconomicForum, WEF) в 2019 році Україна втратила дві позиції в Індексі глобальної конкурентоспроможності (GlobalCompetitivenessIndex, GCI) й посіла 85 місце серед 141 країни світу (див. табл. 1). Найближчими сусідами України в опублікованому рейтингу стали Шрі-Ланка (84 місце) та Молдова (86 місце).

Таблиця 1
Рейтинги країн за
індексом глобальної
конкурентоспроможності
у 2019 році за методикою
ВЕФ*

Країна	2019 рік	
	Позиція	Індекс
Сінгапур	1	84,8
США	2	83,7
Гонконг	3	83,1
Нідерланди	4	82,4
Швейцарія	5	82,3
Франція	15	78,8
Ізраїль	20	76,7
ОАЕ	25	75,0
Італія	30	71,5
Словенія	35	70,2
Таїланд	40	68,1
Бахрейн	45	65,4
Індонезія	50	64,6
Казахстан	55	62,9
ЮАР	60	62,4
Перу	65	61,7
Йорданія	70	60,9
Марокко	75	60,0
Ямайка	80	58,3
Шрі-Ланка	84	57,1
Україна	85	57,0
Молдова	86	56,7
Еквадор	90	55,7
Кенія	95	54,1
Руанда	100	52,8
Кількість країн учасниць	141	

*Складено за:
TheGlobalCompetitivenessReport
2019 [5]

Всесвітній економічний форум (ВЕФ) щороку публікує «Звіт про глобальну конкурентоспроможність», складається з більш ніж 100 змінних, що згруповані у 12 критеріїв за якими проходить оцінювання країн та визначення рейтингу (індексу) конкурентоспроможності. Зокрема, країни ранжують за такими параметрами, як якість інституцій, інфраструктура, макроекономічна стабільність, здоров'я та початкова освіта, вища освіта і професійна підготовка, ефективність ринку товарів і послуг, продуктивність ринку праці, розвиненість фінансового ринку, технологічний рівень, розмір ринку, конкурентоспроможність компаній та інноваційний потенціал.

Згідно зі щорічним звітом ВЕФ, на рівень конкурентоспроможності України негативно вплинули такі критерії:

1) розвиток фінансового ринку (136 місце, рейтинг нижчий на 19 позицій порівняно з 2018 роком);

2) макроекономічна нестабільність (133 місце, рейтинг нижчий на 2 позиції порівняно з 2018 роком), що підтверджується дефіцитом платіжного балансу, високим рівнем доларизації економіки та ризиком оголошення суверенного дефолту.

Також регрес зафіксовано у сфері охорони здоров'я — на 9 позицій вище (101 місце).

Втім, із позитивних зрушень є покращення позиції країни за критеріями «ефективність ринку товарів і послуг» - з 73-го на 57-ме місце, «продуктивність ринку праці» - з 66-го на 69-те місце та «якість інституцій» - зі 110-го на 104-те місце [1; 5].

Крім того, Україні вдалося трохи піднятися за такими показниками, як освіта - з 46-го на 44-те місце та рівень розвитку бізнесу - з 86-го на 85-те місце [1; 5].

Відповідно до діючої методики оцінки конкурентоспроможності Україну можна віднести до країн, які орієнтовані на ефективність. Як показують зазначені результати, Україні потрібні рішучі дії, спрямовані на стабілізацію та оздоровлення державних фінансів, банківської системи, стимулювання конкуренції [4].

Для визначення можливості конкурентоспроможності України, необхідно проаналізувати суспільно-господарські та науково-технічні механізми, що забезпечать високоефективне використання ресурсної і матеріально-технічної бази суспільного виробництва країни та динамічне економічне зростання.

Першим кроком до лідерства у світовій економіці потрібно відмовитися від ліберальної моделі. Саме вона гальмує розвиток економіки, деформує соціальні та господарські стандарти розвитку. Стратегічною проблемою забезпечення високої конкурентоспроможності української економіки є її модернізація. Потрібно створити загальнонаціональну програму модернізації економіки, у якій має бути детально розкритий напрям утвердження інноваційної системи розвитку. А після цього має реформуватися господарський механізм [3].

Конкурентоспроможність держави в умовах сьогодення, під час 4-ї промислової революції (Industry 4.0) визначається не розміром ВВП, або обсягами експорту країни, чи внесками валової доданої вартості у ВВП, а саме повністю автоматизованим виробництвом, використанням «цифрових технологій».

Для формування конкурентоспроможної національної економіки потрібен аналіз сфер і галузей, які можуть продемонструвати конкурентні переваги на світових ринках. Країна входить в число промислово розвинутих країн. Україна володіє значним трудовим потенціалом, якого цілком достатньо, щоб при певних реформах створити ефективний ринок праці [3].

Тепер завдання зводиться до того, щоб забезпечити високу економічну ефективність використання наявного ресурсо-промислово-трудоного та інноваційного потенціалу, за якої будуть сформовані реальні переваги української економіки на світових ринках і в соціальній сфері в межах країни.

Отже, на основі проведених досліджень виділено ряд факторів, які є першопричиною хронічного відставання України у конкурентному середовищі на світових ринках[2]:

- 1) низька ефективність проведених реформ, особливо на макроекономічному рівні;
- 2) погіршення структури економіки, основних конкурентоспроможних галузей національної економіки;
- 3) недостатня увага до проблеми прискорення інвестиційно-інноваційного потенціалу економіки України;
- 4) низький рівень виділення пріоритетів при формуванні та побудові інформаційного суспільства, цифровізації економіки.

Пріоритетним напрямом зміцнення конкурентоспроможності національної економіки є розвиток інноваційного потенціалу, поліпшення макроекономічних пропорцій через інструменти інвестиційної, фінансово-бюджетної та монетарної політики держави.

Список використаних джерел:

1. Інтерфакс ЮА «Україна опустилася на 85-те місце в щорічному рейтингу конкурентоспроможності WEF»: URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/617843.html>(дата звернення: 02.03.2020).
2. Пронкіна, Л. І., Гавриш, О. М. Стан і перспективи конкурентоспроможності економіки України. *Економіка і суспільство*. 2018. № 16. С.9-13.
3. Радченко В. В. Створення конкурентоспроможної національної економіки: сутність проблеми та можливості її реалізації. *Конкурентоспроможність національної економіки: Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції*. 2014. С. 60-63.
4. Скрипник, Н. Є., Хайрутдінов, Е. О. Конкурентоспроможність національної економіки: сутність і сучасні підходи до тлумачення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Економічні науки*. 2016. Ч. 4 Вип. 16. С.34-38.
5. TheGlobalCompetitivenessReport 2019. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf(Accessed: 02.03.2020).

ВПЛИВ ПОЛІТИКИ ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА МІЖНАРОДНУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ДЕРЖАВ

Валютний курс національної валюти виступає одним із значущих чинників міжнародної конкурентоспроможності та являється індикатором стану національної економіки. Він відображає не лише довіру до національної валюти, але і розвиток промисловості країни. Держава з сильною економікою, зазвичай, характеризується стійким курсом валюти, а значне коливання валютного курсу, постійне його ослаблення, зазвичай, свідчать про нестійкість економіки або її слабкий розвиток.

Валютний курс здійснює значний вплив на всі економічні процеси країни, тому його прогнозування необхідне, адже своєчасне нівелювання негативних наслідків коливань валютного курсу сприяє уникненню кризових ситуацій. Для того, щоб усунути наслідків коливань валютного курсу, які посилюють нестабільність міжнародних економічних, у тому числі валютно-кредитних і фінансових, відносин, викликають негативні соціально-економічні наслідки, доцільно визначити, які саме чинники більшою мірою впливають на курс національної валюти та з їх допомогою побудувати прогноз.

Національна валюта є основним елементом валютної системи та національної економіки будь-якої країни. З розвитком міжнародних економічних відносин важливу роль посів такий елемент валютної системи, як валютний курс, так як для міжнародної торгівлі необхідним є вимірювання вартісного співвідношення валют різних країн, а також порівняння національних економік.

Виділимо основні функції валютного курсу:

1) при міжнародній торгівлі відбувається обмін товарами та послугами між країнами, який має на увазі також обмін національними валютами. Звідси випливає доцільність встановлення співвідношення вартості однієї валюти до іншої для взаємного обміну валютами при торгівлі товарами, послугами, а також при русі капіталів та кредитів;

2) валютний курс слугує показником для порівняння цін різних країн, а також для порівняння розвиненості міжнародних ринків;

3) валютний курс сприяє періодичній переоцінці рахунків в іноземній валюті фірм і банків [1].

При визначенні сутності валютного курсу як економічної категорії одні економісти розглядають його як вартісну категорію, а інші - в якості технічного інструмента або співвідношення двох валют. В основі визначення вартості валютного курсу лежить купівельна спроможність валют, яка відображає середні національні рівні цін на товари, послуги та інвестиції. Ця економічна (вартісна) категорія відображає виробничі відносини між товаровиробниками та світовим ринком. На основі того, що вартість є показником, який характеризує обсяг товарного виробництва, можна зробити висновок, що порівняння національних грошових одиниць здійснюється на основі вартості товарів, які були вироблені й обміняні. Виробники та споживачі за допомогою валютного курсу можуть порівнювати національні ціни на товари з цінами на них в інших країнах. На основі цих порівнянь робиться висновок про те, вигідне чи ні виробництво того чи іншого товару в країні, а також чи є доцільним інвестування в економіку іншої країни.

Підхід заснований на думці, що валютний курс не має під собою вартісної основи, являє собою простий, технічно зручний засіб для регулювання економіки та здійснення товарного обміну. В одному з визначень валютного курсу вказується, що це «обмінне співвідношення між двома валютами» [2].

Валютний курс використовується при обміні товарами між країнами, адже будь-яка країна може придбати іноземний товар, обмінявши національну валюту на валюту тієї країни, чий товар вона має намір придбати. Таким чином, вартісною основою співвідношень валютних курсів є їх купівельна спроможність, яка відображає національні ціни на товари та послуги, а також слугує для порівняння національних цін на товари з цінами на них на світовому ринку та безперешкодного обміну товарами між країнами, що підтверджує конкурентоспроможність держав [3].

Список використаних джерел:

1. Круш П. В. Гроші та кредит: Навч. посіб. Київ: *Центр учбової літератури*. 2010. С. 82.
2. Амеліна І. В. Попова Т. Л., Владимиров С. В. Міжнародні економічні відносини: навч. посіб. Київ: *Центр учбової літератури*. 2013. С. 194.
3. Клименко В. В., Акімова Л. М., Докієнко Л. М. Фінансовий ринок: навч. посіб. / за ред. Павлова В. І. Київ: *Центр учбової літератури*. 2015. С. 219.

УДК 339.13

ТРОФИМЕНКО О. О.

к.е.н., доцент,
Міжнародний університет фінансів,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського»

СВЕТЛОВ А. І.

Міжнародний університет фінансів, гр. ЗУБ-81,
Комерційний директор ТОВ «МЕДХОЛДІНГ»

ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ МЕДИЧНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ

Світовий ринок медичних виробів швидко і динамічно розвивається. Від його розвитку залежить якість та тривалість життя населення. Особливої актуальності розвиток індустрії медичних виробів набуває сьогодні в умовах світової пандемії коронавірусної інфекції COVID-19. Саме тому важливо проаналізувати особливості ринку медичних виробів в Україні, щоб визначити потенційні можливості зростання та проблеми.

Медичні вироби досить відрізняються за технологією виробництва, влаштуванню і функціональному призначенню, за технічним рівнем і методами застосування, а також каналами поширення і вимогам до сервісного обслуговування та ін. Тому, розглядаючи ступінь різноманітності категорії, стан і динаміку ринку можна визначити, що ринок медичних виробів досить складний за своєю структурою і має характерні особливості, які варто враховувати при його аналізі.

Розглянемо показники медичних виробів як складової «аптечного кошику українця». Так, вся фармацевтична продукція, що реалізується аптечними підприємствами поділяється на такі категорії, як лікарські засоби (ЛЗ), косметика (К), біологічно активні добавки (БАД), вироби медичного призначення (ВМП). За підсумками 9 місяців 2019 р. на ринку медичних виробів у грошовому вираженні спостерігалось зростання по всіх категоріям товарів «аптечного кошика» порівняно з даними за аналогічний період минулого року. Обсяг роздрібної реалізації всіх категорій товарів «аптечного кошика» склав 74,3 млрд грн. або 2,8 млрд дол США (за курсом міжбанку). У порівнянні з аналогічним періодом 2018 р. обсяг продажу зріс на 15,9% в гривневому і 18,3% в доларовому вираженні. У натуральному вираженні обсяг продажу скоротився на 3,1% і склав 1,25 млрд упаковок [1].

При цьому, відмічається зростання всіх категорій товарів «аптечного кошика» [9] в грошовому вираженні. У той же час, в натуральному вираженні приріст продажів відзначається для дієтичних добавок і косметики, а для лікарських засобів і медичних виробів фіксується зниження на рівні 4%.

Слід також відзначити, що категорія медичних виробів є другою за обсягами споживання після лікарських засобів, їх частка становить близько 8% у грошовому та близько 28% у натуральному вираженні [2; 3]

У розрізі категорій медичних виробів прилади й апарати медичні мають найвищу середньозважену роздрібну вартість — 239,6 грн, а найнижчу шприци — 2,6 грн. Одним з основних чинників зміни вартості медичних виробів є вартість імпортованих товарів. Порівняно з 2016 р. середньозважені ціни на імпортовані товари у 2019 р. зросли на 41%, на товари вітчизняного виробництва зросли на 22%, в той же час, на вироби медичного призначення спостерігалось зростання на 28% [2; 3].

У грошовому вираженні імпортовані медичні вироби суттєво превалюють над вітчизняними у співвідношенні приблизно 70:30. У той же час, у вересні 2019 р. частка вітчизняних виробів у натуральному вираженні перевищила 50%, чого не спостерігалось з березня 2018 р.

Серед основних дистриб'юторів медичних виробів, відповідно до звітності [3] та даними роздрібного ринку України є такі компанії: ТОВ "БАДМ" (Україна, Дніпро), Оптима-Фарм СП ТОВ (Україна, Київ), Долфі-Україна ТОВ (Україна, Дніпро), МЕДХАУЗ СВІС ГМБХ ТОВ (Україна, Дніпро), Вента ТОВ (Україна, Дніпро), Медичний центр М.Т.К. ТОВ (Україна, Київ), Тетафарм ТОВ (Україна, Львів), Delta Medical Promotions (Швейцарія), Джамп (Україна, Харків), ТОРГОВИЙ ДІМ ВЕГА Україна ТОВ (Україна, Дніпро), Torunskie ZMO (Польща), Вега Україна (Україна, Дніпро), Тигрес ТОВ (Україна, Ліпини), Фіто-Лек ТОВ (Україна, Харків), Юрія-Фарм ТОВ (Україна, Київ), Інтернешнл Медікл Еквіпмент ТОВ, Alexpharm (Великобританія), АТЛАНТ ДИСТРИБ'ЮШН ТОВ (Україна, Київ), Смарті Фемілі ТОВ (Україна, Одеса), БЕМБІКС ТОВ (Україна, Вінниця).

Станом на вересень 2019 р. найбільші частки ринку займали компанії ТОВ "БАДМ" (Україна, Дніпро), Оптима-Фарм СП ТОВ (Україна, Київ) та Долфі-Україна ТОВ (Україна, Дніпро) – відповідно, 16%, 14% та 10%.

Стосовно розподілу продажу медичних виробів за регіонами у відсотках за той же період, то найбільший обсяг продажу медичних виробів у Києві. далі за значенням – Харківська, Дніпропетровська, Одеська та Львівська області.

На ринок медичних виробів і, у тому числі, медичної техніки суттєво впливає державна політика регулювання ринку виробів медичного призначення, законодавчі акти та нові правила, що регулюють обіг медичних виробів на території України.

Одним з основних факторів, що впливає на ринок медичних виробів, є політика у сфері державного регулювання, а саме, питання щодо Технічного регламенту виробів медичного призначення. Так, Міністерством охорони здоров'я [4] було двічі оприлюднено для громадського обговорення проекти постанов Кабінету Міністрів України, якими пропонується внести зміни до Технічного регламенту щодо медичних виробів; Технічного регламенту щодо медичних виробів для діагностики *in vitro*; Технічного регламенту щодо активних медичних виробів, які імплантують.

Важливим фактором виникнення колізій на ринку виробів медичного призначення була втрата чинності наказу МОЗ України від 16 липня 2012 р. № 533, яким визначався механізм зберігання медичної техніки та медичних виробів у Державному реєстрі медичної техніки та виробів медичного призначення (на підставі наказу МОЗ України від 22 грудня 2018 р. № 1690). Це призвело до необхідності застосування основної ставки ПДВ (20%) на медичні вироби, що зареєстровані в Україні та включені до Державного реєстру медичної техніки та виробів медичного призначення, введення якого було скасовано шляхом визнання наказу № 533 таким, що втратив чинність.

На думку експертів, очікуваною подією 2019 року було виведення медичних виробів з-під дії Технічного регламенту законодавчо регульованих засобів вимірювальної техніки, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 13.01.2016 р. № 94. Даний крок затребував багато зусиль та часу (майже 2,5 року) й був реалізований у рамках дерегуляції шляхом вжиття заходів щодо розробки, погодження центральними органами виконавчої влади, розгляду Урядом та прийняття запланованої редакції проекту постанови Уряду від 10.07.2019 р. № 598 «Про внесення змін до Технічного регламенту законодавчо регульованих засобів вимірювальної техніки» [5].

Отже, сьогодні серед основних чинників, що суттєво впливають на економічне зростання індустрії медичних виробів можна виділити такі як: економічна ситуація в Україні; стан системи охорони здоров'я; приховані методи зовнішньоекономічної політики та ін. Для збалансованого функціонування всіх суб'єктів ринку та підтримки належного рівня якості медичних виробів важливою є законодавча підтримка та здійснення подальшого реформування системи охорони здоров'я в Україні.

Список використаних джерел:

1. Apteka.ua (2019) *Pharmacy market of Ukraine according to the results of 9 months of 2019*, Available at: <https://www.apteka.ua/article/519677> (Accessed: 10.12.2019).
2. Morion group (2019) *Proxima Research*, Available at: [/ua/sale-out.html](https://moriongroup.ua/sale-out.html) (Accessed: 1.11.2019).
3. PharmXplorer (2019) *Analytical dashboard applications for pharmaceutical market players*, Available at: <https://pharmxplorer.com.ua/login> (Accessed: 10.10.2019).
4. The Ministry of Health of Ukraine (2019) *Public discussion*, Available at: <https://moz.gov.ua/gromadske-obgovorenja> (Accessed: 10.10.2019).
5. "On approval of the Technical regulation of legislatively regulated measuring equipment", Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/94-2016-%D0%BF> (Accessed: 10.10.2019).

УДК 338.43(339.9):633.1(664.7)

СОРОКІНА Ж.Д.

Студентка кафедри менеджменту та інновацій
 Науковий керівник – **д.е.н., проф. Гринкевич С.С.**
 Національний університет «Львівська політехніка»

ЧМІЛЬОВ М.В.

Студент кафедри менеджменту та інновацій
 Науковий керівник – **д.е.н., проф. Іляш О.І.**
 Міжнародний університет фінансів

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗЕРНОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку України агропромисловий комплекс став однією з провідних галузей національної економіки, займаючи важливе місце за обсягами ВВП, збільшенням експортних і валютних надходжень, добробуту та продовольчої безпеки. У свою чергу, у структурі агропромислового комплексу харчовий підкомплекс є стратегічним через високі виробничі потужності та зростаючий попит на продовольчі та продовольчі товари на світовому ринку, що загострює проблему продовольчої безпеки експорту ці продукти по всьому світу.

Проблеми функціонування і розвитку АПК, його секторів та галузей, безпосередньо зернопродуктового підкомплексу, достатньо глибоко і комплексно досліджені у наукових працях таких вчених, як В. Андрійчук, І. Баланюк, П. Березівський, О. Бородіна, В. Брус, В. Ганганов, Ю. Губені, О. Єрмаков, Г. Запша, В. Зіновчук, Ю. Лопатинський, Е. Остром, П. Пуцентейло, Б. Річмонд, Л. Романова, В. Россоха, М. Малік, П. Матковський, В. Месель-Веселяк, Л. Сас, М. Сахацький, І. Свиноус.

Метою дослідження виступає обґрунтування напрямів забезпечення реалізації зовнішньоекономічного потенціалу зернопродуктового підкомплексу АПК.

Зовнішньоекономічний потенціал зернового підкомплексу АПК є системною частиною економічного потенціалу зернового підкомплексу АПК, а його організаційно-технічна структура підпорядкована місії та меті агропромислового комплексу та на яку покладена реалізаційна здатність продукції на світовому ринку.

Під економічним потенціалом розуміють сукупність наявних та таких, які можуть бути мобілізовані, основних джерел, засобів країни та елементів потенціалу цілісної економічної системи, що використовуються і можуть бути використані для економічного зростання й соціально-економічного прогресу [1].

В цілому, при формуванні зернопродуктового підкомплексу варто дотримуватися таких принципів:

- задоволення потреб населення в хлібопродуктах;
- забезпечення взаємозв'язку економічних інтересів усіх суб'єктів господарювання для досягнення єдиної мети;
- існування різних форм господарювання, заснованих на різних формах власності;
- функціонування системи збуту зерна та зернопродуктів на засадах товарно-грошових відносин.

Відтак, зернопродуктовий підкомплекс АПК є досить складною багаторівневою системою, для повноти розуміння якої потрібно конкретизувати складові, що її формують.

Вирішальні вимоги світового господарства - модернізація та інтелект - пов'язані з проривами в галузі науки і техніки та високих технологій, які мають великий вплив на формування та розвиток найважливішого комплексу сільського господарства - національної економіки. Агропромисловий комплекс – це група галузей народного господарства, пов'язаних з економічними зв'язками у сфері виробництва, обігу, обміну та споживання сільськогосподарської продукції, з метою забезпечення продовольчої безпеки та задоволення потреб населення у продуктах і споживчих товарах сільськогосподарської сировини.

Зернопродуктовий підкомплекс характеризуються формуванням єдиного специфічного ланцюга діяльності незалежно від їх галузевої чи виробничої приналежності, що характеризується спільним технологічним потоком виробництва, транспортування,

зберігання, переробки та реалізації зерна та продукції з нього.

Характеризується широким розмаїттям виробництва продовольчих та промислових товарів, включаючи як продовольче зерно, так і товарну продукцію з різних складових побічних галузей, що пов'язує підприємства різних галузей АПК технологічними ланцюгами.

Зернопродуктовий підкомплекс є стратегічно важливим компонентом забезпечення ефективного функціонування АПК України. Так, у загальній структурі посівних площ за період 2010-2019 років найменша частка зернових і зернобобових культур становила 53,0 % в 2017 році. Основними виробниками зернових і зернобобових культур в Україні є сільськогосподарські підприємства, частка яких в 2019 році становила 79,8 %, що формує сприятливі передумови для реалізації зовнішньоекономічного потенціалу зернопродуктового підкомплексу АПК. Суттєвою є частка зернових і зернобобових культур у валовій структурі продукції сільського господарства, яка в 2019 році склала 35,2 % [5].

Функціонування зернопродуктового підкомплексу АПК України формує сприятливі передумови для реалізації його зовнішньоекономічного потенціалу. У 2010-2019 роках частка зернових і зернобобових культур у загальній структурі посівних площ становила понад 50 %, тоді як їх частка у валовій продукції сільського господарства в 2018 році склала 27,5 %. У 2019 році було досягнуто рекордних обсягів експорту зерна – 56,7 млн. тон (або ж 9,6 млрд. дол США) [5]. Затвердження Угоди про асоціацію між Україною та ЄС забезпечує стратегічне перепозиціонування експортних потужностей зернових підкомплексів агропромислового комплексу з Російської Федерації та країн СНД на ринки країн-членів ЄС. Єгипет, Китай та Іспанія, у свою чергу, лідирують серед вітчизняних імпортерів зерна. Серед основних факторів, що обмежують реалізацію параметрів зернового підкомплексу агропромислового комплексу для реалізації зовнішньоекономічного потенціалу, слід виділити такі моменти: недосконалість інституційного середовища, низький рівень промислових інновацій та технологічної модернізації, надмірна експортна орієнтація, недостатня диверсифікація зовнішніх ринків, стандарти сертифікації якості та безпеки продукції не досконалі.

Реалізація зовнішньоекономічного потенціалу зернопродуктового підкомплексу АПК України передбачає застосування політики, що є ретельно спланованою, а її інструменти та заходи узгоджені між собою і впорядковані в межах організаційно-економічного механізму, метою імплементації якого є формування та ефективна реалізація потенціалу.

Ключовими інструментами, які мають використовуватися вітчизняними суб'єктами просування на зовнішні ринки продукції зернопродуктового підкомплексу АПК, є розробка збутових стратегій та комплексу рішень відносно формування асортименту продукції, ціноутворення, формування попиту, стимулювання збуту, покращення маркетингових комунікацій, логістичних та інших аспектів маркетингової діяльності на зовнішніх ринках продукції АПК.

Органам державного управління, відповідальним за розвиток зовнішньоекономічного потенціалу вітчизняного зернопродуктового підкомплексу АПК, разом із елементами інфраструктури підтримки експорту, а також безпосередньо підприємствами, слід активізувати діяльність у напрямі співпраці зі зарубіжними партнерами в сфері проведення ярмарко-виставкових, торговельно-презентаційних та інформаційно-комунікативних заходів.

Таким чином, при реалізації зовнішньоекономічного потенціалу зернового підкомплексу агропромислового комплексу України важливу роль відігравали ресурси, особливо фінансове забезпечення. Основними засобами центральних фінансів для підтримки національної політики є покращення правового забезпечення фінансового забезпечення, формування стратегій розвитку зовнішньоекономічної діяльності та фінансового забезпечення, розвиток професійної інфраструктури фінансування, залучення зовнішньої фінансової допомоги та збалансування трансакційних витрат на зовнішньоекономічну діяльність. На регіональному рівні необхідно забезпечити розвиток регіональної фінансово-кредитної інфраструктури, забезпечити фінансову підтримку зовнішньоекономічної діяльності підприємств глибокої переробки зерна, розвивати державно-приватне фінансово-кредитне співробітництво, створювати експортно орієнтовані кластери, промоцію інвестиційної привабливості підприємств.

Список використаних джерел:

1. Матковський Р.Б. Економічний потенціал та шляхи його ефективного використання: автореф. дис. канд. екон. наук. Київ, 2003. 20 с.
2. Зрайло І.І. Зовнішньоекономічний потенціал зернопродуктового підкомплексу АПК України: чинники, форми та інструменти його реалізації. Scientific Collection «InterConf», №2(29): with the Proceedings of the 6 th International Scientific and

Practical Conference «Scientific Horizon in the Context of Social Crises» (September 16-18, 2020). Tokyo, Japan: Otsuki Press, 2020. p. 6-10.

3. Зрайло І.І. Обґрунтування методичних характеристик оцінювання зовнішньоекономічного потенціалу зернопродуктового підкомплексу АПК. Вісник Хмельницького національного університету. 2018. № 2. С.39-42.
4. Зрайло І.І. Оцінювання стану і передумов реалізації зовнішньоекономічного потенціалу зернопродуктового підкомплексу АПК України. Український журнал прикладної економіки. 2020. № 2. С. 82-88.
5. Сільське господарство України за 2020 рік: стат. зб. / відп. за вип. О. М. Прокопенко; Держ. служба статистики України. Київ, 2021. 235 с.