

**ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ,
ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА І ПРАВА**



**IV Міжнародна науково-практична конференція
(заочна форма)
«ФОРМУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР В РАМКАХ ІНТЕГРАЦІЇ
ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПРОСТОРУ»**



м. Полтава, 24 березня 2021 року

УДК 330.15:334.723
ББК 65.291.5

Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма)
«Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору» – Полтава, 2021. – 426 с.

У матеріалах конференції розглядаються аспекти методології і практики управління господарської діяльності підприємств в рамках інтеграції до європейського простору.

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів, фахівців практиків. Матеріали друкуються мовою оригіналів. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.

Голова організаційного комітету:

Махмудов Х.З. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Члени організаційного комітету:

Калашник О.В. – секретар конференції, кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Галич О.А. – кандидат економічних наук, професор, директор навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій Полтавської державної аграрної академії.

Михайлова О.С. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Писаренко С.В. – кандидат сільськогосподарських наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії;

Мороз С.Е. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

Кальян О.С. – кандидат юридичних наук, доцент, професор кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії.

ЗМІСТ

Ivanova Olena, Ivanova Valentyna, Ivanov Oleg SIMULATION MODELING OF SERVICE PROCESSES AT TOURIST ENTERPRISES	15
Артюх-Пасюта О.В., Мілька А.І. ЗБИТКИ ЯК ПРЕДМЕТ СУДОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ	19
Артюхов А.Є. ОЦІНКА ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО І ВНУТРІШНЬОГО ВПЛИВУ НА СИСТЕМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ	22
Бараболя О.В. ВИКОРИСТАННЯ БІОЛОГІЧНИХ ПРЕПАРАТІВ У ОРГАНІЧНОМУ ЗЕМЛЕРОБСТВІ	24
Басова Ю.О., Л.М. Губа, Кобищан Г.Д. АСПЕКТИ КЛАСИФІКАЦІЇ СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ МАРКЕРІВ	26
Бельков В. В. ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	29
Берлінова Л.В., Єременко О.А. ВИЗНАЧЕННЯ ДЕФЕКТІВ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ СУДОВОЇ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ	32
Бернацька Н.Л., Типіло І.В. ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ	33
Білик О. Р., ДЕПОЗИТИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ЗАЛУЧЕННЯ БАНКОМ	37
Біловодська О. А. ВИДИ УПАКОВКИ НА РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ: ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ	39
Білоус В.А., Лищенко М.О. ЗБУТОВІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ	42

Бірта Г.О., Бургу Ю.Г., Флока Л.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ КЕФІРУ РІЗНИХ ВИРОБНИКІВ	46
Бражник Л. В. ТРАЄКТОРІЇ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОЕКТАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	50
Варнавська І.В. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ І СФЕРИ ОСВІТИ	53
Величко Л.Ю., Кузьменко Т.М. РИЗИКИ ПОШИРЕННЯ РЕЙДЕРСТВА	57
Віблій П.І., Лащик І.І., Лавренюк А.В. РОЗВИТОК КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	60
Віблій П.І., Лащик І.І., Майорчак Х.В. АНАЛІЗУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВ ІНВЕСТУВАННЯ В КРИПТОВАЛЮТУ БІТКОІН	62
Віблій П.І., Лащик І.І., Щур М. В. ВПЛИВ ОБЛІКОВОЇ СТАВКИ НБУ НА СТАВКУ ЗА ДЕПОЗИТАМИ У ПРИВАТБАНКУ	65
Виклюк М. І. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ПОДАТКОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ У ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ	70
Волкова Н.В. ОСОБЛИВОСТІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ	73
Воронько-Невіднича Т. В., Киричок А. Ю., КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ОЦІНКА РІВНЯ Й НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ	76
В'юн О.В., Устік Т.В. СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	77
Гладкий С. О. ПРОБЛЕМИ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДЕТЕРМІНАЦІЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ПРАВА	81
Горохова Т.В., Горбань Д.В. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19	85

Демидчук Л. Б. МОРАТОРІЙ НА ПЕРЕВІРКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА ПІД ЧАС КАРАНТИНУ ТА ПОЗАПЛАНОВІ ПЕРЕВІРКИ В КОНТЕКСТІ ЗАХИСТУ ЇХ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	89
Дем'яненко Н. В., Бардіна Т. О., Мосенцева В. Є. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	93
Дроботя Я. А. ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ В УМОВАХ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ	95
Дурач В. М., Ніколайчук Л.Г. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СПЕЦОДЯГУ ДЛЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ЗСУ ЯК ПІДВИЩЕННЯ ЇХ БЕЗПЕКИ	97
Єгорова О. В., Дорошенко А. П., Кончаковський Є. О. КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЕРЕХОДУ З ІНТЕНСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ОРГАНІЧНІ	100
Жданюк К., Мірошніченко А., Фокша Л.В. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ПОДАТКОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА ЯК СКЛАДОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ФІНАНСОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	104
Жданюк К. Г., Шевченко Т.В. ВИЗНАЧЕННЯ КРИМІНАЛЬНОГО ПРОСТУПКУ	107
Жидовська Н.М., Галац В.О.ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЛИСТКІВ НЕПРАЦЕЗДАТНОСТІ В УКРАЇНІ	110
Загорулько І. М., Єгорова О. В. ПОРЯДОК РОЗПОДІЛУ ВИТРАТ НА УТРИМАННЯ ТА ЕКСПЛУАТАЦІЮ МАШИННО-ТРАКТОРНОГО ПАРКУ	114

Захаренко-Селезньова А.М.	ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	116
Зоря О.П., Зоря С.П., Мауер Д.Р.	ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА	118
Кайнаш А. П., Будник Н. В., Назаренко Є. А.	ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ СІЧЕНИХ М'ЯСНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ ОЗДОРОВЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	122
Кальян О.С., Осташова В.О.	ОКРЕМІ ТЕОРЕТИЧНІ ТА ДЕОНТОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗЛОВЖИВАННЯ ПРОЦЕСУАЛЬНИМИ ПРАВАМИ	125
Калюжна Ю.П.	ЕКОЛОГІЧНІСТЬ ТА БЕЗПЕЧНІСТЬ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	128
Камишнікова Е.В., Овчаренко Д.Д.	РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОЇ СКЛАДОВОЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	129
Каспич В. О.	ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ПРИКЛАД ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ	132
Кириченко О. В., Каленіченко А. С.	АСОРТИМЕНТ МИЙНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ОЧИЩЕННЯ ПОВЕРХОНЬ	135
Ковтун В.А.	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЧНОЇ ТА ЕКОЛОГІЧНОЇ СЕРТИФІКАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ	139
Коломієць П. В.	СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПОДАТКОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ШЛЯХУ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ ТА БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	141

Коломієць П. В., Головань В. В. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	145
Кононенко Ж.А. ПРИЙНЯТНІСТЬ КОНЦЕПЦІЇ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ У ПРОГНОЗУВАННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	147
Корашвілі Р.Д., Калюжна Ю.П. ЯКІСТЬ ЗЕРНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗАЛЕЖНО ВІД СОРТОВИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ	150
Короленко Н.В. РОЗВИТОК ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ З ЄС: ЛОГІСТИЧНИЙ АСПЕКТ	153
Красота О. Г., Красота І. І. ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ЯК МЕТОД ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ	155
Красота О. Г., Красота І. І. ЕТАПИ ПРОВЕДЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ	158
Криган Ю. М., Мелешко О. О. РОЗШИРЕННЯ ФІСКАЛЬНОГО ПРОСТОРУ В ЕРУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ПРИ УМОВІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ: ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ	161
Кулинич І. М., Сенчук Т. Ю. ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ ПАСІЧНОГО ГОСПОДАРСТВА КОМПЛЕКСНОГО НАПРЯМУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ	165
Лазарєва О.В. ПРІОРИТЕТИ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	168
Лашик І.І., Віблій П.І., Карпевич О.М. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОЛІПШЕННЯ	170
Лашик І.І., Віблій П.І., Панчак М-І.М. ІНВЕСТУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ДЕРЖАВ В УКРАЇНУ ПРОТЯГОМ 2015-20 рр.	174
Лашик І.І., Віблій П.І., Рибчинчук І.С. ЦІЛІ СТВОРЕННЯ ВІЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗОН	177
Лега О. В., Гусаренко Н. Ю., Ладур Т. С. ПОДАТОК НА ВИВЕДЕНИЙ	180

КАПІТАЛ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Лега О. В., Іващенко В. А. ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ: ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ	185
Лишенко В. В. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ	189
Лісіца В. В. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ РИТЕЙЛУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID - 19	191
Любченко В. М. ВОЛАТИЛЬНІСТЬ КРИПТОВАЛЮТ ТА ЇЇ ПРИЧИНИ	195
Макарчук І.М., Перчук О.В., Худолій В.В. ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	197
Макухіна С. В. АНГЛІЙСЬКА МОВА В СФЕРІ БІЗНЕСУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА	201
Маркіна І. А., Вороніна В. Л., Філатова К. Є. ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	203
Махмудов Х. З., Kalinichenko Antonina, Ващенко В. В. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	205
Махмудов Х. З., Мороз С.Е., Калашник О.В. МЕТОДИЧНА РОБОТА ЯК УМОВА ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ	208
Мельниченко О.А. ПРОБЛЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВІТЧИЗНЯНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	211
Михайлова О. С., Світлична А.В. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ	213
Михальчишин Н.Л. РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТА ВХОДЖЕННЯ НА ЄВРОПЕЙСЬКІ РИНКИ	216

Михалюк Н.І., Лакіш Л.М. МОТИВАЦІЯ І ПІДВИЩЕННЯ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ МЕНЕДЖЕРА	218
Місюкевич В.І. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТООРІЄНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	222
Муштай В.А. МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ СТАБІЛІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	224
Назаренко С.В., Устік Т.В. МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ	228
Оганесян В. С. ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	232
Онопрієнко І. М., Назаренко О.О. ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ НА ЕЛЕВАТОРАХ	234
Онопрієнко І. М., Петренко О.І. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ	238
Павлишин С. В. СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	242
Палій М.О., Крайник В.Г. ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА: СУТНІСТЬ ТА ФОРМУВАННЯ	246
Пасічник Ю. В. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИКІВ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ	248
Пасічник Ю.В. РЕЗЕРВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	252

Пахолюк О.В. Передрій О.І. РОЗУМНИЙ НАНОТЕКСТИЛЬ ТА СФЕРИ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ	256
Пелик Л.В., Пелех Ю.А. ЕКОЛОГІЧНІСТЬ ТА БЕЗПЕКА ТЕКСТИЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ	260
Перун С.В. ТРУДОВИЙ ДОГОВІР В ЕЛЕКТРОННІЙ ФОРМІ. ТЕНДЕНЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ДО НАЦІОНАЛЬНОГО ТРУДОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА	262
Петлін І.В. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ОЦІНКА ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ	265
Піскорська Г.О. ГУМАНІЗМ В ПЕНІТЕНЦІАРНИХ СИСТЕМАХ СУЧАСНОСТІ ЯК ПОКАЗНИК ПРАВОВОЇ ДЕРЖАВИ	268
Писаренко С. В., Тошко Крістев, Кацага Е. ТЕХНОЛОГІЧНІ ІНОВАЦІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ	270
Пожилов-Несміян Г.М., Супрун Н.П., Чумак Л.Ю. РОЗРОБКА ОДЯГУ ДЛЯ МАЛОМОБІЛЬНИХ ВЕРСТВ НАСЕЛЕННЯ	273
Полятикіна Л. І., Ахтирцева Г. О. ОЦІНКА В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	278
Полятикіна Л.І., Гузь С.І. ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛЬНО-РЕВІЗІЙНОЇ РОБОТИ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ	280
Полятикіна Л.І., Ніколаєнко А.Л. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ	283
Пономаренко В.О., Кухта К.О. ЯК ПРАВИЛЬНО ОФОРМИТИ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ДЛЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ?	285
Похиленко Н.М. ШЛЯХИ РОЗБУДОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ СИСТЕМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ДОРАДНИЦТВА В УКРАЇНІ	289

Прокопишин О.С., Хлібун С.І. ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ДЛЯ УКРАЇНИ ЯК СПОСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ	293
Прасолов Є.Я., Якименко Д.І. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОХОРОНИ ОБ'ЄКТІВ БІОТЕХНОЛОГІЙ	297
Протасов В.В. БІНАРНЕ ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ З БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ НА ТЕМУ «ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ»	302
Процюк Н.Ю., Яснолоб І.О., Черненко К.В. УПРАВЛІНСЬКЕ РІШЕННЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ КОМПОНЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ	305
Пятаченко А.А., Устік Т.В., ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМКІВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	309
Радіонова Я.В. Березницький Є.В. Радіонов А.А. ПЕРСПЕКТИВНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЕНЕРГОНЕЗАЛЕЖНИХ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	313
Рекунов В. С., Мороз С.Е. ВПЛИВ ОСОБИСТІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПІДПРИЄМЦЯ НА СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	316
Рилєєв С. В. ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	319
Романчук І. В. ОКРЕМІ ПИТАННЯ ПРАВОВОГО СТАТУСУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	323
Савченко С.О., Сукач О.М. ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	326
Самойленко А. А., Юдічева О. П. ФІЗИЧНІ ПОКАЗНИКИ ТА ХАРЧОВА ЦІННІСТЬ СТРАУСИНИХ ЯЄЦЬ	329

Сапожник Д. І. ЕКОЛОГІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ЕЛЕКТРИЧНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ: ЗА ТА ПРОТИ	333
Сень О.В. СТАЛИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ РЕГІОНІВ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРІОРИТЕТІВ УКРАЇНИ	337
Сенчук Т. Ю., Кулинич І. М., Гречка Г. М. ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО – ШЛЯХ ДО ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	342
Сиротюк Г. В. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СТАЛИХ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УКРАЇНІ	345
Ставицька В. О. ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ ОНЛАЙН-КРАУДФАНДИНГУ	349
Сурнін К.А., Мороз С.Е. SOFT SKILLS – КОМПЕТЕНЦІЇ ПІДПРИЄМЦЯ ХХІ СТОЛІТТЯ	352
Тетерюк Р. С., Михайлова О. С., Гусейнов М.Д. ПОТРЕБА ВПРОВАДЖЕННІ СИСТЕМИ НАССР У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	355
Тимко А. К. РИЗИКИ ІНВЕСТИЦІЙ У КРИПТОВАЛЮТУ	358
Тимошенко І. В. СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	360
Ткаченко А.С. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ БОРОШНА ОРГАНІЧНОГО	364
Тормишева К.М. ЦІННОСТІ ТА ПРИНЦИПИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	369
Тютюнник Ю. М., Махно С. В. ПРОБЛЕМАТИКА ДЕМОГРАФІЧНОГО ВІДТВОРЕННЯ НА СЕЛІ	372
Тютюнник Ю. М., Овчаренко А. Ю. ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ЯК ОСНОВА ЗДІЙСНЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	374

Тютюнник Ю. М., Тютюнник С. В. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ТА ДИНАМІКИ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ	376
Хлистун П.С. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕРИТОРІАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ДОРАДЧИХ СЛУЖБ	379
Хмельницька Є.В. ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА ФАЛЬСИФІКАЦІЯ МАЙОНЕЗУ	383
Хурдей В. Д., Наконечний Д.О. ВПЛИВ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ ТА ЗБІЛЬШЕННЯ ОБСЯГУ ПРОДАЖІВ	386
Чіп Л.О., Писаренко С. В. ПРОБЛЕМАТИКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	389
Чумак В. Д. ПЛАНУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА	391
Шаферівський Б. С., Карунна Т. І., Желізняк І.М. ЗНАЧЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ	395
Шакалій С. М., Рудич Я. С. ЯКІСТЬ ТА УРОЖАЙНІСТЬ СОРТІВ СОЇ ЗАЛЕЖНО ВІД СТРОКІВ СІВБИ	397
Шевченко Ю.О., Устік Т.В. ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТИКИ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	401
Фарат О.В. «КЛАСТЕРНА ДИЛЕМА» СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	405
Флока Л.В., Бірта Г.О., Залогіна С.О. РИНОК МОРОЗИВА В УКРАЇНІ ТА ОЦІНКА ЙОГО ЯКОСТІ	407
Флока Л.В., Бургу Ю.Г., Нестеренко Д.П. НЕТРАДИЦІЙНІ МОЛОЧНІ ПРОДУКТИ	410
Юрченко О.С., Корнєва Н.О. ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «САНТА УКРАЇНА»	412

Юрченко Ю.Ю. ДЕСТРУКТИВНІ ЧИННИКИ СТАНУ ПРОДОВОЛЬЧОЇ САМОЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ	416
Ягольник С.Г., Чабан С.П. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЕКОМАРКУВАННЯ ТОВАРІВ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА	420
Яснолоб І.О., Калюжна Ю.П., Козаченко Ю.А. Гаспарян Г. А. ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕЧНІСТЬ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ	424

Ivanova Olena

PhD in Economics, Associate Professor Department of Digital Economics and System Analysis, Associate Professor,
Kyiv National University of Trade and Economics
Kyiv, Ukraine

Ivanova Valentyna

Doctor of Economic Sciences, Professor Department of Economy, Entrepreneurship and Management, Professor,
University of Educational Management
Kyiv, Ukraine

Ivanov Oleg

PhD in Technology, Associate Professor Department of Technology and Equipment for Processing and Food Industries, Associate Professor,
Poltava State Agrarian University
Poltava, Ukraine

SIMULATION MODELING OF SERVICE PROCESSES AT TOURIST ENTERPRISES

In the conditions of globalization of the world economy, intensive competition and close interaction between business partners, travel companies need to quickly and effectively adapt to changes in the market, innovate and introduce new technologies and approaches to customer service processes. Adverse changes in this economic sector were largely due to the COVID-19 pandemic and the quarantine restrictions at the international level, which led to a significant weakening of international tourist flows and a reduction in the activities of related service sectors. On the data of Hotel & Destination Consulting (HDC), the consequences of COVID-19 led to the loss of 67 million international tourists and about \$ 80 billion in revenue [1]. The activity of business structures in tourism was deprived of flexibility to respond to rapid changes and reasonable anticipation of contrasting rates of activity, which necessitates the use of additional tools for the development of sound proposals for economic recovery of tourism enterprises. The issue gains relevance due to permanent dependence of the customer service level and its results in tourism enterprises. The use of simulation modeling of the service process should initiate a deeper and more knowledge-intensive study of the effectiveness and development potential of a tourism enterprise.

There is a wide range of current research on the applying simulation of business

processes in the service field. The issue of simulation of individual processes in the service sector is highlighted in the works of the following scientists: A. Volianiuk, A. Gonchar, T.Oleshko, A.Verzun, P. Pavlenko and others. Many scientific works are devoted to the use of simulation modeling of technological, logistical processes and, in particular, the processes of direct customer service: Y. Taranenko, I. Fedorenko, V Samostian, L. Tahieva, V. Chyrva and others.

The goal of the study is to apply the method of simulation to customer service processes at a tourist enterprise to clarify the prospects of this analytical tool and build a model to improve the efficiency of a tourist enterprise.

In modern conditions of socio-economic changes of the Ukrainian and world tourist sphere, new features of relationship between participants of the tourist market (tourism operators, tourism agents (sellers) and clients (buyers)) are formed: [2]. An important and one of the crucial aspects of tour sales is the service process, its quality characteristics and the right algorithm to attract customers. Tourist service occurs via communication of tour managers with clients through direct or indirect (via IT) communication [3].

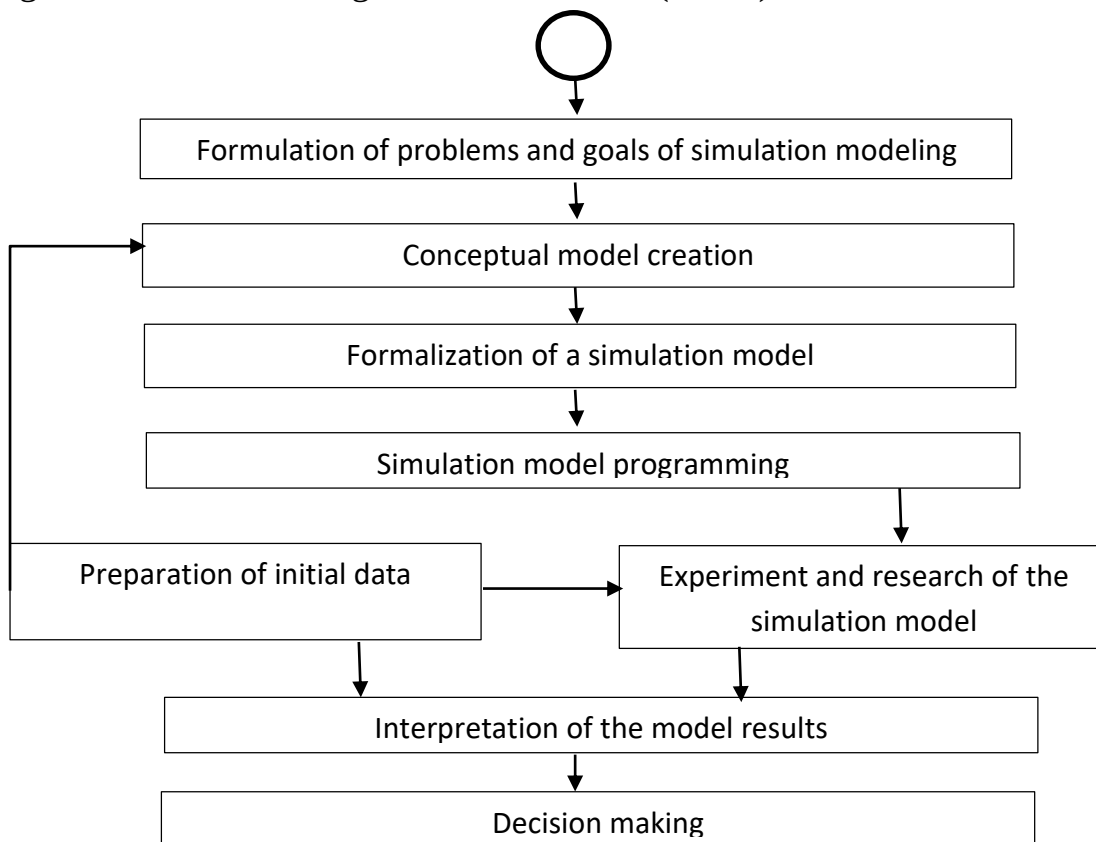


Fig. 1. Formation of a simulation model of customer service processes of a tourism enterprise (Author's elaboration)

The goal of simulation modeling, which is based on experimental and applied methodology [4], in the field of tourism is the following: description of the behavior of the system of a tourism enterprise service process; construction of theory and hypotheses that can explain the behavior of clients of a tourism enterprise; the use of this theory to predict the future behavior of the system, i.e. those effects that are caused by changes in the system or changes in the ways it operates.

The peculiarities of the simulation modeling of the processes of servicing the future clients of a tourism enterprise include the fact that the base will be formed in advance, which is based on the results of a tourism company for the past years. Based on the obtained results, an algorithm for selecting a tourist product will be formed; and it will save time, expand the range of services and increase customer satisfaction.

The process of a simulation model forming for effective customer service of a tourism enterprise is shown in Fig. 1. Based on the parameters of the formed customer information base and with AnyLogic software, the relationships between objects were described, a simulation model was launched, and a graphical interpretation of the service process of a tourism company was obtained, in which a customer moves through all stages of selection and design of a tourist trip. This model can be repeated indefinitely, until it is stopped by the initiator. In fact, the obtained value is relevant to the date of a stop.

When building a simulation model, those processes are highlighted that can be improved, and which do not have high expert assessment. In this case, they are the marketing activities of an enterprise (direct advertising), the qualifications of employees, the number of employees at the site, information support at the contract signing, the breadth of the service range. A slider will be attached to each of them, which will allow adjusting their values.

When performing the experiment and changing the values of the processes listed earlier, it was evident how their change affects the degree of customer satisfaction, increasing the number of potential customers and concluding new agreements.

Running the model of processes of customer service on a tourism enterprise through the compiler, the simulation model of work of travel firm was received (fig. 2).

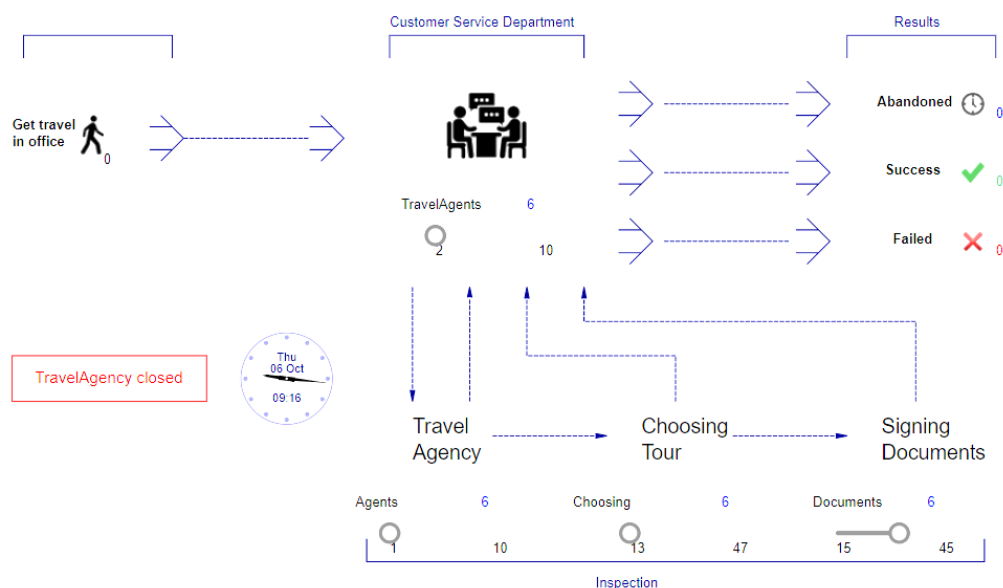


Fig. 2. Simulation model of a tourism enterprise (Author's elaboration)

By changing the parameters, namely, increasing the range of tourism services, expanding the countries with which the company cooperates, and reducing the time spent on contracts, the number of successful transactions increased to 20 out of 11, comparing with a prior mode before the changes. After introducing two auxiliary variables on the active object class diagram, - the influence of direct advertising and the influence of communication of potential customers with those who have already bought these services, graphical interpretation of simulation results showed that a tourism enterprise may gain 621 new loyal customers in one year in real conditions through active marketing influence.

To sum up, simulation modeling allows demonstrate the performance of a tourism company's business processes as they are in in real conditions, taking into account all resource costs. As a result of such a system function, one can estimate the execution time of either one or a whole group of business processes. During the research, a structural scheme of execution was developed, according to which a simulation model of customer service processes of a tourism enterprise was built and implemented by AnyLogic software. According to the results of the conducted experiments, actions which will increase the number of customers and successful transactions and reduce service time have been identified. Such opportunities will allow a tourism company to accumulate reserves for capacity development under different management conditions and flexibly forecast its adaptive activities.

References:

1. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні: оновлення до документу «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні». URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>.
2. Кравцов О.В., Кравцова Т.В., Кандзюба С.П. Інформаційно-комунікаційні технології як засіб підвищення ефективності роботи туристичної фірми. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kravcov.htm.
3. Ковальчук А.М. Основні етапи діяльності туристичної фірми. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kovalchuk.htm.
4. Павленко П.М. Основи імітаційного моделювання систем і процесів. URL: <https://cutt.ly/rcrcX3t>

Артюх-Пасюта О.В.,

к.е.н., доцент кафедри правознавства та фінансів, доцент,

Полтавський інститут економіки і права,

м. Полтава, Україна

Мілька А.І.,

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту, доцент,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

м. Полтава, Україна

ЗБИТКИ ЯК ПРЕДМЕТ СУДОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ

Практичний досвід сучасного судочинства щодо прийняття рішень із кримінальних і адміністративних правопорушень, господарських та цивільних справ часто вказує на необхідність провадження судово-економічної експертизи. Під час її проведення досліджуються конфліктні ситуації у фінансово-господарській діяльності підприємств різних форм власності, що призвели до збитків, втрати товарно-матеріальних цінностей і грошових коштів, а також інших негативних економічних явищ, що розслідуються правоохоронними органами з метою покарання винних у вчиненні злочинів та запобігання їм у майбутньому.

Проблема визначення збитків при проведенні судових економічних експертиз досліджено в працях таких вчених, як Дончик М. П., Єсіпова Л. О.,

Красніков Д. А., Коваль І. Ф., Луцький А. І., Новошицька В. І. та ін. Однак, питання розмежування економічної та юридичної сутності збитків при проведенні судово-економічних експертиз облікового процесу законодавчо не врегульовано, тому дослідження в цьому напрямку представляє собою важливу як наукову, так і практичну проблему.

Аналізуючи підходи науковців [3-7] та враховуючи власні дослідження [1, 2], зазначаємо, що загальним об'єктом усіх родів та видів судово-економічної експертизи є обліково-економічні операції. У зв'язку з цим запропоновано судово-економічну експертизу поділили на два роди - експертизу облікового процесу та експертизу економічних операцій.

Найбільш поширеними питаннями, що ставляться перед судовими експертами-економістами під час проведення судово-економічної експертизи облікового процесу, є питання визначення збитків.

Дослідження судового експерта-економіста ускладняється тим, що в законодавчих актах не завжди міститься однозначне розуміння поняття збитків, порядку та умов їх стягнення. Поняття «збитки» мають подвійну природу, адже вони є економічною та юридичною категорією.

Економічна сутність збитків означає, що юридична чи фізична особа зазнає додаткових майнових втрат та (або) не отримує доходи порівняно з витратами і доходами, що здійснюються та отримуються при оптимальному розвитку господарської операції. При цьому можуть бути збитки у формі додаткових витрат та у формі недержаних доходів.

У юридичній літературі відсутній єдиний підхід до визначення збитків як міри відповідальності, що зумовило виникнення декількох концепцій. В основі найбільш поширеної концепції збитки розглядаються як грошова оцінка або шкода

Ознаками наявності збитків у юридичному розумінні є: наявність безповоротної втрати активів чи наявність недоотриманих належних доходів; наявність факту порушення законодавства посадовими особами суб'єкта господарської діяльності; наявність причинно-наслідкового зв'язку між фактом порушення законодавства, втратою активів та діями (або бездіяльністю) посадових осіб.

Найбільш «типовими» збитками у кримінальних провадженнях, за якими призначаються судово-експертні дослідження, є: недоотриманий дохід, безповоротна втрата активів, збитки від спричинення шкоди довіллю тощо.

Автори вважають, що збитки як економічна категорія є більш широким поняттям, яке охоплює юридичні збитки та збитки, що виникають у силу підприємницького ризику, що покладається на суб'єкт господарювання, який змушений нести тягар збитків, покриваючи їх за рахунок власного капіталу. Оскільки наявність останніх збитків об'єктивна, то вони не підлягають відшкодуванню. При цьому спільною ознакою економічних і юридичних збитків є те, що вони мають грошове вираження господарської диспропорції, що полягає у зменшенні майнових активів, збільшенні пасивів (зобов'язань), перевищенні витрат над доходами.

Складовими судово-економічної експертизи облікового процесу з питань визначення збитків як процесуальної дії є: суб'єкт експертизи; об'єкт та предмет експертизи; джерела інформації, завдання та методи експертизи.

З огляду на це, ключовою фігурою під час проведення судово-економічної експертизи облікового процесу з питань визначення збитків є судовий експерт-економіст, який є суб'єктом процесуальних правовідносин і якому в порядку, встановленому законодавством України, доручено проведення судово-експертне дослідження.

Виходячи з основних завдань судово-економічної експертизи облікового процесу з питань визначення збитків, в процесі судово-експертного дослідження судовим експертом-економістом встановлюється відповідність (невідповідність) вимогам чинного законодавства та документального підтвердження (не підтвердження) відображених суб'єктами господарювання, фізичними особами чи фінансовими установами в податковому та бухгалтерському обліках, фінансової та податкової звітності господарських операцій, проведених з відображенням збитків.

На теперішній час судові експерти-економісти при проведенні судово-експертного дослідження наданих документів застосовують методи, передбачені методикою «Методи, способи та прийоми, які використовуються при проведенні судово-економічних експертиз» за реєстраційним кодом 11.0.08. У ній визначені спеціальні методи, такі як документальна перевірка, зіставлення документів і моделювання.

Отже, вирішуючи питання щодо визначення збитків, судовий експерт-економіст у межах своєї компетенції визначає лише економічний аспект збитків, тобто розмір втрат, заподіяних потерпілій особі, незалежно від підстав їх виникнення.

Список використаних джерел:

1. Артюх-Пасюта О. В., Кравченко А. П., Товста С. П. Судово-економічна експертиза в Україні: теоретико-методичний аспект. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. № 8. С. 18-23.
2. Вороніна В.Л., Мілька А.І. Окремі аспекти управління економічною безпекою підприємств, як фактору їх ефективного функціонування : монографія / за ред. к.е.н., доцента Ілляшенко Н.С. Суми : Триторія, 2020. 440 с.
3. Дончик М. П., Коваль І. Ф. Щодо поняття і складу збитків. URL: [file:///C:/Users/Helen/Downloads/5453-10950-1-10-20180522%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Helen/Downloads/5453-10950-1-10-20180522%20(2).pdf). (дата звернення: 10.10.2020).
4. Єсіпова Л. О. Цивільно-правова сутність понять збитки та шкода. *Часопис цивілістики*. Одеса, 2015. Вип. 18. С. 33-36.
5. Красніков Д. А. Еволюція поняття «збитки» та регулювання їх відшкодувань в Україні. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. Кіровоград, 2012. Вип. 22, Ч. II. С. 1-5.
6. Луцький А. І. Особливості класифікації шкоди та збитків за цивільним законодавством України. *Прикарпатський юридичний вісник*. Івано-Франківськ, 2015. Вип. 1(7). С. 20-23.
7. Новошицька В. І. Відшкодування збитків у сфері господарювання : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.04. Вінниця, 2017. 22 с.

Артюхов А.Є.

к.т.н., доцент кафедри маркетингу, доцент, старший дослідник

Сумський державний університет

м. Суми, Україна

ОЦІНКА ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО І ВНУТРІШНЬОГО ВПЛИВУ НА СИСТЕМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

В сучасному національному освітньому середовищі університети «втягнуті» у конкурентну боротьбу за отримання додаткового фінансування для реалізації освітньо-наукової діяльності. Величина фінансування залежить, у тому числі, від позицій університету в міжнародних рейтингах, ефективності трансферу технологій, активності у співпраці з випускниками і роботодавцями тощо. Забезпечення вказаних активностей можливе лише у разі створення дієвої системи

забезпечення якості освіти в університеті. З іншого боку, додаткове фінансування дозволяє підвищити ефективність та якість підготовки кадрів та проведення наукових досліджень. Тому динамічні системи «якість освіти» та «підприємницький університет» є взаємопов'язаними і нероздільними.

Романовський [1] на основі літературних джерел як підприємницькі визначає ті університети:

«- які заробляють кошти під час здійснення своєї статутної академічної діяльності – навчальної роботи (підготовка фахівців різних рівнів із наданням різних наукових ступенів), наукових досліджень (пошуку та генерації нових знань), дослідно-конструкторської і науково-виробничої діяльності (науково-технічні та інженерні розробки, створення новітніх технологій, методів і методик), досягають соціального ефекту в процесі громадської, суспільної та виховної роботи;

- що успішно знаходять і використовують додаткові (диверсифіковані) джерела фінансування своєї статутної академічної діяльності;

- які активно навчають студентів усіх категорій і слухачів курсів підприємництву і наукам з організації і управління бізнесом, створюють бізнес-інкубатори, запрошують до викладацької роботи і практичного керівництва провідних (успішних) підприємців;

- які мають тісні зв'язки з промисловістю і бізнесом, активно сприяють місцевому/регіональному інноваційному розвитку та економічному зростанню нації;

- випускники яких є результативними підприємцями, бізнесменами.»

Вказаних показників вкрай важко досягти без визначення факторів впливу на кожний індикатор та пропозиції механізмів забезпечення позитивного результату.

Метою роботи є оцінка впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на функціонування системи якості забезпечення освіти в університеті, який сповідує модель підприємницького.

Для проведення оцінки соціально-економічного впливу системи «якість освіти» на формування використано такі інструменти:

- діаграма Ісікави як інструмент пошуку причинно-наслідкового зв'язку;
- PESTEL - аналіз як інструмент оцінки впливу зовнішніх факторів;
- SWOT- аналіз як інструмент оцінки зв'язку зовнішніх та внутрішніх факторів;
- цикл Демінга як інструмент управління якістю освіти.

В результаті отримано комплексний алгоритм оцінки факторів впливу, створення моделі ефективної системи забезпечення якості та порядку її тестування.

Список використаних джерел

1. Романовський О. О. Базові поняття та визначення підприємницького ВНЗ. Ефективна економіка (електронний журнал). № 12, 2012

Бараболя О.В. *к.с.-г.н, доцент*
Полтавська державна аграрна академія
м.Полтава Україна

ВИКОРИСТАННЯ БІОЛОГІЧНИХ ПРЕПАРАТІВ У ОРГАНІЧНОМУ ЗЕМЛЕРОБСТВІ

За останні роки у світі підвищився інтерес до нетрадиційних методів землеробства і рослинництва, які включають широке застосування біологічних способів захисту і живлення рослин, дозволяючи суттєво знизити використання отрутохімікатів і зменшити норми удобрення. На думку вітчизняних та зарубіжних вчених[1], майбутнє біологічної і агрономічної науки, її резерв – вивчення та застосування біологічних методів впливу на ріст, розвиток і продуктивність рослин. Перехід у майбутньому від сучасного хімічного землеробства до створення великомасштабних агробіоценозів на біологічній й основі можливий при використанні принципово нових методів управління фенотипічною і модифікаційною мінливістю, розроблених з урахуванням останніх досліджень біології[2].

Біологічні препарати для захисту рослин від шкідливих організмів – це біологічні засоби боротьби зі основою яких є агенти біологічної природи (живі мікроорганізми або продукти їхньої життєдіяльності)[3].

Беручи до уваги євроінтеграційний курс нашої держави, вступ України до Світової організації торгівлі, активного розвитку та пропагування органічної системи ведення сільськогосподарської практики, використання біологічних препаратів все більше набирає популярності[4].

Практична біологічних препаратів полягає у безпеці для людини і теплокровних тварин, вони не забруднюють навколишнє природне середовище, є високоселективними щодо об'єкта, на який направлена їхня дія.

Як відомо в світовій практиці для контролю чисельності шкідливих організмів офіційно зареєстровано та застосовується близько 30 природних

біологічно активних речовин, 45 феромонів 60 вірусів, бактерій, грибів, нематод та понад 30 видів ентомофагів[5].

Сьогодення потребує щоб в сучасних умовах попит на органічну продукцію суттєво зростає. За твердженнями О. Шубравської: « нині органічна продукція формує окремий сектор світової продовольчої торгівлі, який щороку зростає на 20-25%»[6].

Отже, на сьогодні у світі в умовах сучасного органічного господарювання дедалі більше уваги приділяється біологічним методам спрямованим на підвищення врожайності і захист рослин, збереження родючості ґрунтів, на повну заміну агрохімікатів та пестицидів біологічними препаратами. Згідно з Постановою Ради Європи від 28. 06. 2007 р., біологічний метод є основним стратегічним заходом екологічного контролю шкідливих організмів на посівах сільськогосподарських культур за органічного виробництва. 6. Ідеї органічного виробництва з мінімальним застосуванням мінеральних добрив і пестицидів, і навіть повною відмовою від них, набувають дедалі більшої популярності 7. Тому всебічне вивчення основної дії біологічних препаратів на сільськогосподарські рослини є одним із пріоритетних напрямів досліджень в процесі впровадження органічних технологій ведення сільськогосподарської практики[7].

Як відомо урожайність сільськогосподарських культур, оброблених біологічними препаратами, була вищою порівняно з усіма іншими варіантами досліджень. Найкращу реакцію в досліді на внесення біологічних препаратів відзначено науковцями у гороху прибавка врожайності становить 16,5%. Внесення біологічних препаратів додатково підсилює загальний ритм розвитку рослини, збільшує кількість горошин у верхніх бобах після обробітку біопрепаратами, тобто урожайність також буде збільшуватись[8].

Відповідно технології вирощування сільськогосподарських культур за органічними принципами потребують широкого застосування біопрепаратів як під час обробки насіння, так і в сам вегетаційний період.

Список виористаних джерел

1. Ткаленко Г. Біологічні препарати в захисті рослин. Спецвипуск ж. Пропозиція. Сучасні агротехнології із застосування біопрепаратів та регуляторів росту. 201. С. 6-14.

2. Кривенко Н. органічна продукція на світовому аграрному ринку: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://econf.at.ua/publ/konferencia_2016_03_24_25.
3. Кіщук С., Громитко В., Яворів В. Розвиток органічного землеробства в Україні та у світі. Техніка і технології АПК. 2013. №7. С.44-46.
4. Драга М.В., Кічігіна О.О., Зацарінна Ю.О., Цибро Ю.А. Посівні якості насіння сільськогосподарських культур за дії органо-мінерального добрива Viteri8-4-5. Агроєкологічний журнал. 2017. №4. С. 76-82.
5. Василенко М.Г. Стадник А.П., Душко П.М., Драга М.В., Кічігіна О.О., Зацарінна Ю.О., Перець С.В. Урожайність і якість насіння сільськогосподарських культур за дії регуляторів росту рослин. Агроєкологічний журнал. 2018. №1. С. 96-101.
6. Бараболя О.В. Органічне землеробство - перспективи отримання якісної та безпечної сільськогосподарської продукції. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Теоретичні та прикладні аспекти вивчення, збереження та збагачення фіторізноманіття у науково-дослідних установах та навчальних закладах України". 4 жовтня 2018 р. Хорол - 2018. С. 151-153
7. Бараболя О.В., Кононенко С. Біопрепарати на посівах сої. Сучасний рух науки: тези доп. X міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 2-3 квітня 2020 р. – Дніпро, 2020. – Т.1 С. 90-93
8. Бараболя О.В. Ефективність застосування біопрепаратів на зерні пшениці. Міжнародна науково-практична конференція "Захист і карантин рослин: історія та сьогодення". М. Полтава 24-25 листопада 2020 р. С.107-109

Басова Ю.О.,

к.т.н, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи,
доцент

Л.М. Губа,

к.т.н, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи,
доцент

Кобищан Г.Д.,

к.т.н, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи.
доцент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі», Україна

АСПЕКТИ КЛАСИФІКАЦІЇ СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ МАРКЕРІВ

Маркер (від англ. marker) – письмове приладдя, яке призначене для виділення фрагментів тексту. Маркери можна класифікувати за наступними ознаками (рис. 1) [1, 2].

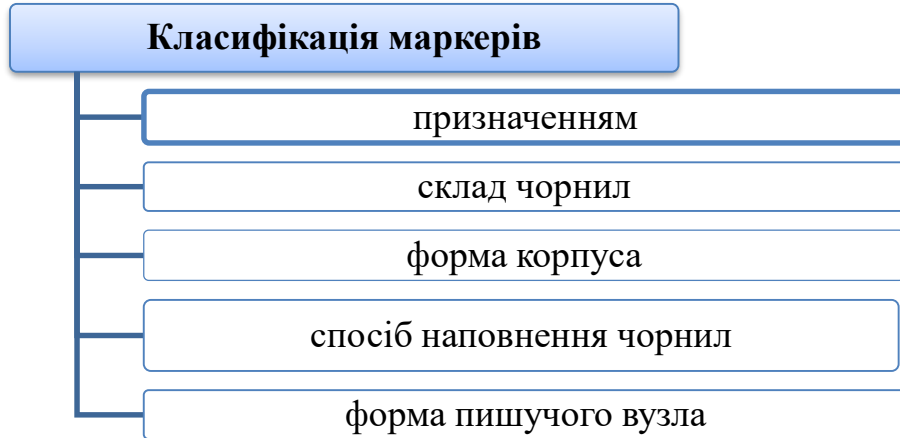


Рис. 1. Класифікація маркерів

За *призначенням* розрізняють маркери наступних категорій:

- маркери для виділення тексту (highlighter) – дозволяє робити в тексті позначки, виділяти потрібні місця. Слід від маркера прозорий, тому друкований текст також добре видно після виділення маркером. Підходить для будь-якого типу паперу, в тому числі факсового - чорнила на водній основі не перебиваються на іншу сторону паперу, не вигорають і не розмазуються, не проявляються при копіюванні документу;
- маркери для дошок (board-маркери) – для письма на дошках, що витираються сухим способом та на гладких поверхнях, які не витираються.
- маркери для демонстраційних блокнотів (flipchart-маркери) – для письма на паперових презентаційних відривних блокнотах. Але є маркери, якими можна писати і на дошці і на папері. Такий собі універсальний маркер. Що дуже зручно. Чорнило цих маркерів на водній основі.
- маркери перманентні (permanent marker) – для нанесення стійких написів на різних поверхнях. Перманентні маркери залишають яскравий, стійкий до ультрафіолету і механічного впливу слід.
- маркери спеціальні – призначені для написів на нестандартних поверхнях (плівка, гума, тканина, іржава поверхня металу, під водою, на гарячих металах): для

компакт-дисків; лак-маркери; маркери для тканин; тату-маркери; fine-liners (лінери).

За *складом чорнил* маркери розрізняють водній і на спиртовій основі. Маркери на водній основі не мають неприємного запаху. Вони довго служать, довго не висихають навіть при відсутності ковпачка, не вицвітають. Видалити слід від них можна губкою, змоченою у воді. Але вони менш популярні від маркерів на спиртовій основі. Напис спиртовим маркером тримається довго, змивається тільки розчинами, що містять спирт. Проте, мінус таких маркерів в тому, що вони різко пахнуть і багатьох це дратує.

За *способом наповнення чорнил* існують маркери

- наливні (де чорнило перебувають у рідкому стані);
- просочені (фетровий накопичувач усередині маркера просочений чорнилом).

Наливні маркери, як правило, мають поршневий механізм подачі чорнила на пишучий наконечник або механізм "direct ink" (рівномірна подача чорнила, завдяки силам поверхневого натягу). У маркерів з фетровим накопичувачем чорнило на наконечник пишучого вузла надходять по капілярах фетру. Переваги та недоліки маркерів наведена у таблиці 1.

На кінці маркера перебуває фетр-наконечник, що також буває різної форми залежно від типу маркера й необхідної товщини лінії. За *формою пишучого вузла* розрізняють маркери прямокутні; скошені; конусоподібні (кулевидні) та багатогранні. Скошений і багатогранний наконечники зручні для маркування поверх тексту, тому вони найбільше часто використовуються в маркерах для виділення тексту.

Таблиця 1

Переваги та недоліки маркерів різних способів наповнення чорнил

Вид маркера	Переваги	Недоліки
Наливні	довговічність використання (через відсутність втрат під час використання чорнила)	висока ціна (використання нових технологій, кількість чорнила, удосконалений дизайн).
Просочені	невисока ціна, (невеликий обсяг чорнила, технологічно нетрудомісткий процес виробництва, досить простим дизайном)	– недовговічність (швидке висихання без ковпачка); – невелика довжина лінії письма (менша кількість чорнила при більших розмірах фетрового капіляра усередині корпусу, що займає 70% маркера); – відсутність глибини й стійкості кольору.

Конусоподібний і прямокутний же призначені для роботи, в основному, на виробництві - написання на різних поверхнях. Переважно, такі наконечники використовуються в перманентних і спеціальних маркерах. Багатогранний форма – це особлива форма капілярного пера, що дозволяє виділяти рядки різної ширини.

За *форму корпусу* маркери бувають плоскої, круглої або спеціальної форми. Останнє стосується категорії спеціальних маркерів, вид яких відповідає їхньому призначенню. Плоска форма корпусу дозволяє оптимально зручно тримати маркер у руці [1-4].

Список використаних джерел

1. Байдакова, Л. І., Передрій О. І., Байдакова І. М. Товарознавство. Непродовольчі товари [Текст] : товари культурно-побутового призначення : підручник. Київ : Вища шк., 2009. 327 с.
2. Губа, Л. М., Берлінова Л. В. Товарознавство (непродовольчі товари). Розділ "Культурно-побутові товари" [Текст] : навч.-метод. посібник. Полтава : ПУЕТ, 2015. 123 с.
3. Що потрібно знати про маркери [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.amik.org.ua/articles_view/sho-potribno-znati-pro-markeri/
4. Маркеры перманентные. Зачем и какие они есть? [Електронний ресурс]. – <https://ak.ua/blog/markery-permanentnye-kakiye-ony-estj>

Бельков В. В.

здобувач вищої освіти СВО магістр, ОПП Фінанси, банківська справа та страхування,
Науковий керівник – **Дроботя Я.А.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування,
*Полтавський державний аграрний університет,
м. Полтава, Україна*

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Оборотний капітал – інвестиція в оборотні активи підприємства з ціллю здійснення виробничого процесу, метою якого є отримання прибутку [4]. Вважаємо, що оборотний капітал – досить важлива складова ресурсів підприємства, якій слід приділяти значну увагу здійснюючи ефективне формування та використання. Власне ефективне формування та використання оборотного капіталу

залежить від тих управлінських підходів, які використовує конкретне підприємство, кваліфікації менеджерів, схильності даних менеджерів до ризику.

Окрім того вважаємо, що під час здійснення управління оборотним капіталом варто враховувати чинники впливу на формування останнього, які відповідно можуть бути властивими для всіх підприємств, для підприємств в межах галузі та для окремих підприємств. Дані чинники також по відношенню до підприємства можуть мати систематичний та несистематичний характер [3].

Вважаємо, що до систематичних чинників, що здійснюють вплив на формування і використання оборотного капіталу слід віднести:

- 1) загальні (властиві підприємствам будь-якої галузі):
 - обсяги виробничого процесу;
 - можливості поповнення оборотного капіталу;
 - інфляційні очікування в країні;
 - відносини з постачальниками сировини для забезпечення виробництва.
- 2) чинники властиві галузі сільського господарства:
 - технологічні процеси;
 - особливості росту та розвитку живих організмів, які є предметами та засобами праці;
 - можливість використання кінцевої продукції галузі рослинництва як сировини для галузі тваринництва;
 - сезонність виробничого процесу, що вимагає додаткових обсягів оборотного капіталу у період сезону виробництва;
 - значні витрати на паливо під час здійснення виробничого процесу;
 - ймовірність втрати капіталу внаслідок погодно-кліматичних умов, хвороб, некваліфікованих дій агрономів, ветеринарів [1, 2, 3].

Чинниками несистематичного впливу є:

- 1) загальні (властиві підприємствам будь-якої галузі):
 - рішення відносно управління конкретного управління;
 - використання певних методів та прийомів управління;
 - схильність менеджера до ризику;
 - врахування думки технологічних спеціалістів під час формування оборотного капіталу.
- 2) чинники властиві галузі сільського господарства:

- врахування значної потреби в паливі під час управління запасами конкретного підприємства залежно від його спеціалізації;
- врахування сезонності під час формування запасів з інтерпретацією в межах оборотного капіталу та виробничого процесу конкретного сільськогосподарського підприємства залежно від його спеціалізації;
- врахування при плануванні оборотного капіталу, що деякий капітал оминає цикл вивільнення, інвестуючись знову з галузі рослинництва в галузь тваринництва як сировина враховуючи конкретне виробництво;
- залежність оборотного капіталу від конкретних рішень агронома, ветеринарного лікаря, враховуючи спеціалізацію підприємства;
- врахування під час управління оборотним капіталом якості та родючості ґрунтів конкретного суб'єкта [1, 2, 3].

Отже, управлінські дії та їх ефективність залежить від конкретних прийнятих підприємством управлінських рішень, які для ефективного управління повинні враховувати вплив на формування капіталу зовнішніх та внутрішніх відносно діяльності підприємства чинників.

Список використаних джерел

1. Дроботя Я. А. Чинники ефективності логістики запасів у сільськогосподарських підприємствах. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2009. № 1. С. 45–51. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/1706/1/%D0%A0%D0%9A.pdf> (дата звернення: 25.02.2021).
2. Дроботя Я. А. Оборотні активи як фінансова складова конкурентоспроможності підприємства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Полтава: ПДАА. 2012. Вип.1(4). Т. 3. С. 49 -56. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.3/49.pdf> (дата звернення: 25.02.2021).
3. Дроботя Я. А. Особливості систематичних та несистематичних ризиків сільськогосподарських підприємств. *Вісник Харківського національного аграрного університету імені В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. Харків: ХНАУ. 2017. № 1. С. 51-57. URL: http://visn.knau.kharkov.ua/visn_econom_20171_6.html (дата звернення: 25.02.2021).
4. Польова О.Л., Жмурко Л.Ю. Система управління оборотним капіталом підприємства. *Науковий вісник херсонського державного університету*. 2016.

Випуск 21. Частина 2. С. 92-95. URL:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2016_21%282%29__24 (дата звернення:
25.02.2021).

Берлінова Л.В.

старший судовий експерт

Єременко О.А.

старший судовий експерт

Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр

МВС України, м. Полтава, Україна

ВИЗНАЧЕННЯ ДЕФЕКТІВ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ СУДОВОЇ ТОВАРОЗНАВЧОЇ ЕКСПЕРТИЗИ

Активний розвиток торгівлі харчовими продуктами, їх участь у внутрішньому товарообігу у певних випадках зумовлюють необхідність призначення судових експертиз за цією групою товарів. Під час проведення судових товарознавчих експертиз харчових продуктів експерти вирішують запитання, які насамперед стосуються визначення вартості та якості досліджуваних об'єктів [1].

Актуальними є проблеми, що стосуються запитань, пов'язаних із дослідженням якості об'єкта в певних ситуаціях під час товарообігу, зокрема, при їх транспортуванні чи зберіганні.

З метою врегулювання спорів, що виникли в наслідок дорожньо-транспортної пригоди, під час якої було пошкоджено харчові продукти, на вирішення судовому експерту було поставлено запитання: «Яких дефектів зазнав товар, що перевозився внаслідок ДТП?». Відповідно до наданих матеріалів об'єктом дослідження є партія борошняних кондитерських виробів, які поставлялися відповідно до умов договору поставки, видаткової накладної та товарно-транспортної накладної. Борошняні кондитерські вироби є великою групою різноманітних, переважно здобних виробів з високим вмістом цукру, жиру, білкових речовин [2].

Відповідно до наданих матеріалів, партія борошняних кондитерських виробів перевозилась у кузові автомобіля, який за типом фургона є рефрижератором обладнаний холодильним устаткуванням TERMOLIFE TL3000/24B, що забезпечує температурний режим. Досліджувані об'єкти були упаковані в картонні коробки, які для збереженості при транспортуванні були обгорнуті поліетиленовою

плівкою. Частина партії (торти) були упаковані в споживчу тару (блістерне упакування), частина партії (поштучні вироби) – укладені в картонні коробки.

За результатами вивчення матеріалів, зокрема, наданих фотографічних зображень місця події, експертом було встановлено наступне: повністю знищено холодильну установку TERMOLIFE TL3000/24B, внаслідок чого порушено температурний режим при транспортуванні; порушено штабелювання та упакування транспортної тари на європіддонах; пошкоджено транспортне упакування (розірвана полімерна плівка, деформація та порушення цілісності коробок); пошкодження споживчої тари (деформація, порушення цілісності та герметичності).

Пошкодження транспортного та споживчого пакування призвело до втрати товарного вигляду партії борошняних кондитерських виробів та виникнення наступних дефектів:

- забруднення окремих одиниць;
- деформації форми із зламами та вм'ятинами;
- пошкодження зовнішнього оформлення та відсутність художнього оздоблення кремом.

Отже, експертом було встановлено характер пошкоджень, яких зазнали борошняні кондитерські вироби та визначено дефекти які виникли під час ДТП.

Список використаних джерел:

1. Судово-товарознавча експертиза харчових продуктів: сучасний стан // «Всеукраїнська незалежна науково-дослідна експертна спілка». 2021 ВННДЕС / URL: <http://nnedes.org.ua/news/item/56.html> (дата звернення: 23.03.2021).

2. Сирохман І.В., Лозова Т.М. Товарознавство цукру, меду, кондитерських виробів: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 616 с.

Бернацька Н.Л.

к.т.н, кафедра фізичної, аналітичної та загальної хімії

Типіло І.В.

к.х.н., завідувач лабораторії, кафедра фізичної, аналітичної та загальної хімії

Інститут хімії та хімічних технологій

Національний університет «Львівська політехніка»

м. Львів, Україна

ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

Активний розвиток міжнародних відносин в останні роки зумовлений поширенням глобалізаційних процесів у всіх сферах економічного життя. Однак значний прогрес у технологічному розвитку поряд із позитивними, має і негативні наслідки, а саме - значне погіршення екологічної ситуації у всьому світі. Ось чому впровадження інноваційних технологій в бізнес та підприємництво стає все більш важливим, і Україна, обравши шлях європейської інтеграції, повинна використовувати досвід європейських країн у подоланні екологічних проблем.

Розуміння потреби екологізації технологій призвело до появи та активного розвитку такого виду бізнесу як екологічне підприємництво, тобто інновацій суб'єктів господарювання для виробництва, надання спеціальних (екологічних) послуг, спрямованих на екологічну безпеку, раціональне використання ресурсів [1, с. 100]. Проте, слід зазначити, що розвиток цієї сфери бізнесу недостатньо вивчений в нашій країні і у світі. Низка питань щодо ролі екологічного підприємництва у реалізації загальнодержавної концепції та стратегії сталого розвитку, тлумачення та законодавче визначення сутності екологічного підприємництва, його видів, критеріїв для виявлення особливостей та ведення статистичного обліку, економічного аналізу ефективності ведення тощо залишаються невирішеними [2, с. 63]. Підприємства середнього та малого бізнесу в нашій країні є однією з рушійних сил для екологічного прогресу, адже там зайнята більшість працюючого населення та здійснюється виробництво більше половини всієї продукції в державі. Тому ці виробники насамперед повинні дотримуватися принципів ведення ринкової економіки та отримувати державну підтримку у вигляді пільгових позик, дотацій з бюджету, звільнення від митних стягнень, впровадження інноваційних технологій та обладнання, включаючи екологічне, технологічне та спеціалізоване обладнання тощо [3]. Такі види підприємницької діяльності, як ремонт, технічне обслуговування, переробка та екологічне проектування, мають великий потенціал для стимулювання економічного зросту та створення додаткових можливостей для працевлаштування, одночасно допомагаючи вирішити екологічні проблеми [4]. Серед чинників, що сприяють розвитку екологічно безпечного підприємництва в Україні, можна визначити наступні:

- покращення міжнародних та загальнодержавних екологічних стандартів продукції;
- розвиток ринку екологічно безпечних товарів та послуг;

- підвищення інтересу населення в отриманні товарів та послуг з урахуванням еко складової;

- покращення державного регулювання ведення екологічного бізнесу в регіонах [5, с. 184].

Можна виділити наступні переваги для розвитку ринку екологічно безпечних товарів та послуг в Україні:

- екологічне підприємництво - відносно вільна ринкова ніша в нашій державі;
- існування потужної наукової основи для виробництва унікальної української екопродукції, що матиме попит на міжнародних ринках;
- отримання міжнародних сертифікатів якості і вихід на європейський ринок екологічно безпечної продукції;
- залучення закордонних інвестицій у високоприбуткові екологічні проекти.

Започаткування екологічно безпечного виробництва дозволить підвищити конкурентоспроможність підприємства та вирішити екологічні проблеми. Цей різновид бізнесової діяльності є однією із високоприбуткових форм підприємницької діяльності. Також отримується значний економічний, екологічний та соціальний ефект, збільшується інвестиційна привабливість виробництва [6, с. 1]. При цьому є ряд перешкод, які спричиняють повільне впровадження екологічно безпечного виробництва в Україні:

- висока початкова вартість реалізації проектів екологічного виробництва;
- відсутні державні стандарти на еко товари, це знижує шанси на притягнення до відповідальності за виробництво неякісної продукції;
- збільшення витрат на виробництво екологічно чистої продукції, пов'язаних із залученням дороговартісної сировини;
- невеликий термін придатності еко продукції;
- жорсткіші вимоги до перевезення еко продукції;
- труднощі при розміщенні продукції в закладах торгівлі поряд з неорганічною продукцією;
- недостатня державна підтримка виробників сільськогосподарської продукції та відсутність потужних виробників, що ускладнює процес контролю сировини для екологічного виробництва;
- недостатній рівень поінформованості населення щодо маркування еко продукції, її складу та вмісту шкідливих речовин, і як наслідок - незадовільний рівень екологічної свідомості населення [7, с. 68, 8, с. 83].

Отже, відповідальна інвестиційна та інноваційна політика держави у сфері захисту навколишнього середовища буде потужним стимулом для українського бізнесу здійснювати екологічно орієнтовані інвестиції, допоможе стимулювати розвиток ринку екологічних товарів і послуг. Також потрібно створити ефективну систему взаємодії природокористувачів, органів місцевої влади, населення та представників екобезпечного бізнесу. Розвиток екологічного відповідального підприємництва в нашій країні має значні переваги, покликаний сприяти економічній стабільності, є стратегічним завданням для України і може отримувати значну підтримку європейського співтовариства та міжнародних екологічних організацій.

Список використаних джерел

1. Скороход І.С., Гринчук Л. В. Вплив європейської інтеграції на розвиток екологічного підприємництва в Україні. Економічний аналіз. 2017. Том 27. № 3. С. 100- 104.
2. Кравченко М.С. Запровадження закордонного досвіду управління розвитком інтелектуального капіталу державних службовців. Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property. 2018. № 17. С. 63-67.
3. Екологічне підприємництво. Електронний ресурс <https://adnotam.pp.ua/2021/03/02/ekologichne-pidpryyemnyctvo/>
4. «Зелений» бізнес для малих і середніх підприємств. Електронний ресурс. <http://avdvca.gov.ua/news/4131-zelenyi-biznes-dlia-malykh-i-serednikh-pidpryemstv.html>.
5. Швиданенко Г.О., Криворучкіна О.В., Матукова Д.Г. Розвиток підприємства на еколого-економічних засадах: монографія. 2017. 184 с.
6. Желібо Є. П., Гацька Л.П., Мурована Т.О.Перспективи розвитку екологічного підприємництва в Україні. Ефективна економіка. 2020. № 3. С. 1-7.
7. Гаврилко П. П., Черторижський В. М. Стан та особливості розвитку світового та вітчизняного екологічного ринку товарів та послуг. Науковий вісник НЛТУ України. 2012. Вип. 22.6. С. 68-72.
8. Кошевець В. В., Швіндіна Г. О. Виробництво екологічно чистої продукції як один із факторів формування ділової репутації. Бізнесінформ. 2012. №8. С. 83-85.

Білик О. Р.,

здобувач вищої освіти СВО магістр, ОПП Фінанси, банківська справа та страхування,

Науковий керівник – **Дроботя Я.А.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Полтавський державний аграрний університет,

м. Полтава, Україна

ДЕПОЗИТИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ЗАЛУЧЕННЯ БАНКОМ

Депозитний ринок України, зокрема ринок продажу депозитів фізичним особам, має в реаліях сьогодення власну проблематику та власні тенденції. Комерційні банки постійно прагнуть збільшити обсяги депозитів формуючи ефективну політику залучення депозитів.

Депозити фізичних осіб – кошти, ресурси для банківської установи, які банк залучає від окремих громадян.

Варто сказати, що тенденція залучення депозитів від фізичних осіб вказує на постійне їх зменшення, на що впливає ряд чинників, які, з нашого погляду, повинні враховувати банківські установи формуючи ефективну політику управління депозитами від фізичних осіб з ціллю їх збільшення.

Чинники, які потрібно врахувати банківським установам для просування депозитів:

- потреби у депозитних продуктах в розрізі вікових груп;
- потреби у депозитних продуктах в розрізі працюючого населення та пенсіонерів;
- потреби у депозитних продуктах в розрізі працездатного населення залежно від сфери зайнятості;
- потреби у супутніх, безкоштовних послугах з боку банків для фізичних осіб, що мають у банку депозит;
- рівень інфляції (відсоткова ставка по депозиту повинна не лише бути більшою ніж відсоток інфляції, а й надавати можливість отримувати дохід);
- переваги фізичних осіб стосовно формування депозитів строкових та до запитання;
- забезпечення гарантії повернення коштів вкладникам за обсягами з врахуванням прибутку;

- надання можливості за складних непередбачуваних обставин повернення коштів власнику;
- покращення поінформованості фізичних осіб про депозитні банківські продукти, їх переваги та можливості;
- надання інформації фізичним особам стосовно захисту депозитів від втрат;

Саме дані фактори та детальне їх дослідження, з нашого погляду, призведе до розширення можливостей банків у залученні депозитів від фізичних осіб.

Вважаємо, що для фізичних осіб при прийнятті рішення про доцільність вкладення коштів на депозитний рахунок вагому роль відіграє стабільність діяльності конкретної банківської установи та стабільність економіки країни.

З ціллю збереження та примноження власних заощаджень фізичні особи прагнуть гарантій за депозитними програмами та звертаються лише до надійних, перевірених банків, банки ж, що мають меншу довіру серед вкладників змушені поповнювати власні ресурси за рахунок інших фінансових джерел. Нині вагомим чинником зростання привабливості депозитів для фізичних осіб є відсоткова ставка та гарантія захисту вкладу, право на дострокове отримання вкладу у разі форс-мажору.

Варто сказати і про те, що залучення депозитів від фізичних осіб забезпечує стабільність функціонування банків, які є досить важливими структурами для економіки країни вцілому, поскільки здійснюють значний вплив на обсяг грошової маси країни, на пришвидшення розрахунків, тим самим забезпечуючи ефективність розвитку економіки країни вцілому.

Список використаних джерел

1. Бартош. О. М. Депозити фізичних осіб: проблеми сьогодення. *Ефективна економіка*. 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5599> (дата звернення: 24.02.2021).
2. Депозити фізичних осіб у банках України // Українські бізнес ресурси. URL: tables.finance.ua/ua/finres/depprivate (дата звернення: 24.02.2021).

Біловодська О. А.,

д.е.н., професор кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну, професор

Київський національний університет технологій та дизайну

м. Київ, Україна

ВИДИ УПАКОВКИ НА РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ: ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ¹

Пакувальна галузь в Україні та в світі за останні 15 років стала однією з провідних та тих, що розвивається. Зумовлено це підвищеними вимогами стандартів до збереження продукції та вимогами споживачів, що полягають у зручності використання упаковки, екологічності, ергономічності тощо. Упаковка є завершальним процесом створення товару та ефективним інструментом впливу на споживачів.

Найпопулярнішими упаковками для молока та кисломолочної продукції є упаковки типу Тетра-брік та Тетра-брік-асептік, Пюр-пак та Пюр-пак-асептік, Тетра-топ, Тетра-рекс, Тетра-класік, плоский пакет із ПЕ-плівки, які виготовляються методом екструзійного ламінування тощо. Наявність у комбінованих матеріалах паперу забезпечує жорсткість, каркасність та інше, а алюмінієвої фольги — бар'єрні властивості, внутрішній поліетиленовий шар — санітарно-гігієнічну чистоту і термозварювальність (табл. 1).

Таблиця 1

Найпопулярніші упаковки для пакування молочної продукції [1, 2]

Упаковка	Загальна характеристика
1	2
Тетра-пак	Упаковка прямокутної форми. Виготовляють з ПЕВТ (15 г / м ²) / папір (180-230 г / м ²) / ПЕВТ (75 г / м ²). Термін зберігання молока в таких пакетах в домашніх холодильниках до 10 діб.
Пюр-пак	Упаковка у вигляді прямокутної піраміди з двосхилим верхом і квадратною основою, місткістю 0,1-1л. Виготовляють з тришарового матеріалу ПЕВТ (14г / м ²) / картон (320 г / м ²) / ПЕВТ (26 г / м ²). Термін зберігання молока в таких пакетах в домашніх холодильниках до 10 діб. З метою збільшення терміну зберігання використовують чотирьохшаровий матеріал з шаром алюмінієвої фольги товщиною 9 мкм. Іноді додають іономери, наприклад сурлін (до 16 г / м ²). Термін зберігання в таких упаковках збільшується до 1 місяця і більше.

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за ініціативною науково-дослідною роботою «Маркетингові та логістичні механізми управління інноваційним розвитком суб'єктів господарювання» (0120U104616).

1	2
Пюр-пак-асептік	Найбільш безпечна та надійна з усіх відомих конструкцій, оскільки дно її має зовнішню закладення шва і відкритий кінець матеріалу не контактує з продуктом. Вона виробляється з готових заготовок, які повинні зберігатися при температурі не вище 25-27 ° С і відносній вологості повітря 40-60% не більше 2 тижнів. Місткість упаковки 0,2-2 л.
Тетра-брік та тетра-брік-асептік	Споживча упаковка з комбінованого матеріалу у вигляді прямокутного паралелепіпеда, утворена з безперервно згортається в рукав пакувального матеріалу, краї якого зварюються поздовжнім швом. Поперечна зварювання здійснюється в процесі заповнення продуктом, нижче рівня продукту, потім формуються прямокутні дно і верх. Варіант упаковки: Тетра Брік Асептік (Tetra Brik Aseptic). У цьому випадку використовується багатошаровий пакувальний матеріал, що включає, крім картону, шари поліетилену і алюмінієвої фольги. Упаковка передбачає різні способи відкривання, такі як: перфорація, відкидний клапан, відривний язичок або скручується кришечка. У порційній упаковці є отвір для соломки. Призначена для розливу рідких харчових продуктів.
Тетра-класік	Споживча тара з комбінованого матеріалу (картон з поліетиленовим покриттям) у вигляді правильного чотирехгранника (тетраедра), утворена з безперервно згортається в рукав пакувального матеріалу, краї якого зварюються поздовжнім швом. Поперечні шви утворюються в процесі заповнення продуктом, нижче рівня продукту. У 1956 році на додаток до упаковці Tetra Classic створений асептичний варіант - Тетра Класик Асептік (Tetra Classic Aseptic). Пакувальний матеріал став багатошаровим і, крім картону, включає також шари поліетилену і алюмінієвої фольги. Тару Tetra Classic Aseptic використовують для фасування рідких і маловязких (соуси) продуктів.
Gamma Identity	Це найзеленіша упаковка молока. Вона спроектована з вичавків цукрового очерету, покритої всередині тонким шаром лігніну і надрукована натуральними фарбами.
Пляшки з полікарбонату	Тара з ПК більш дорога, але має ряд переваг: високий ступінь прозорості; підвищену міцність, формостійкість і жорсткість, внаслідок чого пляшка не б'ється навіть при падінні з великої висоти; простоту обробки перед заповненням; здатність витримувати нагрівання до температури 135 ° С. Це дозволяє здійснювати розлив гарячого продукту, УВТ-обробку і стерилізацію безпосередньо в пляшках. Великою перевагою таких пляшок є висока оборотність-до 100 разів (замість 30 для скляних), а повернення порожніх пляшок досягає 95%. Маса заповненої пляшки з ПК на 1,8 кг менше порівняно зі скляною (4,05 і 5,85 відповідно для тари місткістю 3,8 л), а порожній - відповідно у 8 разів.

1	2
Bag-in-box («пакет в коробці»)	Упаковка, яка замінює традиційні молочні цистерни. Вона складається із зовнішньої картонної коробки і внутрішнього пакету з полімерного матеріалу. Пакет-вкладиш повинен володіти вологозахисними властивостями низькою газопроникністю, витримувати вакуум і підвищену температуру, легко заповнюватися, піддаватися асептичній обробці і нанесення друку. До таких матеріалів відносяться ОПП, ПЕТ і ПА, а також ламінати, що включають шари крафт-паперу, алюмінієвої фольги, ПЕВТ, ПП, сополімера ПА / сурлін / ПЕТ та ін. Місткість такої упаковки становить 3-1500 л і більше. Слід підкреслити, що упаковки «пакет-в-коробці» не призначені для штабелювання в кілька ярусів.
ECOLEAN	Упаковка має властивості зберігати білки, жири і мінеральні складові молочних продуктів. Упакований в неї молочний продукт зберігається в 2-3 рази довше розфасованого в звичайну тару. Основними її компонентами є поліетилен, поліпропілен і карбонат кальцію. У плані ресурсів та енергії, які витрачаються на виготовлення цієї упаковки, вона, безсумнівно, більш екологічна, ніж звичайний пластик і пакети Tetra Pak. Застосування карбонату кальцію в якості інгредієнта дозволяє на 40% скоротити використання пластику у виробництві цього виду упаковки. Однак є й недоліки: в навколишньому середовищі карбонат кальцію розкладається, а поліетилен і поліпропілен просто розпорошується і нікуди не зникає.

Асортимент упаковок для молока та молочної продукції досить широкий. Нами було визначено, що в своїй діяльності більшість компаній використовує пластик для пакування своєї продукції (табл. 2).

Таблиця 2

Види упаковок молока та рідких молочних продуктів основних виробників на ринку молочної продукції України

Виробник		Вид упаковки
«Мілкіленд-Україна»	ТМ «Добряна» ТМ «Коляда»	поліетиленова плівка, еколін, пластикова пляшка
«Вімм-Білл-Данн Україна»	ТМ «Чудо» ТМ «Веселий молочник»	пластикова пляшка, картонна упаковка
«Данон Україна»	ТМ «Активіа» ТМ «Біо Балас» ТМ «Простоквашино» та ін.	пластикова пляшка, поліетиленова плівка, картонна упаковка
Група компаній «Молочний Альянс»	ТМ «Славія» ТМ «Яготинське»	пюр-пак, багатошарова соекструзійна плівка, поліетиленова плівка, скляна пляшка, пластикова пляшка
Молочна компанія «Галичина»	ТМ «Галичина» ТМ «Мої корівки»	пластикова пляшка, картон, поліетиленова плівка
«Лакталіс-Україна»	ТМ «Дольче»	пластикова пляшка
«Терра Фуд»	ТМ «Біла лінія» ТМ «Premialle»	пластикова пляшка, скляна пляшка та баночка

Отже, дослідження діяльності виробників продукції в Україні показує, що більшість підприємств використовує сучасні та інноваційні матеріали для пакування своєї продукції. На сьогоднішній день більшість виробників розробляють і випускають ексклюзивну упаковку для своїх товарів. Ексклюзивна упаковка – це упаковка товару, яка виготовлена з якісного, екологічного чистого та безпечного матеріалу, при застосуванні новітніх технологій виробництва та відповідає художнім вимогам.

Список використаних джерел

1. Інноваційні пакувальні матеріали та технології. URL : <http://www.fleimina.ru/inform/pack/upakovochnye-materialy/> (дата звернення 1.03.2021 р.).
2. Офіційний сайт компанії «Тетрапак». URL : <http://www.tetrapak.com/ru> (дата звернення 1.03.2021 р.).

Білоус В.А.

аспірант спеціальності «Фінанси, банківська
справа, страхування»

Лишенко М.О.

д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та
логістики

*Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна*

ЗБУТОВІ ТА КОМУНІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ

Принципи організації маркетингової діяльності передбачають не тільки розробку та впровадження якісних банківських продуктів та встановлення прийнятної для потенційного клієнта ціни. Не менш важливим є вирішення питання вибору шляхів і методів доставки банківських послуг до наявних і потенційних споживачів. Вирішення цих завдань покладається на збутову політику, яка є невід'ємною складовою комплексу маркетингу в будь-якій сфері діяльності, в тому числі у банківському бізнесі. Збутова політика банку переслідує ціль запропонувати певні банківські послуги певним клієнтам в необхідний час і в необхідному місці. Це є один із найбільш динамічних інструментів банківського маркетингу.

В ринковій економіці може застосовуватися як пряма, так і непряма система збуту. Для банківського бізнесу характерною є, як правило, непряма система збуту, тобто продаж своїх послуг безпосередньо кінцевим споживачам без участі посередників. Особливості банківського продукту обумовлюють неможливість у більшості випадків застосування досить поширеного при збуті товарів послідовного їх проходження через систему оптових і роздрібних посередників. Однак це не виключає повністю застосування непрямой системи збуту.

Зазначена обставина передбачає виділення двох типів збутових каналів, які можуть бути представлені за допомогою наступного рисунку (рис.1.).

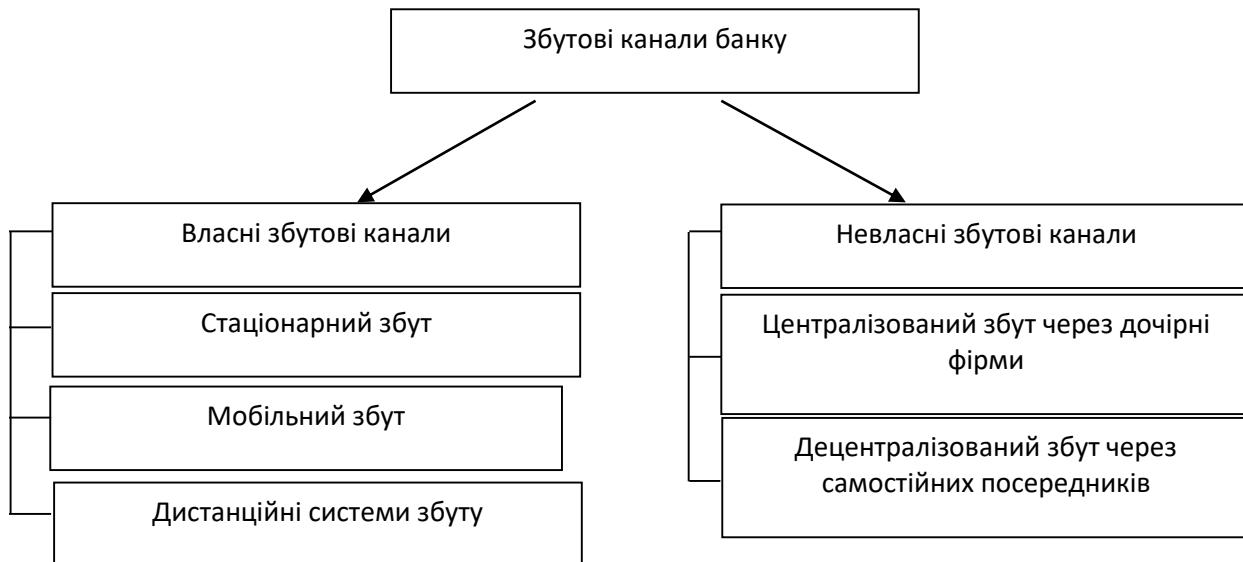


Рисунок 1 - Збутові канали комерційного банку

Джерело: сформовано автором

Проте слід мати на увазі, що не існує в чистому виді збут тільки через головний офіс, або збут тільки через філіал. У першому випадку ми отримаємо безфіліальний банк (що може бути допустимим тільки на етапі створення банку і початку його діяльності), а в другому – кожний філіал буде розглядатися як окремий банк, що у принципі є неможливим.

Для того, щоб досягнути комерційного успіху, сучасні комерційні банки мають не тільки пропонувати клієнтам якісні продукти і послуги, дотримуватись чіткої стратегії ціноутворення, надавати сервісні послуги, але і надавати інформацію реальним та потенційним клієнтам. Отже, актуальним є питання розробки ефективних заходів комунікаційної політики банку.

Важливим кроком у дослідженні схеми використання маркетингових комунікацій в банку є визначення її специфічних параметрів, а саме ось що.

– Висвітлення в засобах масової інформації (ЗМІ). Використання даного параметра передбачає чітку сегментацію аудиторії та вибір відповідно до неї необхідного «каналу» зв'язку. Таким чином, на практиці існує ситуація, коли дія різних ЗМІ спрямована на один і той же сегмент цільової аудиторії. З одного боку, імовірнісним є підсилення дії МК, що спрямовані на досягнення конкретної мети. З іншого боку, дія на клієнта кількох ЗМІ веде до перенасичення інформацією, формування негативного сприйняття банку. Виходячи із зазначеного, постає проблема вибору оптимального набору ЗМІ з позиції максимізації охоплення цільової аудиторії. На нашу думку, розв'язання проблеми полягає у проведенні аналізу статистичних даних щодо впливу різних ЗМІ на категорії споживачів і формуванні власного клієнтського сегмента.

– Зміст інформації, яку треба донести до клієнта. Цей параметр корелює з попереднім щодо змісту інформації, яке доноситься ЗМІ до клієнта.

Дослідження комунікаційної активності найбільших банків України довело наявність тенденцій, представлених в таблиці 1

Таблиця 1 - Комунікаційна активність найбільших банків України за типом інформації, що доноситься до клієнта, %*

* 100% – це сума згадувань за всіма банками в розрізі кожного окремого типу інформації

Назва банку	Позитивні згадування	Нейтральні згадування	Негативні згадування
ПриватБанк	9,4	7,6	12,2
Ощадбанк	8,1	8,9	12,6
Укрексімбанк	7,6	8,9	9,9
Райффайзен Банк Аваль	4,3	6,3	6,0
Укрсоцбанк	6,6	10,4	6,4

Джерело: сформовано автором

Нарешті, ефект звернення багато в чому залежить від його форми. Загалом під формою звернення розуміють те, як воно подається аудиторії. Форма визначається насамперед тим; які саме засоби використовуються для передачі інформації.

Найбільш популярними серед банків є такі види ЗМІ, як Інтернет, друковані видання, інформаційні агентства. Такі тенденції щодо використання зазначених

ЗМІ можна пояснити відносною їхньою дешевизною в порівнянні, наприклад, із телебаченням, а також охопленням саме тієї аудиторії, яка для банків є цільовою.

Використання Інтернету як каналу поширення інформації зручне і з економічної точки зору, оскільки вартість охоплення однієї тисячі осіб за допомогою Інтернету в 50 разів менше, ніж за допомогою телебачення.

За допомогою Інтернету банк може налагодити відносини з потенційними позичальниками зі значно меншими витратами в порівнянні з поштовою розсилкою. Для того, щоб стимулювати клієнтів подивитися повідомлення, які надходять електронною поштою, можна використати різні заходи стимулювання збуту, такі, як конкурси, ігри тощо. Банки можуть пропонувати нові види кредитів, інформацію про зміну процентних ставок за позиками. Зв'язок має бути двостороннім, тобто, клієнти повинні мати можливість отримати відповіді на свої питання по Інтернету або по телефону.

У сучасних умовах нестабільності на фінансових ринках важливим напрямом комунікаційної політики банку на ринку є управління чутками, а також вірусний маркетинг, який є різновидом усної реклами і передбачає передачу інформації від клієнта до клієнта.

Оскільки маркетингова діяльність банку є циклічним процесом, тобто таким, який не завершується фактом реалізації банківського продукту чи послуги, суттєвим у формуванні комплексу комунікаційних заходів є проектування каналів зворотного зв'язку і організація надходження інформаційних потоків від клієнтів.

Велике значення для вдалої маркетингової діяльності будь-якої установи є сегментування ринку. Ясно, що для успішного просування продукту на ринок і його реалізації необхідно диференціювати клієнтів і виявити тих, котрі можуть виявитися потенційними споживачами даного продукту. Усі клієнти мають різні смаки і потреби, і до них відповідно потрібно застосувати різну маркетингову стратегію.

Є два типи маркетингової стратегії, пов'язаної з пошуком цільових ринків серед маси банківських клієнтів. Банк може йти «від продукту», тобто вибрати певний вид послуг і на основі наявної в нього інформації про клієнтів визначити, хто є потенційним користувачем цієї послуги. Другий шлях - це метод перехресних продаж, коли при здійсненні якоїсь операції банк пропонує клієнту нові або додаткові послуги. Для успішного просування продукту на ринок і його реалізації необхідно диференціювати клієнтів та виявити тих, які можуть явитися

потенційними споживачами даного продукту. Всі клієнти мають різні смаки та потреби, і до них відповідно потрібно застосувати різну маркетингову стратегію.

Стратегічне планування стає все більш актуальним для українських банків які вступають в жорстоку конкуренцію як між собою так і з іноземними банківськими установами. Стратегічне планування – це одна з функцій управління яка являє собою процес вибору мети організації та шляхів її досягнення стратегія розвитку господарського портфеля для банку визначає пріоритетні напрямки інвестицій.

Отже, на сучасному етапі подальше удосконалення збутової і комунікаційної політики банків є необхідною умовою розширення їх кредитної діяльності на ринку роздрібних кредитів. Це потребує від банків виважених рішень щодо вибору зони дії, активізації рекламної діяльності і застосування інноваційних комунікаційних інструментів просування на ринок кредитів для фізичних осіб.

Список використаних джерел

1. Аналіз Інтернет – аудиторії. [Електронний ресурс]. URL: www.inau.org.ua/252.3286.0.0.1.0.phtml
2. Замроз М.В., Даниленко Ю.М. Зовнішні бізнес-комунікації банку як інструмент підтримки репутації в умовах кризи. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/71.pdf
3. Маслова Н.О., Хоменко Б. А. Особливості комунікаційної політики банків України. *Вісник «Підприємництво та інновації»*. 2016. Вип. 2. С. 108-117.

Бірта Г.О.

д.с.-г.н, завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, професор,

Бургу Ю.Г.

к.с.-г.н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, доцент

Флока Л.В.

к.с.г.н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, доцент

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
м. Полтава, Україна*

ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ КЕФІРУ РІЗНИХ ВИРОБНИКІВ

Ринок молочної продукції включає реалізацію продуктів харчування починаючи від незбираного молока і закінчуючи різними найменуваннями кисломолочної продукції, жирових концентратів і напівфабрикатів.

Кисломолочна продукція — це молочний продукт, який виробляють ферментацією молока або маслянки, вершків, сироватки, знежиреного молока спеціальними заквасками: лактобактеріями (ацидофільна, болгарська паличка), деяких біфідобактерій, термофільного (молочнокислого) стрептокока, кефірних грибків, дріжджів. Один з основних сегментів кисломолочної продукції займають кефіри, які представлені на ринку різною жирністю і поживною цінністю, а також фасуванням в плівці і жорсткій упаковці. [3]

Для дослідження якості кефіру різних виробників, що реалізуються в роздрібній торговельній мережі, були узяті зразки кефіру, в поліетиленовій упаковці від різних виробників:

Споживче та транспортне маркування повинне містити такі дані: назву та адресу підприємства-виробника, його товарний знак (за наявності), телефон, адресу потужностей виробництва; назву з зазначенням масової частки жиру (торгова марка та власна назва за наявності); склад кефіру в порядку переваги складників, зокрема харчових добавок, що їх використовували під час його виробництва (окрім транспортної тари з фасованим кефіром); кінцеву дату споживання «Вжити до» або дату виробництва та строк придатності; умови зберігання; масу нетто, г (кг); кількість пакованих одиниць (для транспортної тари з фасованим кефіром); інформаційні дані про харчову та енергетичну цінність (калорійність) 100 г кефіру (розраховує виробник відповідно до конкретної рецептури); номер партії (для транспортної тари); штрих-код (на споживчому пакуванні); позначення стандарту [2].

Аналізуючи маркування споживчої тари 4 зразків кефіру 2,5% жирності можна зробити наступний висновок, що маркування даного продукту в повній мірі відповідає вимогам ДСТУ 4417:2005 «Кефір. Технічні умови». [1]

При аналізі упаковки необхідно було порівняти якість пакувальних матеріалів різних виробників. Також звернути увагу на дизайн, художнє оздоблення упаковки. Отримані дані представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Аналіз упаковки

Найменування товару, виробник	Кількість кольорів	Якість художнього оздоблення і дизайну
Кефір «Добряна»	4 кольори: синій, жовтий, зелений, білий	Естетичні властивості упаковки достатньо високі. Упаковка включає в основному бліді відтінки. Художнє оздоблення
Кефір «Злагода»	5 кольорів: синій, червоний, блакитний, зелений, білий	Естетичні властивості упаковки високі. Чіткий друк. Яскраві кольори.
Кефір «Веселий пастушок»	4 кольори: червоний, жовтий, зелений, білий	Високе художнє оздоблення і естетичні властивості
Кефір «Гармонія»	5 кольорів: синій, жовтий, зелений, блакитний, білий	Естетичні властивості упаковки досить високі. Художнє оздоблення. Яскраві кольори.

Оскільки нині споживач звертає увагу не лише на склад і якість продукту, але і на упаковку, то високі естетичні властивості дуже важливі. Від них іноді залежать об'єми продажу продукції. Усі досліджувані зразки досить яскраві і привертаючи увагу.

Для визначення якості досліджуваної продукції був використаний органолептичний метод дослідження.

Органолептичний метод простий, завжди використовується першим, часто виключає необхідність використання вимірювального методу, як дорожчого, вимагає малих витрат часу. Окрім доступності і простоти цей метод незамінний при оцінці таких показників якості, як колір, запах, смак. [4]

Результати органолептичної оцінки кефіру наведено в таблиці 2.

Аналізуючи дані таблиці, слід зазначити, що за органолептичною оцінкою досліджувані зразки кефірів, мають високу оцінку за цими показниками. Консистенція дослідних зразків була однорідною, з непорушеним згустком. На поверхні кефіру 2 і 3 зразків було незначне відділення сироватки, що дозволяється стандартом.

Таблиця 2.

Характеристика органолептичних показників якості кефіру

Зразки	Показники якості		
	Зовнішній вигляд і консистенція	Смак і запах	Колір
Вимоги ДСТУ 4417:2005 «Кефір. Технічні умови».	Однорідна, в'язка, з порушеним або непорушеним згустком (залежно від технології виробництва). Дозволено: газоутворення, яке спричинено нормальною життєдіяльністю мікрофлори кефірної закваски; незначне відокремлення сироватки	Чистий, кисломолочний. Смак щипкий, без сторонніх присмаків і запахів	Молочно-білий, рівномірний за всією масою
Зразок №1 Кефір «Простоквашино»	Однорідний, з непорушеним згустком	Чистий, освіжаючий, злегка гострий.	Молочно-білий, рівномірний..
Зразок №2 Кефір «Слов'яночка»	Консистенція однорідна, з непорушеним згустком На поверхні кефіру незначне відділення сироватки	Чистий, кисломолочний.	Молочно-білий, злегка кремовий.
Зразок №3 Кефір «Яготинський»	Однорідний, з непорушеним згустком. Незначне відділення сироватки	Освіжаючий, злегка гострий	Молочно-білий, рівномірний, злегка кремовий
Зразок № 4. Кефір «Гармонія»	Однорідний, з непорушеним згустком. Сироватка не відділяється	Чистий, освіжаючий, злегка гострий.	Молочно-білий, рівномірний за всією масою

Смак і запах були чистими, кисло-молочними, освіжаючими. Колір – молочно-білий, рівномірний, в 2 та 3 зразках злегка кремовий. Ці показники свідчать про добру якість сировини, яка використовується для виробництва кефіру на цих підприємствах, а також дотримання технології виробництва, при якій були використані якісні закваски, що надає готовому продукту чистий кисломолочний освіжаючий смак і однорідну консистенцію.

Список використаних джерел

1. Кефір. Технічні умови: ДСТУ 4417:2005. - [Чинний від 2006-07-01]. – Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2006. – 12 с. – (Національні стандарти України)
2. Нові правила маркування продуктів / Режим доступу : URL : <https://sticker.com.ua/ua/stati-i-obzory/item/199-novi-pravyla-markuvannia-produktiv>

3. Специфікації якості традиційних молочних продуктів / Романчук І.О. – Режим доступу : URL : <http://nbuv.gov.ua/j-pdf>

4. Товарознавча оцінка якості кефіру різних виробників / Скирда О.Є. – Режим доступу : URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4/133.pdf>

Бражник Л. В.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, доцент

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ТРАЄКТОРІЇ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОЕКТАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Сучасні вектори управління вимагають колективних підходів до виконання поставлених завдань, що стоять перед підприємницькими структурами. Одним із найефективніших і динамічних напрямів сьогодення є управління проектами, що дозволяє ефективніше вирішувати завдання розвитку суб'єкта господарювання, підвищує надійність успішного досягнення поставлених цілей в усіх видах діяльності.

Управління якістю проекту (*Project Quality Management*) – одна з основних функцій проектної команди та включає ті процеси, що гарантують задоволення вимог, з метою яких проект був розроблений. Під якістю розуміється цілісна сукупність характеристик об'єкту, що відносяться до його здатності задовольняти встановлені або передбачувані потреби.

В цілому, управління якістю у рівній мірі відноситься, як до управління проектом, так і до продукту проекту.

Таким чином, у проекті можна виділити два аспекти, які необхідно розглядати у нерозривному взаємозв'язку та взаємозалежності. Якісне управління – запорука якісного продукту суб'єктів господарювання. Під якісним управлінням проектом можна розуміти планування проекту, виконання робіт проекту, його ресурсне планування, контроль усіх аспектів роботи. Еволюція *Quality Management* представлена на рис. 1.

Критичним аспектом якості у контексті управління проектами є необхідність відображення вимог до його змісту. Важливо задовольнити вимоги усіх груп замовників і зацікавлених сторін (враховуючи можливості) [1].

Якість – це результат якісних процесів, а не постійного контролю.

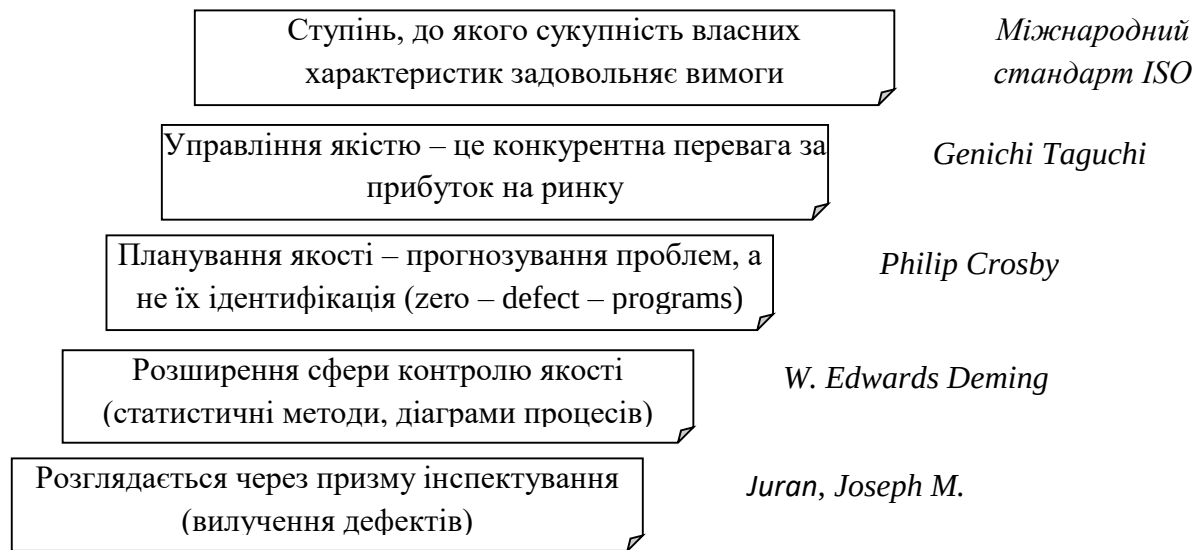


Рис. 1. Еволюція управління якістю

Основні принципи управління якістю PMI (*Project Management Institute*):

- задоволення замовника – забезпечення як формальних його вимог (зазначених у контракті), так і неформальних очікувань кінцевих користувачів від використання ними продукту (результату проекту);
- запобігання перш, ніж усунення – запобігання появі, а не усунення браку (втрат якості продукції), що вже з'явився;
- відповідальність керівництва – керівництво (проекту та підприємницької структури) несе відповідальність за використання ресурсів, необхідних для управління якістю продукції;
- безперервне поліпшення – в цілому команда проекту безперервно працює над поліпшенням процесів його виконання та підвищенням якості продукту.

Відокремлюють такі процеси управління якістю:

- планування якості – визначення стандартів якості, стосовно проекту, і заходів для їх досягнення. Для правильного планування необхідна інформація про самі різні аспекти якості в проекті – від стратегії в області якості до деталізованих документів, що регламентують усю систему якості, зокрема зміст проекту, конкретних специфікацій, стандартів у сфері послуг, інформації про технологічні процеси тощо;
- забезпечення якості – проведення усіх запланованих систематичних дій

у рамках системи якості (наприклад, аудиту) для забезпечення задіяних у проекті усіх процесів, необхідних для узгодження усім очікуванням зацікавлених осіб. Забезпечення якості досягається регулярними перевітками, виходячи із заздалегідь затвердженого плану якості, технологічних карт, перевірочних листів, а також результатів випробувань.

— контроль якості – відстежування результатів проекту для визначення їх відповідності прийнятим стандартам якості та визначення шляхів усунення причин незадовільного виконання [2].

Для забезпечення ефективної роботи системи менеджменту якості проводяться регулярні перевірки відхилень від заданих стандартів. Методом перевірки є аудит системи, процесу та продуктів проекту, метою якого – встановити відповідність діяльності у сфері якості прийнятому плану, наскільки ця діяльність ефективна та чи призведе вона до запланованих цілей.

Система менеджменту якості може бути сертифікована, так само як і може бути сертифікована продукція, яка проводиться за стандартами відповідним органом.

Завершується *Quality Management* на будь-якому рівні формулюванням висновків, що можуть бути представлені, як алгоритм дій менеджера за якістю і, як структура звітності у сфері менеджменту якості, зокрема:

- поліпшення якості;
- заходи з поліпшення;
- прийняття продукції відповідно до специфікацій і стандартів;
- ідентифікація браку та реалізація дій із управління непридатною продукцією;
- переробка продукції;
- внесення змін до технологічних процесів, що призводять до браку;
- зведена оцінка якості результатів проекту;
- рішення про кінцеве приймання;
- складання списку зауважень і претензій за якістю;
- вирішення спірних питань і конфліктів;
- оформлення документів в архів;
- аналіз і використання накопиченого досвіду з *Quality Management* [3].

Таким чином, проектний менеджмент інтегрує у собі методологічні постулати системного аналізу та синергетичної теорії. Проектна технологія є

породженням актуальної парадигми культури, практичного розвитку менеджменту та результатом сучасного рівня наукового управлінського знання.

Список використаних джерел

1. Маркіна І. А., Рибалко-Рак Л. А. Система управління якістю в галузі торгівлі організацій та підприємств споживчої кооперації : монографія. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. 163 с.
2. Момот О. І. Менеджмент якості та елементи системи якості : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 368 с.
3. Березін О. В., Безпарточний М. Г. Управління проектами : навчальний посібник. Суми : Університетська книга, 2014. 272 с.

Варнавська І.В.

к.пед.н., доцент кафедри професійної освіти, доцент,
Херсонський державний аграрно-економічний університет,
м. Херсон, Україна

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ І СФЕРИ ОСВІТИ

Якість освіти і рівень соціально-економічного розвитку мають суттєві взаємозв'язки, що змінюються в різні історично-економічні періоди лише з точки зору інтенсивності. В сучасному постіндустріальному суспільстві, де серед провідних чинників розвитку позначені людський капітал й індустрія знань, освіта вища впливає на економіку, ніж це було раніше. Емпіричні дослідження, що мають відношення до взаємозв'язку між освітою та економікою, проводилися переважно представниками економічної науки, відповідно більша частина досліджень була спрямована на розвиток теорій економічного зростання, перехід від екзогенної теорії зростання до теорії ендегенного зростання. Важливе значення приділялося і концепції людського капіталу, що забезпечує базу для виявлення взаємозв'язків якості освіти та соціально-економічного розвитку.

Найчастіше соціальна політика стає інструментом, який застосовуваний урядом держав для зміни соціального становища населення, що складають його соціальні групи, спільноти, вирішення інших соціальних проблем, що актуалізують питання про змістовний аналіз основ соціальної політики в цілому, а також окремих її напрямів. Соціальна політика часто трактується як синонім соціальних послуг, таких як освіта, охорона здоров'я, забезпечення зайнятості населення і соціальне

забезпечення, що є правомірним, оскільки через систему соціальних послуг реалізується її механізм.

Однак за подібною очевидністю суті соціальної політики приховуються її комплексність і особливість. Якщо розглядати соціальну політику як інструмент державного управління, то це комплекс завдань, підкріплений наявними в розпорядженні держави засобами для подолання соціальних проблем. У цьому розрізі розробляються різноманітні соціальні стратегії, в залежності від пріоритетів соціальної політики.

Філософські, соціальні, економічні та політичні аспекти аналізу соціальної політики, представлені різними науковими школами, різняться внаслідок національних, історично сформованих передумов формування соціальних витрат, рівнів економічного, науково-технічного розвитку. Наприклад, в рамках немарксистської школи соціальна політика розглядається як відповідь на очевидні недоліки державного регулювання капіталістичної економіки. Французька соціологічна школа (Е. Дюркгейм і послідовники) підходила до аналізу соціальної політики тільки в довготривалій перспективі, вважаючи за краще буржуазно-реформаторський шлях соціального перевлаштування. Аби не заглиблюватися в різноманіття підходів до визначення сутності соціальної політики, відзначимо очевидну для всіх шкіл схожість: механізм реалізації соціальної політики в значній мірі продиктований традиціями національних держав, економічною кон'юнктурою, розстановкою сил на політичній арені. І вважаючи державу основним суб'єктом соціальної політики, витoki її необхідно шукати в громадянському суспільстві. Це і питання перерозподілу доходів, і соціальної справедливості. Соціальна політика також відіграє ключову роль в тому, що уряди забезпечують політичну підтримку громадян, а також сприяють позитивним економічним результатам щодо нарощування людського капіталу та продуктивної зайнятості. У всьому різноманітті напрямів соціальної політики найважливішим і вирішальним на сучасному етапі як для стратегії національного розвитку, так і для зростання рівня добробуту суспільства загалом і соціального становища окремих груп є політика галузі освіти – якість освітніх послуг в сучасних умовах є основою зростання добробуту держави і людини.

В цілому дискурс про вплив освіти на рівень добробуту держави та людини, так чи інакше, призводить до досліджень розвитку людського капіталу. Адам Сміт, хоча і не використовував термін «людський капітал», в «Дослідженні про природу

і причини багатства народів» звернувся до цієї концепції, визначивши як один із видів основного капіталу «придбані і корисні особливості всіх жителів і членів суспільства» [2]. Він пояснював, що люди можуть розвивати і підтримувати свій талант за допомогою освіти, наукових інтересів і досліджень, що і людина, і суспільство отримують вигоди від освіченості.

Проте дослідження в напрямку економічного зростання і розвитку, як і раніше були зосереджені на накопиченні фізичного капіталу. Важливо, що такі показники соціально-економічного розвитку, як грамотність, тривалість життя, були введені в обіг лише в середині XX ст. Теодором Шульцем. Підвищена увага до економічного зростання після Другої світової війни спонукала економістів звертати більше уваги на розвиток людського капіталу. У 1964 р Теодор Шульц і Гаррі Беккер збагатили концепцію людського капіталу, опублікувавши книгу під назвою «Людський капітал» (Human Capital), де було обґрунтовано доцільність і ефективність інвестицій в людський капітал. Пізніше Шульц довів, що освітній рівень населення зумовлює його здатність використовувати інформацію і технологію для економічного розвитку. Він стверджував, що людський капітал є вирішальним економічним фактором, особливо для світу, що розвивається. Значний економічний ресурс, як він пише, – це можливості народу в галузі освіти, досвід, здібності людей, а також їх здоров'я. Теодор Шульц актуалізував важливість підвищення освітнього рівня жінок і стимулювання молоді до здобуття вищої освіти. Виявлення таланту, навчання і наукова робота – основні завдання вищої освіти, виділені ним. Молодь могла б застосувати свої знання в найбільш важливих складових охорони здоров'я, виховання і навчання молоді, в науці для поліпшення добробуту і економічного процвітання нової нації «третього світу» [1]. А в своїй лекції Шульц наголосив: «При аналізі людської поведінки, що визначає тип і кількісні характеристики якості, накопиченої протягом певного періоду часу, істотно важливо враховувати співвідношення між прибутком, отриманого завдяки новій якості. Якщо прибуток перебільшує витрати, то запаси якісних властивостей населення зростають» [3].

Таким чином, рівень освіти, відповідно і якість людського капіталу включають такі аспекти: знання, методи, здібності та можливості, вроджені, а частіше придбані людьми і дозволяють їм підвищити власний і національно-державний соціально-економічний добробут, а сучасні концепції економічного розвитку більшим ступенем зосереджені на «людиноцентричну» парадигму, що

передбачає реалізацію комплексної стратегії модернізації за всіма соціально-економічними напрямками на підставі системи мотиваційних, цільових передумов для людини і суспільства з урахуванням потреб і можливостей.

У практичній реалізації системи заходів інтенсивного розвитку відносин різних ієрархічних рівнів господарювання, що відповідно передбачає звернення до людини як носію інноваційних складових та одночасно реалізатора сучасних стратегій функціонування суспільства. Останнє і зумовило появу в економічній теорії та практиці категорії «людський капітал», а «традиційні уявлення про працю» як той товар, який працівник продає на ринку, виявилися недостатніми»[2]. Підбиваючи підсумок аналізу є найбільшим, вважаємо, що інтересом наукових поглядів – проблематика взаємозумовленості рівня освіти, якості людського капіталу та економічного розвитку.

Причини такої низької щодо економічно розвинених країн ролі людського капіталу в українській системі суспільного відтворення приховуються в не узгодженій за рівнями і напрямками соціально-економічної політики реформування в таких сферах, як системи освіти і соціалізації, що забезпечують підготовку до трудової діяльності, трудові відносини безпосередньо і з'являються у процесі праці соціально-трудова транзакції.

Враховуючи ці аспекти, визначимо проблеми, які постають перед українською системою вищої освіти:

- прозорий технологічний розрив з економічно розвиненими країнами і недостатня конкурентоспроможність українською системою вищою освітою;
- проблема матеріально-технічної оснащеності, особливо для найбільш науково затребуваних наукових галузей;
- проблема освіти (на комерційній основі) з непрофільних спеціальностей в деяких закладах вищої освіти, що пояснюється недостатнім державним фінансуванням;
- велике скорочення потреби економіки у фахівцях технічних спеціальностей, зважаючи на кризу в галузях матеріального виробництва, зростання напрямів підготовки за «престижним» спеціальностями (юриспруденція, менеджмент, фінанси), що позначається на дисбалансі потреб економіки в кадрах і кількості відповідних фахівців.

Список використаних джерел

1. Борисов Е.Ф. Хрестоматія економічної теорії. Москва: Юрист, 2000.

2. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів / Пер. В. Афанасьєва. Москва: Ексмо. Антологія економічної думки, 2007.

3. Шульц Т.У. Економіка перебування в бідності. *Світова економічна думка. Крізь призму століть*: в 5 т. Москва: Думка, 2004. Т. 5. Кн. 1.

Величко Л.Ю.,

доктор юридичних наук, завідувач кафедри права та європейської інтеграції,
доцент,

Кузьменко Т.М.,

аспірант кафедри права та європейської інтеграції,
*Харківський регіональний інститут державного управління Національної академії
державного управління при Президентові України,
Харків, Україна*

РИЗИКИ ПОШИРЕННЯ РЕЙДЕРСТВА

«По мірі «згортання» приватизаційних процесів, в Україні зростають ризики поширення рейдерства» [7] – «організованої діяльності осіб, які використовують комплекс заходів (підкуп корумпованих чиновників; викуп часток у міноритарних акціонерів; «придбання» неправосудних судових рішень; оплата послуг приватних охоронних агенцій тощо), спрямованих на протиправне відчуження чужих активів з метою отримання надприбутків за рахунок подальшого їх використання та/чи перепродажу» [6]. Специфіка цього феномену обумовлює значущість систематизації ризиків поширення рейдерства – «ймовірності настання в майбутньому події, у результаті якої підприємство потрапить до ситуації, в якому воно є об'єктом поглинання з використанням псевдолегітимних методів і технологій, що створюють враження уявної законності дій» [8]. Означене, зрештою, й обумовлює актуальність даного дослідження.

Проведені узагальнення напрацювань провідних науковців [1–5; 7; 9; 10] і результати власних досліджень за даною проблематикою дозволили вдосконалити класифікацію ризиків, пов'язаних з поширенням рейдерства, за такими ознаками:

– *внутрішні*: правові колізії у положеннях статуту та інших корпоративних документів щодо обрання органів управління й прийняття ними рішення; ознаки протизаконності в історії створення чи приватизації підприємства; монопольний/олігопольний стан підприємства; привабливі активи; незначна «розкрученість» підприємства; неконсолідований пакет акцій; неоднозначна історія

загальних зборів власників і рішень ради директорів; створення конфліктів між акціонерами-мажоритаріями та витиснення міноритарних акціонерів; слабкість власників; неефективність керівників; обтяження активів шляхом передачі їх в заставу своїй же структурі; ініціювання штучного банкрутства підприємств на замовлення конкурентів; диверсифікація господарської діяльності по декількох юридичних особах; неконтрольована кредиторська заборгованість; ведення бізнесу не за правилами, через що є боязнь звернення до правоохоронних органів; стан системи фізичної охорони та технічних охоронних систем; спроможність підприємства до організації захисту власних прав; наявність формальних і неформальних відносин із правоохоронними органами; можливості та часові показники об'єкта захоплення щодо організації підтримки на рівні місцевих і вищих органів влади, судів усіх рівнів, ЗМІ;

– *зовнішні*: жорстка конкуренція; збір відомостей про підприємство сторонніми особами; нехарактерна активність міноритарних акціонерів до діяльності підприємства з вимогами надати копії різних документів; пропозиції, що надходять міноритаріям про продаж пакета акцій; підвищений інтерес до реєстроутримувача або іншого джерела інформації про власників (засновників); зміни в реєстрі акціонерів; виникнення проблем з контрагентами і партнерами, які несподівано відмовляються працювати без передоплати та/або висувають різноманітні, найчастіше не зовсім обґрунтовані претензії; позапланові перевірки представниками різних правоохоронних і контролюючих органів, які починають цікавитися реєстром акціонерів, статними документами, основними господарськими договорами, включаючи кредитні, відомостями про основних постачальників і покупців продукції; можливість прийняття некомпетентного судового рішення тощо.

Отож, в Україні допоки невирішеною проблема є загроза поширення рейдерства, що фактично унеможлиблює збільшення капіталовкладень і приток інвестицій у розвиток матеріально-технічної бази суб'єктів господарювання як запоруки розбудови національної економіки. Запропонована класифікація внутрішніх і зовнішніх факторів має доповнити методологію публічного управління протидією поширення рейдерства. При цьому означені фактори поєднують як сильні, так і слабкі сторони підприємств, які, зрештою, можуть стати об'єктом рейдерської атаки. Подальші наукові розвідки мають бути присвячені

розробці теоретичних положень і практичних рекомендацій, спрямованих на подальше покращення захищеності бізнес-структур.

Список використаних джерел

1. Беліков О. Рейдерство в Україні – реалії сьогодення. URL: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2638>. (дата звернення: 01.03.2021)
2. Гарагонич О.В. Етапи рейдерського захоплення акціонерного товариства. *Вісник Академії адвокатури України*. 2013. № 3. С. 23–33.
3. Дмитрієв І.А., Нестеренко В.Ю. Визначення потенційних методів рейдерського захоплення автотранспортних підприємств. *Економіка транспортного комплексу*. 2010. № 16. С. 33–42.
4. Защита от недружеского поглощения и корпоративного шантажа: методическое пособие / Международная Ассоциация Экономической Безопасности. Б.г., б.и. 48 с.
5. Камлик М.І., Погорецький М.А., Шеломенцев В.П. Рейдерство в Україні: сутність та засоби протидії. *Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика)*. 2007. № 17. С. 69–88.
6. Кузьменко Т.М. Сутність поняття «рейдерство». *Економічні читання: матеріали I міжнар. наук.-практ. конф.*, 19 лютого 2021 р. Харків: Вид-во ХНАУ, 2021.
7. Мельниченко О.А. Механізми реалізації державної політики протидії рейдерству. *Вектори розвитку фінансового потенціалу суб'єктів господарювання: матеріали міжнар. наук.-практ. конф.*, 01–05 лютого 2014 р. Харків: Вид-во ХНУ, 2014. С. 201–203.
8. Нестеренко В.Ю. Управління ризиком рейдерського захоплення на прикладі автотранспортних підприємств: автореф. дис. ... к.е.н.: 08.00.04. Київ, 2010. 25 с.
9. Стеців Л.П. Превентивний захист від рейдерської атаки: методичні засади. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. № 24.2. С. 298–303.
10. Туєв О.А. Механізми рейдерських захоплень. *Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ*. 2013. № 1. С. 111–119.

Віблій П.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Лащик І.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Лавренюк А.В.

студентка кафедри фінансів

Національний університет «Львівська політехніка»

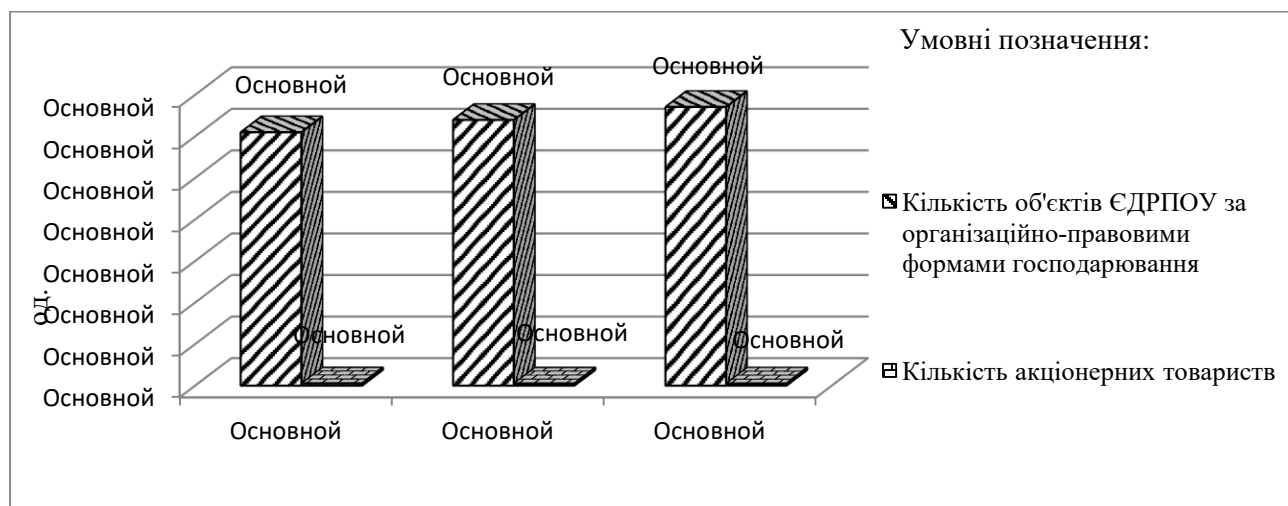
м.Львів, Україна

РОЗВИТОК КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

При створенні та розвитку підприємств важливу роль відіграє саме інвестиційна діяльність, адже часто збільшення кількості інвестицій сприяють розширенню підприємницької діяльності. Також варто зазначити, що підприємствам не завжди вдається розвиватися і функціонувати лише за рахунок власних коштів, тому і виникає потреба у залученні зовнішніх ресурсів, наприклад, у вигляді капітальних інвестицій.

Капітальні інвестиції – інвестиції у придбання нових і тих, які були у використанні, або виготовлення власними силами для власного використання матеріальних і нематеріальних активів, витрати на капітальний ремонт та модернізацію [3]. Львівська область є одним з регіонів, який активно розвивається. З кожним роком зростає кількість інфраструктурних об'єктів та господарських одиниць.

Отже, у 2019 році на Львівщині було використано капітальних інвестицій на суму 31061498 тис. грн. Проаналізувавши, інвестиційні процеси, то найбільша питома вага капітальних інвестицій припадає на підприємства приватної форми власності грн., далі – комунальної форми власності і вже потім державної. Це підтверджується даними щодо кількості підприємств різних форм власності. Наприклад, на кінець 2019 року: у приватній формі власності перебувало 13288 підприємств, у державній та державній корпоративній – 211, у комунальній та комунальній корпоративній – 901 підприємств [2]. У 2019 року нараховувалось 509 акціонерне товариство при загальній кількості об'єктів ЄДРПОУ всіх організаційно-правових форм в 67069. Дані на рис. 1 свідчать про зменшення загального акціонерного сектору у Львівській області [2].



*джерело: [1]

Рис. 1. Співвідношення кількості акціонерних товариств до кількості об'єктів ЄДРПОУ за всіма організаційно-правовими формами у Львівській обл. за 2017-2019 роки.

Також варто дослідити обсягів капітальних інвестицій Львівської області за видами економічними діяльності, аналіз представлено на табл.1.

Таблица 1

Капітальних інвестицій за видами економічної діяльності за 2017-2019 рік у Львівської області

Показник	Значення по роках (тис.грн)			Абсолютне відхилення (тис.грн)	
	2017	2018	2019	2018	2019
Сільське, лісове та рибне господарство	1400473	1524084	1630823	123611	106739
Оптова та роздрібна торгівля	1704233	2422133	1938677	717900	-483456
Транспорт, складське господарство	1170274	2343649	2263538	1173375	-80111
Держане управління й оборона	2474640	2853322	4316327	378682	1463005
Будівництва	4966264	5456447	5890204	490183	433757
Промисловість	8541670	9712764	9829213	1171094	116449
Інші	165628	60823	95649	-104805	34826

*джерело: [1]

З табл. 1 видно, що лідером є промисловість, яка отримує найбільшу частку капітальних інвестицій серед промисловості у Львівській області загалом. Зокрема, це помітно в останні роки, а саме у 2018 році на 1171094 тис.грн, а у 2019 році 116449 тис.грн., що пов'язане з виробництва харчових продуктів, напоїв і

тютюнових виробів, було помітне зростання обсягів виробництва в усіх видах діяльності харчової промисловості. Ще однією галуззю є постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря. Упродовж 2017–2018 років капітальні вкладення були нерівномірними, але теж займають вагому частку у промисловості Львівської області. Капітальні інвестиції у будівництво Львівської області теж надходять у досить великих обсягах. Прослідкуємо динаміку, вони теж з кожним роком зростають, це пояснюється розвитком будівництва представлений значною кількістю будівельних компаній та об'єктів, які перебувають на стадії будівництва. Варто зазначити, що популярними є зведення як житлових об'єктів, так і нежитлових. Проте будівництво останніх набирає все більших обсягів. Це пояснюється стрімким перетворенням Львова та області на економічний центр з локалізацією виробництва, відкриттям аутсорсингових фінансових компаній та розвитком ІТ-сфери.

Отже, найбільша частка інвестицій припадає на приватний сектор, також варто зазначити, що кількість акціонерних товариств у Львівській області зменшується. Найбільше інвестиційна активність припадає на промисловість, а саме це пов'язане зі збільшення виробництва то попиту на харчові продукти, напої та тютюнові вироби.

Список використаних джерел

- 1.Статистичний щорічник Львівської області за 2019 рік [Електронний ресурс].- Режим доступу : <http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2019/2018.pdf>
- 2.Статистичний щорічник України за 2019 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/ioz.htm
- 3.Капітальні інвестиції [Електронний ресурс] / Н. О. Булій. - Режим доступу : <http://www.ck.ukrstat.gov.ua/shchoric14/Pdf/08.pdf>

Віблій П.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Лашик І.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Майорчак Х.В.

студентка кафедри фінансів

Національний університет «Львівська політехніка»

м.Львів, Україна

АНАЛІЗУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВ ІНВЕСТУВАННЯ В КРИПТОВАЛЮТУ БІТКОІН

В сьогоденній нестабільній економіці важливо кожному громадянину мати так звану “подушку” заощаджень. Проте, щоб заощадження приносили прибуток потрібно їх інвестувати. Варто звернути увагу на такий актив, як інвестування в криптовалюту, а саме валюту Bitcoin.

Криптовалюта – це віртуальні гроші, та форма розрахунку, яка була придумана за для усунення недоліків реальної валюти. Емісія валюти відбувається на основі асиметричного шифруванні і відповідно криптографічних методів захисту. [1]

За допомогою технології blockchain, була створена кожна валюта. Першою такою валютою і найдорожчою стала Bitcoin (BTC). Створила її група під псевдонімом Сатосі Накамато в 2009 році.

Для оцінки валюти біткоіна як активу, розглянемо помісячну ціну за 1 біткоін в доларах США за період 01.2020-01.2021рр. в рисунку 1.

Дослідивши рисунок 1, бачимо тенденцію до зростання вартості валюти. В період з березня 2020 року зростання ціни набрало великих оборотів. За останні місяці ціна за 1 BTC зросла з 10794 \$ до 52330,08 \$, іншими словами на 484%.

На ріст валюти вплинуло ряд важливих чинників. В першу чергу, ріст валюти почався на фоні перших новин про пандемію “Covid-19”, що в подальшому призвело до скорочення робочих місць, закриття тисячі бізнесів по всьому світу та падіння цін на нафту починаючи з березня, ці дві причини спричинили ріст на 60% до початку вересня.

На початку вересня 2020 року відома платіжна служба PayPal оголосила про впровадження роботи з криптовалютами. Це збільшило попит на цю валюту, адже PayPal це міжнародна електронна платіжна система, яка надає можливість розрахунку будь якому користувачеві в якого є банківська картка. Та повідомили, що з початку 2021 року прийматимуть такі платежі. Що створило сприятливе середовище для інвестування і в наслідок цього ціна за 1 BTC досягла 38000 \$.

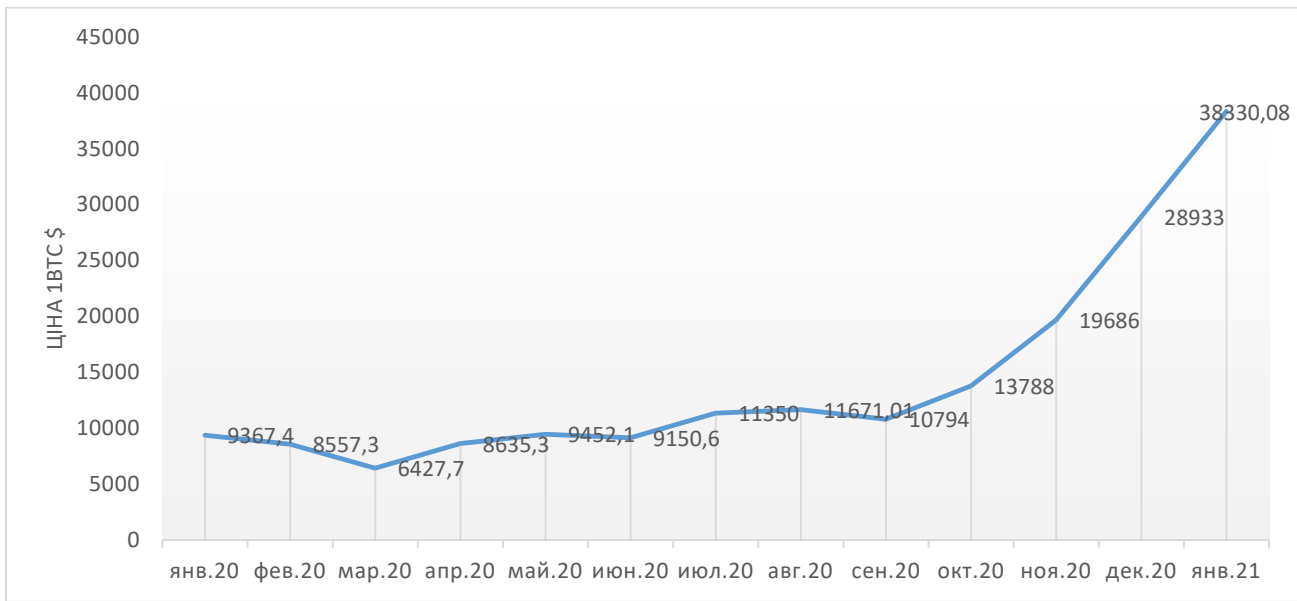


Рис. 1. Динаміка цін на 1 Біткоїн в доларах США, період 01.2020-01.2021рр.

Джерело: складено автором за даними [2]

Наведені вище причини росту валюти біткоіну однозначно дають стійкий ріст ціни на даний час. Проте не варто забувати про те, що саме за допомогою цієї валюти тисячі злочинців користуються нею за для здійснення протизаконних дій, адже криптовалюта є децентралізованою, та не дає можливість відслідкувати транзакції. Незважаючи на негативні сторони існування таких валют, біткоїн продовжує рости, так що ж робити інвестувати чи ні? Для аналізу, згадаємо про останній “пік” який був в 2017 році, щоб проаналізувати ймовірність подальшого росту чи падіння ціни.

18 грудня 2017 року вперше досягла свого історичного максимуму і становила 19783\$. Досягнувши такого піку, ціна за біткоїн почала поступово падати і в результаті вже в грудні 2018 року обвалилась до 3500\$.[3]

Порівнюючи з попереднім історичним максимум в 2017 році, можемо сказати, що цілком ймовірно, що зараз ціна за 1 BTC ще не досягла свого максимуму. Саме зараз ціна має потенціал до росту. Все може змінитись, якщо PayPal все ж таки не почне використовувати розрахунки криптовалютами, або перенесе впровадження на пізніше.

Та все ж таки, саме зараз я б не рекомендувала інвестувати свої заощадження в біткоїн. Так, він може ще продовжувати рости, проте досвід 2017 року показує, що через децентралізацію і попит, який створюють споживачі самі, як тільки маса

людей вирішить вивести кошти, що зараз цілком ймовірно, за лічені дні ціна опуститься вдвічі.

І друга причина, через яку не варто зараз вкладати кошти в біткоїн, це те, що купувати цю валюту, проаналізувавши рисунок 1, потрібно було ще з березня 2020 року. Саме зараз історичний максимум, якого досягла ціна за 1 BTC, що знижує шанси інвестору, отримати прибуток.

Список використаних джерел

1. Що таке криптовалюта. Ф. Томлісон 2013 рік. URL: <http://theageofstupidity.blogspot.com/>
2. Дані ціна за 1 BTC по місяцях в доларах США 2017-2021 pp URL: <https://investing.com>
3. Новина PayPal про запуск на свої платформі криптовалют URL: <https://www.paypal.com>

Віблій П.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Лащик І.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Щур М. В.

студентка кафедри фінансів

Національний університет «Львівська політехніка»

м.Львів, Україна

ВПЛИВ ОБЛІКОВОЇ СТАВКИ НБУ НА СТАВКУ ЗА ДЕПОЗИТАМИ У ПРИВАТБАНКУ

У сучасних умовах є безліч інструментів для збереження капіталу від інфляції та економічних потрясінь. В умовах сучасної ринкової економіки все частіше доводиться приймати рішення про накопичення і інвестування. Одним з найпоширеніших і найпростіших інструментів збереження капіталу українці обирають - депозити. Проте, на розмір отриманого прибутку від депозиту впливає низка чинників, головним серед яких виступає - облікова ставка НБУ.

Дослідженням питань облікової ставки займалися багато зарубіжних і вітчизняних науковців. Серед авторів можна виділити О.І. Корчагіна, В.С. Стельмаха, В.І. Міщенко, О.М. Булавка, В.В. Зимовця та багато інших. Проте чимало аспектів впливу грошової політики залишаються малодослідженим, серед

яких – питання причинно-наслідкового зв'язку між грошово-кредитною політикою Національного банку України та зміною відсоткової ставки за депозитами. [1]

Облікова ставка – це ключова ставка процентної політики Національного банку. НБУ проводить за обліковою ставкою операції, які найбільше впливають на вартість коштів на міжбанківському ринку. Це надає змогу утримувати ринкові ставки на близькому до облікової ставки рівні, тобто виконувати операційну ціль Національного банку. [2]

Розмір облікової ставки визначається з дотриманням таких основних принципів:

- облікова ставка використовується Національним банком одночасно як засіб реалізації грошово-кредитної політики та орієнтир ціни на гроші;
- облікова ставка є одним із чинників, що характеризують основні напрями змін грошово-кредитного регулювання;
- облікова ставка є найнижчою серед процентних ставок, за якими Національний банк може підтримати ліквідність банків.



Рис. 1. Динаміка зміни облікової ставки НБУ станом на 01.01 кожного року, %
(складено за даними НБУ [2])

Застосування облікової ставки має і свої недоліки, адже її вплив на валютні відносини є опосередкованим. Це пояснюється тим, що в умовах низької облікової

ставки операції з рефінансування є настільки доступними, що мотивація банків до залучення коштів на кредитному ринку знижується [3].

Оскільки проблемою дослідження є вплив облікової ставки на ставку за депозитами, потрібно звернути увагу на динаміку змін облікової ставки НБУ (Рис. 1.).

Змінюючи рівень облікової ставки, центральний банк впливає і на ставку за депозитами, зменшує її або збільшує. На мою думку, вона діє певним орієнтиром і задає правила гри на банківському ринку. Облікова ставка - означає відсоток, під який НБУ фінансує комерційні та державні банки, які потім фінансують та видають кредити споживачам.

Іншим джерелом фінансування кредитів споживачів є - депозити. Банки працюють та заробляють кошти за рахунок того, що одні люди та підприємства приносять до них кошти і відкривають депозит, а інші особи або держава їх позичають. Позичальник, який користується грошима банку, сплачує за це відсотки: прибуток, отриманий від кредитування, банк нараховує вкладникам, а частину залишає собі.

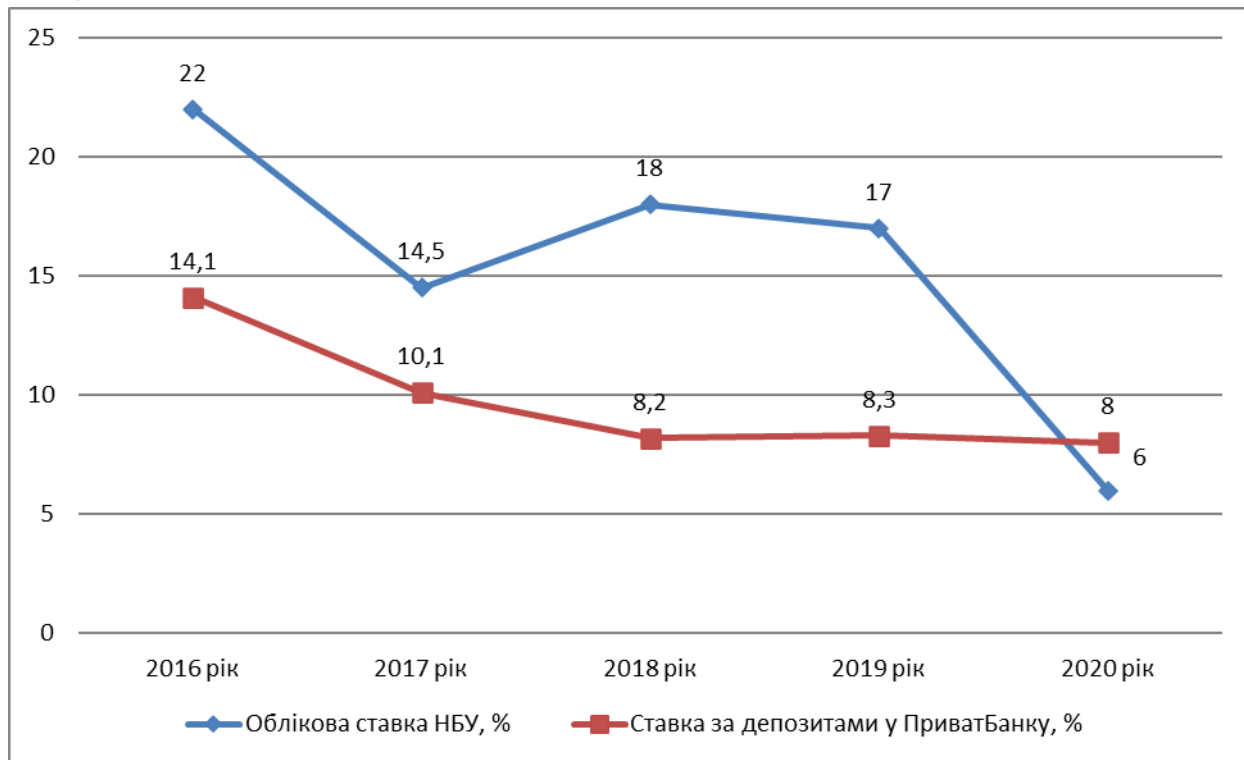


Рис. 2. Взаємозв'язок зміни показників облікової ставки НБУ та ставки за депозитами ПриватБанку у період 2016-2020 рр.

Відповідно можемо припустити, що чим більший попит на депозити у споживачів, тим нижча облікова ставка НБУ. Так як, комерційні банки потребують менше фінансування від НБУ.

При встановленні розміру облікової ставки Національний банк України враховує низку чинників економічного спрямування (швидкість обігу грошей, валютний курс, величина попиту на цінні папери, фаза економічного циклу, інфляційні очікування, загальні прогнози розвитку економіки), політичного та соціального спрямування.[4]

З графіку зображеному на рисунку 2, можемо побачити, що ставка за депозитами має таку ж саму тенденцію спаду, як і облікова ставка НБУ. Як писалося вище, вона виступає орієнтиром на банківському ринку.

У 2020 році ситуація змінилася, облікова ставка НБУ нижча на 2% від ставки за депозитом у ПриватБанку, на мою думку це пов'язано з тим, що комерційний банк зацікавлений залучати нових клієнтів. З кожним днем попит на депозити збільшується, бо люди розуміють, що якщо не вкласти кошти у активи сьогодні, то вже завтра їх знецінить інфляція.

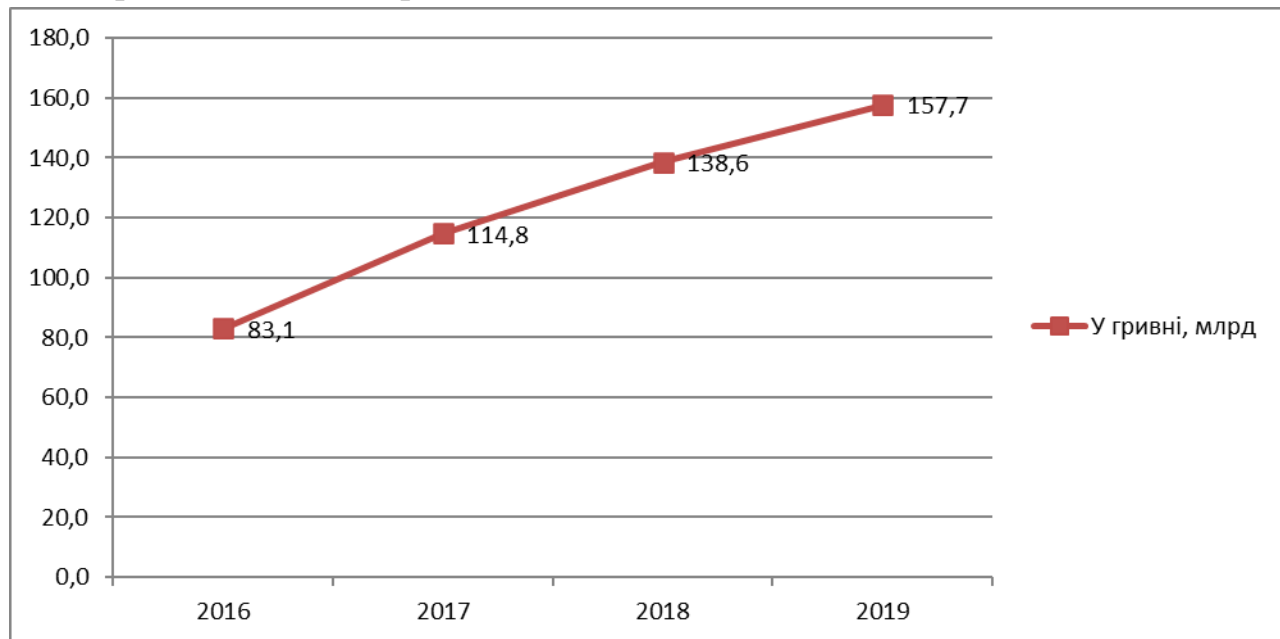


Рис 3. Динаміка кількості депозитних коштів на рахунках у ПриватБанку у період 2016-2019 рр.

Якщо звернути увагу на досвід європейських країн, то можна побачити що депозити там розглядають зовсім не як інструмент отримання прибутку, а як інструмент збереження та накопичення капіталу. Відсоткові ставки за депозитами

там значно нижчі, а у деяких випадках і зовсім дорівнюють нулю, в той час і кредити є дешевшими, ніж у країнах, що розвиваються.

Як бачимо з рисунку 3 загальна кількість грошей, які клієнти тримають у Приватбанку, зростає щороку, незважаючи на те, що ставки за депозитами знижуються. У 2019 році ПриватБанк почав приймати менше депозитів у євро та доларах і більше в гривні. [5]

Висновок: облікова ставка центрального банку є надзвичайно важливим інструментом грошово-кредитного регулювання. Її значення пояснюється здатністю впливати на рівень відсоткових ставок за кредитними операціями банків, які визначають як рівень ділової активності та на відсоткові ставки такого інвестиційного інструменту, як депозит. Аналізуючи облікову ставку НБУ, побачили що відсоткові ставки за депозитами мають таку ж саму тенденцію. Встановлюючи облікову ставку НБУ розглядає глобально, кожен фактор який впливає на грошову масу і аналізує економіку загалом.

Список використаних джерел

1. Кирильчук О.В. Облікова ставка як інструмент грошово-кредитної політики національного банку України / О.В. Кирильчук; Університету державної фіскальної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/154.pdf>
2. Облікова ставка – основний інструмент монетарної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/ua/monetary/tools#section-2>.
3. Шелудько С.А. Облікова ставка центрального банку як інструмент валютного регулювання / С.А. Шелудько // Регіональна економіка та управління. – 2015. – № 4. – С. 118–122.
4. Пелех У.В. Процентна політика як засіб регулювання монетарної сфери / У.В. Пелех // Ефективність державного управління. – 2012. – № 30. – С. 481–485.
5. Результати діяльності за рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://static.privatbank.ua/files/PrivatBank_Annual_Report_2019_UKR.pdf

Виклюк М. І.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Львівський національний університет ім. Івана Франка

м. Львів, Україна

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ПОДАТКОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ У ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ

В умовах постійної глобалізації особливої уваги набуває розгляд податкової безпеки держави на міжнародному рівні, що реалізується через порівняння податкової конкурентоспроможності країн, ефективності податкової системи, адміністрування податків, реалізації податкової політики тощо. З огляду на це, податкова безпека сьогодні потребує діагностики у глобальному вимірі і виходить за рамки однієї країни.

Варто відзначити, що дослідження податкової безпеки держави у контексті глобалізаційних процесів та на міжнародному рівні є достатньо складним процесом, адже кількісна оцінка потребує ґрунтовного дослідження внутрішнього фінансового потенціалу держави та впливу на зазначений процес зовнішнього глобального середовища.

Міжнародна практика засвідчує існування великої кількості різноманітних індексів та субіндексів (табл. 1), які відображають стан податкової сфери держави, а відтак і її податкової безпеки у міжнародному вимірі. Використання міжнародних індексів дозволяє визначити місце країни у рейтингах та їх динамічність впродовж певного часового інтервалу. Співставлення існуючих рейтингів демонструє тренди як світових так, зокрема, і європейських податкових систем, а значення поточного рейтингу країни є індикатором рівня її податкової безпеки з позиції глобального рівня, демонструє ступінь її привабливості, конкурентоспроможності та можливості співіснування держав у міжнародному глобалізаційному середовищі.

Таблиця 1

Базові міжнародні індекси, що характеризують стан податкової безпеки держави у міжнародному вимірі

Назва індексу	Зміст та характеристика	Критерії оцінювання
Індекс Світового банку «Ведення бізнесу» («Doing Business»)	Рейтинг представляє інтегрований показник, який вираховується спеціалістами Світового банку за результатами щорічного дослідження, що оцінює простоту ведення підприємницької діяльності за десятьма показниками у 190 країнах світу. Чим менше показник, тим вище місце країни у Рейтингу. За критерієм «Оподаткування» відображаються тенденції щодо спрощення умов ведення бізнесу в країні в цілому та вдосконалення податкової системи.	До складу показників оцінки індикаторів «Оподаткування» входить: - кількість податкових платежів (на рік); - час, що витрачається суб'єктами господарювання на ведення податкового обліку (годин в рік); - загальна ставка податків та внесків (% від прибутку); - індекс процедур після подання звітності та оплати податків (0-100).
Індекс сплати податків (Paying Taxes)	Індекс, що ґрунтується на оцінці простоти сплати податків; дослідження проводиться на щорічній основі та розглядає різні аспекти оподаткування 190 країн світу і формує рейтинг країн. Розраховується на базі субіндексу «Оподаткування» в Індексі Світового банку «Ведення бізнесу» і є його розширеною версією	До складу показників оцінки входить індикатори: - загальна ставка податків та зборів (% в рік) та в розрізі наступних податків: податкове навантаження з податку на прибуток, податкове навантаження з податків з заробітної плати, податкове навантаження з інших податків; - час, що витрачається суб'єктами господарювання на ведення податкового обліку (годин в рік), а саме: час на сплату корпоративного податку, час на сплату податків та зборів на заробітну плату, час на сплату інших податків та зборів; - кількість платежів за такими видами податків: податку на прибуток, податку на працю, на інші податкові платежі.; - індекс процедур після подання звітності та оплати податків (0-100): час на повернення ПДВ (год), час на отримання повернення ПДВ (тижні), час на дотримання коригування податку на прибуток (годинник), час для завершення коригування корпоративного прибуткового податку (тижні).

1	2	3
Індекс економічної свободи (The Index of Economic Freedom)	Індекс визначає рівень лібералізації взаємодії держави і бізнесу на основі інтегральної оцінки складових свободи суб'єктів економічної діяльності орієнтовно у 209 країнах світу за наступною групою показників: верховенство права; право на приватну власність та свободи від корупції; обмеження правління – рівень фіскальної свободи; державні витрати; ефективність управління – рівень монетарної, інвестиційної та фінансової свободи; відкритість ринків – рівень свободи бізнесу та свободи торгівлі.	Серед показників якості економіки виокремлюють такі показники податкової сфери: - Фіскальна свобода (податкове навантаження за прямими і непрямими податками); - Фіскальне здоров'я.
Індекс глобалізації країн світу (KOF Index of Globalization)	KOF-індекс глобалізації створений у 2002 році при Швейцарському економічному інституті (KOF Swiss Economic Institute) за участю Федерального Швейцарського технологічного інституту (Swiss Federal Institute of Technology). Він включає три виміри глобалізації: економічну, політичну та соціальну.	Розглядає у частині «Економічна глобалізація» показник податки на міжнародну торгівлю (% поточних доходів). Зазначений показник показує рівень залучення країн світу в глобальні податкові процеси.
Індекс міжнародної податкової конкурентоспроможності (International Tax Competitiveness Index)	Зазначений індекс визначає різноманітність підходів до оподаткування в країнах ОЕСР та створює потребу в способі оцінки цих систем відносно один одного та дозволяє порівняти способи, якими країни структурують свої податкові системи.	За допомогою цього індексу можна виміряти та порівняти ступінь ефективності податкової політики країн, її конкурентоспроможність та нейтральність через оцінку групи показників: - рівень корпоративного податку, податку з доходів фізичних осіб, податку на споживання, податку на майно; - якість дотримання міжнародних податкових правил.

Джерело: узагальнено на основі [1-5].

Одними із основних світових рейтинг-систем, що дозволяють судити про податкову конкурентоспроможність держави та рівень податкової безпеки держави в глобальному вимірі є Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI), Індекс ведення бізнесу (The Doing Business) та індекс економічної свободи (Heritage Foundation), Індекс сплати

податків (Paying Taxes), Індекс глобалізації країн світу (KOF Index of Globalization), Індекс міжнародної податкової конкурентоспроможності (International Tax Competitiveness Index). Зазначені вище індекси та критерії, що покладені в основу оцінки податкової безпеки держави у міжнародному контексті, дозволяють ґрунтовно та об'єктивно оцінити стан податкової безпеки держави у глобальному вимірі та місця держави в міжнародних рейтингових системах у контексті ефективності податкової системи держави, правомірності податкових процесів, їх ефективності, реалізації податкової політики тощо. Все це комплексно й визначає рівень податкової безпеки держави в глобальному вимірі та дає можливість визначити позицію держави, порівняти її з країнами географічними сусідами, чи сусідами по рейтингу, визначити проблеми у податковій сфері, потенціал та якість національних податкових реформ, що чинять вплив на рейтинг країни тощо.

Список використаних джерел:

1. Doing Business rankings. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/rankings>.
2. Paying Taxes Topic Analysis. Doing Business. World Bank. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/data/exploretopics/paying-taxes/what-measured>.
3. The Index of Economic Freedom. URL: <https://www.heritage.org/index/>.
4. KOF Index of Globalization. URL: <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>.
5. International Tax Competitiveness Index. URL: <https://taxfoundation.org/publications/international-tax-competitiveness-index/>.

Волкова Н.В.

к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин
*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

При формуванні продовольчої безпеки, розвитку та ефективному функціонуванні всіх без винятку політичних систем і країн одну з головних ролей відіграє аграрний сектор. За сприятливих умов розвитку аграрної сфери цей сектор збагачує країну економічно, зміцнює її у військово-оборонних і політичних аспектах, виступає як один з найпріоритетніших факторів формування високого життєвого рівня громадян. І, навпаки, недостатній

розвиток названого сектору обмежує можливості країни чи робить її нужденною в усіх відношеннях, адже виникає потреба у імпорті продовольства. При цьому, від рівня розвитку аграрного сектору, від того, як держава піклується до нього, забезпечує потреби і запити, у дуже великій мірі залежить формування сприятливих соціально-психологічних умов безпосередньо в ньому та в країні в цілому. А за виникнення складностей із його розвитком стає однією з найважливіших передумов погіршення економічної ситуації, формування політичної напруги [1].

Сучасна аграрна політика в Україні - це не лише відповідь на питання, яким шляхом розвиватися агропромислому виробництву, а й обґрунтована та окреслена конкретними заходами національна програма розв'язання продовольчої проблеми. Тільки так можна оцінювати аграрну політику, якщо вона базується на комплексі конкретних заходів щодо збільшення виробництва продовольства і якщо ці заходи взаємоузгоджені й збалансовані за ресурсами, коштами, виконавцями та терміном виконання.

Зауважимо, що ефективність розвитку сільського господарства залежить, насамперед, від рівня забезпеченості виробничими ресурсами та ступеню їх використання. Тому в умовах проведення аграрної реформи постає невідкладне завдання: формування необхідного ресурсного потенціалу кожного аграрного підприємства та сільського господарства як галузі в цілому, а також шляхів його ефективного використання.

Аграрна політика і продовольча безпека держави - поняття взаємопов'язані й діалектично залежні [3]. Продовольча проблема - явище перманентне, досить поширене в світі, зумовлене не лише слабкістю розвитку продовольчого сектору, а й високим і стабільним динамізмом потреб населення.

У всіх випадках продовольча проблема засвідчує певний рівень незбалансованості між попитом і пропозицією на продовольчому ринку. Саме через цю залежність аграрна політика має враховувати можливість прояву кризи і необхідність широкомасштабного здійснення аграрної реформи.

Існує декілька об'єктивних причин, через які уряду держави необхідно втрутитися у діяльність сільськогосподарських підприємств, фермерських господарств, кооперативів тощо:

1. Сільське господарство об'єктивно є неконкурентоспроможним порівняно з іншими галузями економіки і потребує державної підтримки.

2. Залишки виробництва сільськогосподарської продукції вимагають втручання держави (ціноутворення, забезпечення більш або менш стабільних цін, мінімального рівня прибутку фермерів), інакше коливання цін досягне

значних розмірів, а це призводить до циклічності виробництва, криз. В результаті вмілого управління кредитно-фінансовою, ціновою і податковою політикою, а також відповідними субсидіями держава впливає на рівень виробництва продовольства, зайнятості, інфляцію. Тому підтримку сільських товаровиробників розглядають як обов'язковий і безумовний елемент державної політики.

3. Вирівнювання рівня доходів сільських товаровиробників з іншими виробниками, а сільського населення - з міським.

4. Порятунком дрібних сільських товаровиробників та збереження сільськогосподарську діяльність як способу життя людей у сільській місцевості. Це історично пов'язано з утворенням країни, менталітетом населення, психологічним складом, соціальною структурою суспільства, тобто політика держави в цій частині має не тільки економічне значення.

5. Захист навколишнього середовища, що забезпечить безпеку як споживача, так і виробників сільськогосподарської продукції. Органи державної влади мають контролюють якість хлібопродуктів, молока, м'яса та інших продуктів, щоб не було в них шкідливих залишків, надлишку хімікатів, розповсюджувачів інфекційних хвороб тощо.

Отже, для досягненні продовольчої безпеки України уряд повинен взяти на себе функцію регулювання економічного розвитку, розробляти і впроваджувати різноманітні державні програми, активно стимулювати розвиток науково-технічного прогресу та структурну перебудову агробізнесу, забезпечувати сприятливий режим торгівлі, оподаткування, механізм підтримки паритетних цін, мінімальний рівень доходів фермерів та інших сільгоспвиробників. Завдяки введенню планового механізму регулювання економіки буде усунуто кризи та загрози продовольчій безпеці населення шляхом здійснення державної політики в регулюванні виробництва агропродовольчої продукції і сировини для переробної промисловості.

Список використаних джерел:

1. Миценко І. М. Продовольча безпека: оцінка стану та світовий досвід вирішення проблеми. Кіровоград: Центрально-Українське видавництво, 2001. 210 с.
2. Баланюк І. Ф. Аграрні відносини: соціально-економічна суть і місце в системі суспільних відносин. *Економіка АПК*. 2000. № 8 С. 68-69.
3. Хорунжий М. Й. Аграрна політика: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 1998. 240 с.
4. Утенкова К. О. Сучасний стан аграрного сектору у контексті зміцнення продовольчої безпеки України. *Modern Economics*. 2020. № 22 (2020). С. 112-118.

Воронько-Невіднича Т. В.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, доцент,

Киричок А. Ю.,

здобувач вищої освіти, ОПП Менеджмент підприємства,

спеціальність 073 Менеджмент

Полтавський державний аграрний університет,

м. Полтава Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ОЦІНКА РІВНЯ Й НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ

Безумовно, виробник за сучасних умов управління знаходяться під постійним конкурентним тиском, тому постійно виникають проблеми щодо виживання та розвитку підприємства. Відповідно, здатність витримати конкуренцію характеризується такою економічною категорією як конкурентоспроможність

Як зазначають фахівці, конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. Реалізація забезпечується всім комплексом засобів, які має підприємство, включаючи маркетингові. Ефективна реалізація конкурентоспроможних товарів і послуг – узагальнюючий показник життєдіяльності фірми, її вміння ефективно використовувати свій фінансовий, трудовий та науково-технічний потенціал [3, с. 16].

У свою чергу, управління конкурентоспроможністю підприємства – це один з форматів менеджменту підприємства, основною метою якого є побудова, розробка, втілення конкурентних переваг та забезпечення життєдіяльності підприємства-суб'єкта ринкової конкуренції [2].

Як справедливо зазначають дослідники [1, с. 61] оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства дозволяє:

- сформулювати управлінські завдання: визначення підходів до виробництва, технології маркетингу, трудових ресурсів, фінансування матеріального, інформаційного та організаційного забезпечення;
- прийняти управлінське рішення: зменшення витрат, фокусування на конкретний сегмент ринку, укладання контрактів;
- розробити заходи розвитку конкурентних переваг: впровадження інновацій, наступальні заходи в напрямку закріплення довгострокових переваг, захисні міри в напрямку попередження дій учасників, розробка програми виходу на нові ринки, залучення коштів інвестора;

– адаптувати підприємство до ринкових умов господарювання, що в результаті дає перемогу в конкурентній боротьбі за споживача та ринки збуту.

Отже, перед кожним суб'єктом господарювання гостро стоїть питання щодо визначення власного рівня конкурентоспроможності, яке наразі стало результуючим для всієї системи управління та, відповідно, пошуки напрямів його підвищення.

Список використаних джерел:

1. Василенко М.В., Воронько-Невіднича Т.В. Новітні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії*. 26-27 квітня 2017 рік. С. 61.
2. Коновал В.В. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_23
3. Чорна Л. О., Чорна Н. Ю. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства – система взаємозв'язку якісних та кількісних показників розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 3. С. 15–18. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2015_3_5.

В'юн О.В.,

магістрант спеціальності 075 «Маркетинг»

Устік Т.В.

д.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики

Сумський національний аграрний університет

м.Суми, Україна

СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Ресторанний бізнес є важливою складовою сфери послуг, яка виступає одним із засобів високоліквідного використання капіталу та має високі можливості щодо відкриття нових ринків та пошуку нових ніш на ринку. У всьому світі ресторанний бізнес є найбільш вигідною та перспективною сферою малого бізнесу, тому серед більшості закладів ресторанного типу присутня конкуренція за вибір оптимального вигідного положення на ринку харчових продуктів, завоювання найбільш перспективних його сегментів; боротьба за пошук нових та утримання постійних клієнтів.

На сьогоднішній день ресторани, мають можливість запропонувати досить широкий асортимент продукції та надання послуг в сфері громадського харчування. Ресторанне господарство України стало однією з провідних галузей ринкової економіки, яка функціонує в умовах мінливого маркетингового середовища. Слід відмітити, що ефективне функціонування ресторанного бізнесу на макrorівні не буде можливим, якщо не забезпечене її функціонування на місцевому рівні, оскільки значна частина закладів ресторанного господарства розміщуються та працюють в тих чи інших населених пунктах регіону.

Сьогодні саме сфера ресторанного бізнесу формує та впливає на економіку багатьох держав, регіонів, є одним із важливих чинників стабільного та ефективного розвитку світової індустрії гостинності. Серед головних завдань ресторанного господарства є можливість забезпечити населення смачною кулінарною продукцією та організувати належний та достатньо високий рівень обслуговування споживачів, який відповідатиме їхнім потребам та організації дозвілля.

Конкурентоспроможність продукції є необхідною передумовою забезпечення процесів розширеного економічного відтворення на підприємствах ресторанного бізнесу в умовах ринку. Радикальні інновації дають можливість отримати конкурентні переваги за рахунок захоплення ринку, розширення його кордонів, збільшення обсягів продажів та розширення асортименту продуктової лінії.

Конкурентоспроможність представлена ринковою категорією, яка має дещо мінливий та динамічний, характер впливу. Так, навіть при незмінних якісних характеристиках товару, його конкурентоспроможність може змінюватися в широких діапазолах, в залежності від сформованої кон'юнктури ринку, поведінки конкурентів на ринку, коливанням цін, проведення рекламних заходів та ефективного використання складових комунікаційної політики в сфері ресторанного бізнесу. Серед показників, які забезпечують конкурентоспроможність підприємства слід виділити високу виробничу ефективність роботи ресторану, яка реалізується завдяки використанню сучасного обладнання, новітніх технологій, досвіду кваліфікованих працівників та можливістю завоювати та утримувати стійні лідируючі позиції на ринку, завдяки ефективному використанню принципів маркетингового управління в роботі закладів громадського харчування.

Таблиця 1 - SWOT – аналіз діяльності підприємств сфери ресторанного бізнесу

		Можливості ринку						Загрози ринку						Загальна сума балів
		Розширення роздрібної торгівлі в рестораних закладах	Зростання добробуту населення	Проведення модернізації технологічного процесу	Удосконалення стимулюючих заходів для підвищення ефективності працівників	Розширення ринків збуту	Усього	Велика кількість товарів-аналогів по нижчим цінам	Можлива поява сильного конкурента	Нестабільна економічна та політична ситуація в країні	Високий рівень обов'язкових виплат	Збільшення націнки на продукцію	Усього	
Сильні сторони	Висококваліфікований робочий персонал	4	4	4	4	4	20	2	2	3	1	2	2	22
	Великі складські приміщення	5	3	4	5	4	21	2	2	1	2	1	2	23
	Висока якість продукції	3	3	3	4	4	17	1	2	2	3	1	3	14
	Лідуючі позиції в сфері бізнесу	4	5	5	5	5	24	4	3	3	1	1	4	28
	Високий рівень сервісного обслуговування	3	5	4	4	3	19	3	2	2	1	2	2	21
	Усього	19	20	20	22	20		6	3	3	6	3		108
Слабкі сторони	Нераціональне використання ресурсів	3	2	1	2	3	11	1	2	4	2	1	10	21
	Невеликий асортимент продукції	2	1	1	2	2	4	1	1	2	1	1	6	10
	Відсутність умов для роздрібної торгівлі в магазинах м. Суми	4	2	1	1	2	8	2	3	2	2	1	10	18
	Висока ціна	2	2	2	2	2	6	1	3	1	2	2	9	15
	Рекламні заходи неефективні	1	2	1	2	1	3	1	3	4	2	1	11	14
	Усього	8	5	2	7	6		9	12	9	5	8		78
Загальна сума балів		11	15	18	15	14		15	9	12	1	11		

З метою отримання якісної оцінки маркетингової діяльності підприємства та володінням ситуації на ринку, існує можливість проведення SWOT-аналізу, який визнає сильні та слабкі сторони діяльності підприємства,

а також вивчає існуючі на ринку продукції можливості та загрози. Даний метод дає можливість компанії більш впевнено почуватися на ринку та завойовувати нові кордони ринку, зважуючи свій потенціал та загрози зі сторони конкурентів, які мають на меті підірвати позиції фірми та погіршити імідж підприємства. Сильні й слабкі сторони розглядаються з позиції покупців, тим самим допомагаючи компанії дістати максимум користі з наявних у неї можливостей.

Процедура проведення SWOT-аналізу передбачає заповнення матриці, де відображено сильні й слабкі сторони підприємства, вказані можливості та загрози зі сторони ринку. Підприємство повинно визначитися щодо подальших кроків перспективного розвитку діяльності підприємства та з'ясувати, які проблеми необхідно терміново вирішувати.

Слід відмітити, що можливості та загрози провокуються зовнішніми факторами, які не є контрольовані або слабоконтрольовані зі сторони підприємства, тоді як сильні та слабкі сторони визначаються внутрішніми факторами (знаходяться під контролем підприємства).

Важливе значення у забезпеченні конкурентоспроможності продукції сфери ресторанного бізнесу має створення ефективної системи маркетингу управління рестораном та дієвого механізму реалізації маркетингової діяльності на цьому підприємстві.

Перспективними для нашого регіону напрямками розвитку у сфері ресторанного бізнесу залишаються тренди: національних кухонь, серед яких значна кількість крафтових страв, пропозиції та належний асортимент блюд для здорового способу харчування, для фітнес тренувань, приготування страв на вогні у присутності клієнта, пропозиція приготування дієтичних та низькокалорійних страв, використання низькотемпературних режимів та відкриття закладів харчування у форматі Casual.

Ведення ресторанного бізнесу повинно приносити значний високий прибуток, тобто ресторанний бізнес вимагає і певних зусиль для його розвитку і успішного функціонування. Конкурентоспроможність продукції ресторанного бізнесу пов'язана із відповідним рівнем її якості, здатності цієї продукції краще за аналоги задовольняти потреби клієнтів. Важливою складовою конкурентоспроможності продукції виступає вартість цієї продукції, що пояснюється формуванням якості впродовж всього виробничого циклу під впливом переважно об'єктивних чинників. Успішне функціонування підприємств залежить від «жорстких» і «м'яких» чинники конкурентоспроможності продукції, де перша група представлена якістю і

собівартістю продукцію, а друга – прибутком і складовими комплексу маркетингу підприємств ресторанного комплексу.

Процес формування конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу повинен охоплювати такі заходи цінової політики як дослідження ринкової кон'юнктури та цінових стратегій конкурентів; прогнозування майбутніх цін на основі моніторингу; розробка ефективних цінових стратегій на ринку; співпраця з постачальниками продукції, введення технологій виготовлення блюд та проведення ефективної рекламної компанії..

Список використаних джерел

1. Данько Ю. І. Устік Т.В. Роль концепції сталого розвитку у формуванні конкурентоспроможної економіки України. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права : зб. наук. пр. / Львів. ун-т бізнесу та права. Львів, 2016. № 14. С. 38-44.

2. Орел А. М. Архітектоніка механізму управління конкурентним потенціалом в забезпеченні інноваційно-інвестиційного розвитку суб'єктів агробізнесу. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. № 1. С. 204–211.

3. Пасько М. І., Семенюта Ю. В. Управління конкурентним потенціалом підприємства. Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : Тези доповідей : ФОП Лібуркіна Л. М., 2018. С. 214-218.

Гладкий С. О.

д.ю.н., професор кафедри правознавства, професор,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
м. Полтава, Україна

ПРОБЛЕМИ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДЕТЕРМІНАЦІЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ПРАВА

Новітня доба історії України, що розпочалась з проголошенням її державної незалежності, крім іншого, позначена надіями суспільства на реформування його правової системи за стандартами західних демократій, з чим, зокрема, пов'язані й перспективи розвитку підприємництва та поліпшення інвестиційного клімату в країні. З прийняттям у 1996 році Конституції України ці сподівання набули характеру офіційної програми демократичної трансформації українського суспільства, реалізація якої має повернути країну в лоно європейської цивілізації з перспективою членства в

ЄС. Євроінтеграційні прагнення більшості громадян України на тлі посттоталітарних реалій створюють специфіку української моделі побудови держави «загального благоденства» (мовою Основного Закону – «демократичної, соціальної, правової держави», в якій діє принцип верховенства права).

Модернізація суспільства за такою програмою передбачає інтенсивний (бо декількох століть, як Західна Європа, Україна на ці зміни не має) розвиток громадянського суспільства, в структурі якого підприємницькі організації мають займати одне з чільних місць, та стрімке становлення українського «середнього класу». Останній і мав би стати основним рушієм і гарантом інституційних перетворень у країні, носієм прогресивної політичної і правової ідеології, головним громадським «контролером» держави, яка, за задумом авторів української Конституції, має стати «зв'язаною» правом.

Принципово важливим для країни, яка намагається жити за такою Конституцією, є усвідомлення того, що тільки громадянське суспільство має прерогативу і обов'язок «зв'язувати» власну державу правом, що передбачає достатньо високий ступінь його зрілості.

Зі впливом третього десятиліття існування незалежної української держави зростає розуміння марності надій на швидку позитивну (з погляду інтересів більшості громадян країни) трансформацію економічної, соціальної, політичної, правової систем. Є певні позитивні зрушення і навіть інституційні новоутворення (наприклад, система антикорупційних органів), але вони нерідко є наслідком принципової позиції «західних партнерів» української держави. Крім того, українська влада вже не раз довела, що зі зміни не є незворотними. Має місце системний олігархічний і бюрократичний опір реальним прогресивним змінам. Наслідком цього опору є імітативність більшості проведених реформ у царині права. Зокрема, неодноразові структурні перебудови судової системи не наблизили її до ідеалу справедливого, ефективного правосуддя. Долати цей опір знову ж таки мало б громадянське суспільство, але воно не виявляє готовності виконати цю місію (спалах пасіонарності, наприклад, у 2014 році при всій культурній значущості цього явища мало вплинув на якість системного інституційного цілого).

Пояснення такого стану суспільства дослідники зазвичай шукають в історичному минулому, вказуючи на риси українського менталітету (анархійний індивідуалізм тощо), що сформувалися як наслідок тривалого бездержавного існування народу та його перебування під чужою імперською владою, відмінністю параметрів західноєвропейського й українського

соціогенезису (перебігу процесів урбанізації та ліквідації залишків кріпосництва, демократизації релігійної, економічної, політичної сфер життя суспільства). Заперечувати зазначені відмінності підстав немає. Втім немає підстав і для згоди з популярним висновком, що зазвичай робиться на основі згаданих історичних фактів, згідно з яким українська демократія ще надто «молода» і потрібен тривалий час на соціальні перетворення, які забезпечать її дійсну, а не декларативну перемогу.

Час, навіть якщо він є, вирішує проблему лише тоді, коли відбувається рух у потрібному напрямку і виразно виявляються потрібні тенденції, чого не можна з впевненістю сказати про сучасну Україну. Для сумнівів є ряд вагомих причини – як внутрішніх, так і глобальних за своїм характером.

Національний український контекст постійно перебуває в полі зору дослідників, які вказують на технологічну відсталість економіки, проблеми із забезпеченням економічної конкуренції, критичну зовнішню фінансову залежність і непривабливий інвестиційний клімат, відсутність надійного правового захисту власності, в тому числі інтелектуальної, поступову втрату наукового потенціалу, поглиблення демографічної кризи, в тому числі внаслідок трудової міграції, тощо.

Проте більш вагомими в контексті окресленої вище проблеми є тенденції глобального рівня. І дійсно, гіпотетичне подолання нинішніх труднощів «місцевого» характеру у майбутньому закономірно призведе до повномасштабної актуалізації загальноцивілізаційних проблем.

Відмовившись від притаманної радянській тоталітарній системі «закритості», український соціум став частиною глобалізованого світу, що живе за законами суспільства споживання (масового суспільства). Основи концепції масового суспільства, як відомо, були закладені соціальними теоретиками ще в XIX ст. та піддані комплексному опрацюванню у 1920-1960-ті рр. У розробці проблематики масовізації суспільства знаковим моментом стала праця «Повстання мас» (1930 р.), автором якої є іспанський філософ і соціолог Х. Ортега-і-Гасет [1]. Завдячуючи творчому доробку Ж. Бодріяра концепція масового суспільства трансформувалася у концепцію суспільства споживання. Суспільство споживання цікавить загальнотеоретичну юриспруденцію насамперед як соціальна система, в якій формується масова свідомість і домінує масова культура. Тобто, характерною рисою такого суспільства є формування й постійне відтворення соціокультурними механізмами «людини маси». Така людина в багатовимірному механізмі

соціальної взаємодії відтворює органічні для неї соціальні інститути (або їх відсутність), право, економіку, ідеологію, в тому числі соціальні міфи.

Масове суспільство нерідко розглядається дослідниками як альтернатива громадянському суспільству, адже маса є продуктом послаблення чи розпаду нормальних для цивілізації соціальних інститутів. Одним із загрозливих наслідків цього процесу є відмова інтелектуальної та політичної еліти від зобов'язань перед демократією. Проте більш важливим у перспективі є інше.

Масове суспільство формує й відтворює людину маси, яка позбавлена індивідуальності (хоча може старанно імітувати й підкреслювати її), внутрішньо задоволена почуттям своєї однаковості з усіма, поблажлива до себе та самовдоволена. Вона категорична в судженнях, нетерпима до чужих думок і аргументів та водночас потребує зовнішнього керівництва. Не маючи духовних ідеалів і прагнень, людина маси не здатна до творчості та самотворення, не намагається пізнати і змінити себе.

Сучасне масове суспільство – це суспільство високих технологій, розвиток яких набирає обертів, і низьких вимог до духовно-культурного рівня пересічного індивіда. Закономірно, що високі суспільні ідеали, на основі яких сформувалися й одержали в Західній Європі певне інституційне втілення концепції правової держави і соціальної держави, «розмиваються» в масовій свідомості, втрачають чіткість змісту і смислу.

Інтелектуальні еліти західного світу усвідомлюють охарактеризовані вище тенденції [2]. Висхідний розвиток західних демократій впродовж декількох століть забезпечив їм певний запас міцності та інерційний поступ у сучасних умовах. Втім загроза «варваризації» існує навіть для найбільш демократичних соціально-політичних систем, що яскраво засвідчили події початку 2021 року в США та змусили політичну еліту цієї держави говорити про «крихкість» демократії.

Незрілі демократії зазнають ще більших ризиків. Масовізація руйнує те, що лише перебуває в стадії становлення. В українських умовах масовізація виступає як потужна контртенденція щодо процесу розвитку громадянського суспільства. Це один з найвагоміших чинників, які зумовлюють життєздатність українського олігархату та інших явищ, що консервують застарілі й шкідливі для суспільства моделі соціальних відносин і взаємодій.

Слід зауважити, що інтенсивна масовізація українського суспільства розпочалась не з розпадом СРСР – ця подія позначає лише зміну моделі зазначеного процесу. Його історичне коріння значно глибше. Так, радянська

модель соціалізації індивіда (комуністичного виховання/формування народних мас) з використанням класового терору, масових репресій, жорсткого ідеологічного тиску та контролю підготувала дуже сприятливий ґрунт. Радянська людина часів «перебудови» – напівголодна й світоглядно дезорієнтована – з падінням «залізної завіси» виявилась беззахисною перед приладами західного способу життя з його гедоністичною атмосферою, почуттям стабільності й захищеності. Проте нова ідеологія для більшості виявилась «фабрикою ілюзій».

Отже, у масовому суспільстві з нерозвинутими демократичними інститутами та притаманною йому тенденцію до примітивізації ціннісно-сислової структури соціальна правова держава, що функціонує згідно з принципом верховенства права, поступово перетворюється на соціальний міф, продукт PR-технологій, засіб маніпулювання настроями електорату. Правове регулювання в окремих сферах суспільного життя несе на собі відбиток глибинних, сутнісних процесів, які охарактеризовані вище (яскравим прикладом може бути деградація трудо-правових відносин в сучасній Україні). Відповідно, одним з найважливіших завдань інтелектуальної еліти українського суспільства має стати пошук моделі його розвитку, в якій негативні наслідки процесу масовізації будуть мінімізовані.

Список використаних джерел

1. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. Дегуманизация искусства. Бесхребетная Испания; [сб.: пер. с исп.]. Москва : АСТ МОСКВА, 2008. 347 с.
2. Anita Tarr, Donna R. White. Posthumanism in Young Adult Fiction: Finding Humanity in a Posthuman World. Univ. Press of Mississippi, 2018. 355 p.

Горохова Т.В.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу та бізнес–адміністрування,

Горбань Д.В.

студентка кафедри маркетингу та бізнес–адміністрування, бакалавр

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

м. Маріуполь, Україна

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19

Впродовж 2020 р. через пандемію Covid-19 бізнес та громадяни повинні були пристосовуватися до нової реальності та способу роботи, приймати нові споживчі та етичні рішення, змінювати сприйняття світу, способи мислення та поведінку, шукати варіанти запобігання або зменшення негативного впливу

пандемії. Одним із найважливіших способів для бізнесу та окремих підприємств впоратися з наслідками локдауна, щоб уникнути погіршення психічного та фізичного благополуччя та здоров'я людей, є дотримання корпоративної соціальної відповідальності.

Як і інші глобальні події, що впливають на всю планету, пандемія Covid-19 призвела до значних економічних, політичних, культурних та соціальних змін, що не можуть не позначитися на структурі управління та організації бізнесу. Вплив Covid-19 на світову економіку, ймовірно, буде найзначущим з часів Великої депресії 1930-х, як зазначає МВФ [1]. Тому пандемія Covid-19 є однією з найважливіших змін світового масштабу у сучасній історії маркетингу, яка потенційно може мати глибокий вплив на соціальну відповідальність корпорацій (КСВ), споживчу етику та базову філософію маркетингу.

За визначенням Міжнародного керівництва соціальної відповідальності (ISO 26000) [8] КСВ — це відповідальність підприємства за вплив його рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки. Останніми роками КСВ набуває все більшого значення, оскільки рівень усвідомленості підприємств та споживачів поступово збільшується. Виграш від впровадження КСВ на підприємстві підкріплюється дослідженнями провідних організацій, зокрема доповіддю Nielsen - незалежної американської компанії, спеціалізованої на маркетингових вимірюваннях в індустрії товарів повсякденного попиту, медіавимірюваннях і дослідженні споживачів [9]. Доповідь Нільсена вказує, що КСВ більш не є нішевою грою, а зростання бренду залежать від ефективного впровадження КСВ.

Справжня та автентична КСВ фірми сприятиме зміцненню відносин між нею та її клієнтами і широкою громадськістю. Споживачі стають більш лояльними до брендів, які допомагають своїм працівникам та займаються благодійністю. Тому пандемія Covid-19 пропонує великі можливості для компаній активно взаємодіяти зі своїми стратегіями та програмами КСВ.

Деякі фірми та роздрібні торговці намагалися нажитися на цій кризі задля досягнення короткострокової вигоди. Але все ж таки переважна більшість компаній не лише чинили опір неетичній діловій практиці, але й активно брали участь у різних видах КСВ, особливо тих, які можуть запропонувати негайну допомогу постраждалим та допомогу в боротьбі з вірусом. Наприклад, британські виробничі компанії перетворили свої заводи на виробництво вентиляторів, засобів індивідуального захисту,

дезінфікуючого засобу для рук тощо. Гігант телекомунікацій Vodafone запровадив безкоштовний доступ до необмеженої мобільної передачі даних для багатьох своїх щомісячних клієнтів і покращив пакети вразливих верств клієнтів до необмеженого використання даних безкоштовно [2, 3,4]. Банки протягом певного періоду відмовлялися від відсотків за овердрафтами. І список можна продовжувати.

Компанії все частіше роблять внески в благодійні та громадські організації в усьому світі та знаходять способи заохотити своїх співробітників надавати добровільні послуги у своїх громадах. Наприклад, Джек Ма, співзасновник Alibaba дарував набори для тестування на коронавірус та інші медичні матеріали багатьом країнам світу [5]. Джек Дорсі, засновник і бос Twitter, пожертвував 1 млрд доларів США на зусилля для боротьби з пандемією Covid-19 [6]. Білл Гейтс старанно заохочував глобальну співпрацю на цьому фронті.

Велика кількість компаній здійснювала підтримку своїх працівників, захищаючи їхнє здоров'я та безпеку та надаючи їм більший голос у прийнятті корпоративних рішень. Крім того концепція екологічних, соціальних та державних стратегій (ESG) набула все більшої популярності у КСВ [10]. Набуває розповсюдження також віртуальне волонтерство в такі організації, як Catchafire та Taproot Foundation та підтримка малого бізнесу.

Розповсюдження КСВ у поєднанні з унікальними проблемами, спричиненими Covid-19, призвело до народження нового типу КСВ – фінансування корпораціями ланцюжка поставок для невеликих підприємств. Ця функція пропонує великим підприємствам можливість надавати допомогу дрібним за рахунок рахунків-фактур. Процентні ставки у них, як правило, нижчі, ніж у банках, без затримок та бюрократичних бар'єрів.

Ще однією причиною для розвитку КСВ є те, що навіть у досить розвинутих країнах все ще спостерігається високий рівень нерівності з точки зору охорони здоров'я, освіти тощо. Через це компанії повинні зосередити зусилля на вирішенні соціальних проблем на цих фронтах під час пандемії, а також у довгостроковій перспективі. Організація об'єднаних націй (ООН) закликала до побудови більш інклюзивних та стійких економік після пандемії, які будуть стійкі до вирішення глобальних викликів, таких як пандемії, кліматичні зміни та інші [7].

З іншого боку, після пандемії суттєвою проблемою стане КСВ в середньо- та довгостроковій перспективі. З одного боку, коронавірусна криза може перешкодити компаніям інвестувати в КСВ через необхідність фірмам

зосередитись на основному операційному бізнесі для короткострокового виживання. З іншого боку, історія підказує нам, що глобальні зміни (наприклад, нафтова криза в 1970-х) сприяли розвитку КСВ.

Тому більш оптимістичним є ідея, що пандемія Covid-19 пришвидшить розвиток КСВ в довгостроковій перспективі, оскільки все більше фірм та підприємств усвідомлює, що їх довгострокове виживання та розвиток залежать від досягнення балансу між прибутковістю та гармонією з різними зацікавленими сторонами. Тому найбільш актуальним і нагальним питанням є не питання, інвестувати в КСВ чи ні, а - як інвестувати в КСВ для досягнення взаємовигідних та взаємозалежних соціальних, екологічних та економічних цілей. Отже, можна уявити постпандемічний період таким, що процвітаючий бізнес - це той, що має тверду прихильність до КСВ, розробляє ефективні стратегії КСВ та ефективно їх впроваджує.

Отже, ефекти Covid-19 були глибокими та всеосяжними та доволі значно вплинуть на маркетинг в цілому та корпоративну соціальну відповідальність зокрема. Але можна стверджувати, що пандемія пропонує великі можливості для компаній активно брати участь у різноманітних ініціативах з КСВ під час кризи та потенційно може каталізувати нову еру розвитку КСВ у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Euronews: COVID-19: Світова економіка в 2020 році зазнає найгіршого року з Великої депресії, зазначає МВФ. URL: <https://www.euronews.com/2020/04/14/watch-live-international-monetary-fund-gives-world-economic-outlook-briefing-on-covid-19> (дата звернення: 06.05.2020).
2. BBC: Коронавірус: Vodafone пропонує 30 днів безкоштовних мобільних даних. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/technology-52066048> (дата звернення: 18.04.2020).
3. Fairshare.org.uk: Кооператив, щоб пожертвувати їжею на суму 1,5 млн. Фунтів стерлінгів для FareShare, щоб прогодувати тих, кому загрожує голод під час кризи коронавірусу. URL: <https://fareshare.org.uk/news-media/press-releases/co-op-to-donate-food-worth-1-5-million-to-fareshare-to-feed-those-at-risk-of-hunger-during-coronavirus-crisis/> (дата звернення: 18.04.2020).
4. Ліндсей, Дж.: Алді дарує писанки банкам продовольства та місцевим благодійним організаціям. URL: <https://metro.co.uk/2020/04/04/aldi-donates-easter-eggs-food-banks-local-charities-12507475> (дата звернення: 18.04.2020).

5. BBC: Ali Alibaba's Ma дарує набори для тестування на коронавірус США. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/business-51904379> (дата звернення: 18.04.2020).

6. BBC: Коронавірус: бос Twitter обіцяє \$ 1 млрд на допомогу. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/technology-52209690> (дата звернення: 18.04.2020).

7. UN.ORG: ООН запускає план COVID-19, який може перемогти вірус і побудувати кращий світ. URL: <https://news.un.org/en/story/2020/03/1060702> (дата звернення: 18.04.2020).

8. ISO 26000. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ. URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>. (дата звернення: 18.04.2020).

9. Звіт з корпоративної соціальної відповідальності у світі "DOING WELL BY DOING GOOD" (2014). URL: <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/global-corporate-social-responsibility-report-june-2014.pdf> (дата звернення: 18.04.2020).

10. Тімоті Дж. Макклімон. 10 тенденцій КСВ, які слід спостерігати в 2021 році. URL: <https://www.forbes.com/sites/timothyjmcclimon/2021/01/05/10-csr-trends-to-watch-in-2021/?sh=4d9bbd2d5904> (дата звернення: 18.04.2020).

Демидчук Л. Б.

к.т.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики

Львівський торговельно-економічний університет

м. Львів, Україна

МОРАТОРІЙ НА ПЕРЕВІРКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА ПІД ЧАС КАРАНТИНУ ТА ПОЗАПЛАНОВІ ПЕРЕВІРКИ В КОНТЕКСТІ ЗАХИСТУ ЇХ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В Україні відповідно до вимог чинного законодавства представниками органів та структур державного нагляду та проведення контролю використовуються наступні основні категорії планових і позапланових дій з перевіркої діяльності:

– **1-а категорія** – це, так зване, проведення державного нагляду (контролю) у сферах господарської та підприємницької діяльності, яка ідентифікується суто за сферами проведення контролю, а не за відомчою приналежністю органів, які його здійснюють. Тобто, до компетенції, наприклад, Держпродспоживслужби належить п'ятнадцять сфер та галузей контрольної діяльності. Законом [1] чітко встановлено всі загальні базові правила порядку проведення таких перевірок, у т. ч., які теж поширюються на дію зінтегрованої АС державного контрольного нагляду та проведення

контролю, відомої під назвою «Інспекційний портал», на якому для всіх перевірних заходів публікуються плани проведення, отримані результати та підсумкові звіти за результатами проведення.

– **2-а категорія** – включає види перевірок, які проводяться у напрямках, не підпадаючих під вимоги зазначеного вище законодавчого акту (рис. 1).

Слід звернути увагу на заходах регламентування ринкового державного нагляду та контролю за продукцією нехарчового призначення. Контрольні заходи в зазначеній сфері мають право здійснювати сім органів державного, а також відомчого контролю відповідно до переліку видів продукції, яка є об'єктом контролю. Серед них слід назвати Держпродспоживслужбу, ДСНС та Держпраці. Названі, з однієї сторони знаходяться під мораторними обмеженнями для переважної більшості з їхніх напрямів контролю, проте можуть здійснювати практично всі види перевірок у межах та частинах проведення заходів з ринкового нагляду.



Рис. 1. Перевірки, що не підпадають під дію Закону у сферах (ст. 2 Закону [1])

Трьома важливими висновками з приводу позапланових перевірок контролюючими органами (Закони України №№ 530-IX та 533-IX від 17.03.2020 р.) є наступні (рис. 2):

- проведення перевірок під час карантинних заходів є можливим;
- перевірки 2-ї категорії, за винятком податкових, заборонених окремо, не підпадають під затверджений мораторій;
- перевірки 2-ї категорії на сайті Інспекційного порталу inspections.gov.uaне відображаються;

Найчастіше саме перевірки господарської діяльності, які проводяться поза планом без наведення належних підстав їх проведення і з порушенням

порядку, встановленого законом, є причиною найбільшої кількості позовів з приводу оскарження їх рішень, які прийняті органами контролю на підставі саме таких перевірок.



Рис. 2. Заборонені та дозволені контрольні перевірки в рамках державного нагляду на час оголошення карантинних заходів [2]

З метою захисту від несанкціонованих дій перевіряючих потрібно зважати, як мінімум на:

- 1) підстави перевірок, передбачені призначенням нормативними документами;
- 2) особливості порядку їх організації та проведення.

Основним способом захисту суб'єкта господарювання до самого початку проведення інспекційної перевірки, є, як мінімум, обґрунтоване недопущення представників перевіряючих органів на територію об'єкта перевірки. У випадку, якщо допущення до проведення на підприємстві позапланової перевірки відбулося, то в майбутньому предметом оскарження в судових органах можуть фігурувати тільки безпосередньо порушення, виявлені за її результатами та запротокольовані у відповідних актах здійснення перевірки.

У практиці судових органів сформульована правнича позиція про те, що факт допущення перевіряючих до початку проведення перевірки унеможливорює правничі наслідки порушень процедур перевірок, які могли бути здійснені інспекторами. Аналогічний підхід часто сформулюється і в постановках КАСу в складі ВС України. Оскільки тільки на самому етапі

допуску перевіряючих до перевірки може бути пред'явлено питання щодо необґрунтованості її призначення та порядку проведення, чим реалізується право суб'єкта підприємництва на захист від здійснення інспекційних дій безпідставно.

У тих випадках, коли під час карантинних заходів призначено позапланове проведення перевірки суб'єкта підприємництва, підприємець зобов'язаний звернути свою увагу на слідуюче.

1. Позапланова перевірка, не передбачена на поточний період в плані контрольних заходів, може бути здійснена лише при умові скерування суб'єкту господарювання офіційного листа-повідомлення стосовно поштового (факсового) вручення або вручення особистого, тобто, під підпис, копії наказу про призначення її проведення, та повідомлення (скерування, направлення) на проведення такої позапланової перевірки.

2. У випадку отримання зазначених вище документів, особливу увагу слід звернути на зазначені підстави проведення перевірки та ступінь їх обґрунтованості для такого рішення контролюючим органом.

3. У випадку, коли позапланова перевірна інспекція здійснюється на підставі надходження звернення фізичної особи-громадянина з документальним зазначенням факту порушення встановлених норм/правил, яке є причиною нанесення шкоди правам споживача, його інтересам і (або) майну третіх осіб або/організацій, така контролююча дія повинна бути погоджена з органом центральної виконавчої влади, який відповідає за формування державної політики у відповідній сфері господарської діяльності.

Найважливішим є те, що в термін проведення контрольного позапланового заходу особами, які дотичним до його проведення, досліджуються тільки те, потреба в перевірці чого є підставою її проведення, з належним вказуванням такого в повідомленні-скеруванні. Сама по суті «заява» не є причиною/підставою стосовно призначення позапланового заходу, оскільки метою здійснення контрольної перевірки виступає спростування мотивів, які були підставою прийняття рішення про її проведення.

Повідомлення-скерування на здійснення позапланової перевірного заходу пред'являється керівникові підприємства чи ним уповноваженій особі (наприклад, юрисконсульту підприємства, адвокату, за його присутності) до початку проведення заходу. Обов'язково повинно бути зазначене найменування органу, який проводить перевірку; точне повне найменування СГД або ФОП; місця проведення заходу; числа (дати), № наказу/рішення про

проведення; термінів/дат і типу перевірного заходу; підстави перевірки, та, в обов'язковому порядку – предмет обстеження при перевірці. Крім повідомлення-скерування, на початок перевірки посадова особа органу зобов'язана пред'явити особисте дійсне службове посвідчення.

Виходячи з наведеного вище, СГД має право не допускати представників контролюючого органу для здійснення позапланової перевірки при відсутності скерування на її проведення з зазначенням усіх передбачених складових і реквізитів, а також, службового посвідчення, оскільки це виключає законність проведення позапланової перевірки, у т. ч. і під час карантинних обмежень підприємницької діяльності.

Список використаних джерел

1. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності : Закон України від 01.01.2021 р. № 877-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text>. (дата звернення: 02.02.2021).

2. Мораторій на перевірки бізнесу під час карантину. Ринковий та метрологічний нагляд. 16.06.2020. URL: <https://www.rivneprod.gov.ua/2020/06/16/moratorij-na-perevirky-biznesu-pid-chas-karantynu/>. (дата звернення: 12.03.2021).

Дем'яненко Н. В.

к.е.н., доцент кафедри підприємництва і права, доцент

Бардіна Т. О.

к.е.н., доцент кафедри підприємництва і права

Мосенцева В. Є.

здобувач вищої освіти СВО Магістр, Спеціальність 073 Менеджмент

Полтавський державний аграрний університет,

м. Полтава Україна

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

За словами Білла Гейтса: «Три індустрії, які визначають майбутнє людства – це відновлювана енергетика, штучний інтелект та біотехнології, в тому числі генна інженерія в аграрному виробництві [2]. Технології, що по'язані з сільськогосподарським виробництвом є надзвичайно важливими, адже забезпечують населення всієї планети продуктами харчування. Тому в цій галузі доцільно впроваджувати інноваційні рішення, які удосконалять виробництво та стратегічно впливатимуть на майбутні покоління [1]. Зазначимо період наукового обґрунтування інноваційних технологій, дату активного інвестування та фінансової життєздатності проєктів у табл. 1.

Таблиця 1

Інноваційні технології в сільському господарстві

Ключові напрямки	Проекти	Дата наукового обґрунтування технологій, рік	Мейнстрім, рік	Фінансова життєздатність, рік
Датчики	Біометрія сільгосптварин	2018	2020	2021
	Датчики врожайності	2016	2019	2020
Продукти харчування	Створення нових штамів тварин і рослин	2017	2022	2023
	Виробництво м'яса «в пробірці»	2018	2025	2028
Автоматизація	Сільськогосподарські роботи або агроботи	2018	2020	2022
	Роботизовані фермерські рої	2023	2027	2027
Інженерія	Створення закритих екологічних систем	2016	2021	2022
	Вертикальне землеробство	2022	2027	2028

Біометрія сільськогосподарських тварин направлена на використання нашихників із GPS. У режимі реального часу вони автоматично формують і надсилають необхідну інформацію. За допомогою датчиків урожайності можна буде диференційовано вносити добрива та інфрачервоним світлом аналізувати стан посівів на полі. Для задоволення фізіологічних і біологічних потреб населення та з метою відмови від генетично модифікованих продуктів харчування вчені постійно працюють над створенням нових штамів рослин і тварин.

Сучасне створення м'яса «в пробірці» передбачає виробництво продукту, що не є складовою живої тварини. Дослідні проекти, включають експериментальне вирощування м'яса в умовах лабораторії. Сільськогосподарські роботи або агроботи – спрямовані на автоматизацію збирання фруктів та овочів, оранку полів, доглядом за ґрунтом, прополювання рослин, посів, зрошення культур та інші важливі технологічні операції. Роботизовані фермерські рої – це поєднання десятків або сотень сільськогосподарських роботів з тисячами мікроскопічних датчиків, які спрямовані на відстеження, прогноз, вирощування і збір врожаю практично без втручання людини [1].

Функціонування закритих екологічних систем не залежатиме від обміну речовин поза екосистемою. Їх функція – перетворювати відходи в кисень, їжу

і воду та підтримуватимуть форми життя. Подібні системи вже діють у незначних масштабах. Вертикальне землеробство, як природне продовження сільського господарства, поширюється на хмарочосах у міських умовах. Там культивують рослини та тварини.

Ці та інші інновації, які тільки починають застосовуватися в агровиробництві є затратними, але вже через кілька років будуть фінансово життєздатні.

Список використаних джерел

1. 8 технологій, які невдовзі змінять сільське господарство. *Веб-сайт: Landlord*. URL: <https://landlord.ua/news/8-tekhnolohii-iaki-nevdovzi-zminiat-silske-hospodarstvo> (дата звернення: 20.03.2021).

2. Історії успіху. *Веб-сайт: Landlord*. URL: <https://landlord.ua/special-projects/liudy-ievralis-2-0> (дата звернення: 19.03.2021).

Дроботя Я. А.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
доцент

*Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна*

ПЛАТІЖНІ СИСТЕМИ В УМОВАХ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Диджиталізація на сьогодні це реальність, що існує в економіці, фінансовій системі вцілому та її сферах і ланках зокрема. Платіжна система – система, яка забезпечує рух коштів в межах сфер і ланок фінансової системи держави та з'єднує дані сфери і ланки між собою. Оскільки диджиталізація пронизує всю економіку та фінанси, то відповідно не виключенням є і платіжна система. Отже, платіжна система в умовах диджиталізації – система, яка в цілях комунікації та для здійснення розрахунків використовує диджиталізовані розрахункові інструменти – електронні платіжні засоби.

За типом носія електронні платіжні системи поділяються на:

- електронні платіжні системи, що діють на базі пластикових карт (Visa, CashMondex, CLIP, Proton, Mondex);
- електронні платіжні системи, що функціонують на базі цифрової готівки (WebMoney, Яндекс.Гроші, EasyPay).

До електронних платіжних засобів належать:

- дебетові та кредитні картки;
- е-гроші;
- мобільні платіжні інструменти [1, 2].

Окрім того варто відзначити, що платіжні інструменти електронного характеру варіюють не лише за формою, а й за засобами захисту, характером дії (кредитний, дебетовий) [1, 2].

Дані платіжні інструменти дозволяють досить швидко ідентифікувати його власника та здійснити платіж. Однак, варто зазначити, що ці інструменти мають як свої переваги, так і недоліки при здійсненні платежів.

Так, зокрема перевагами використання електронних платіжних інструментів є:

- мобільність здійснення розрахунку;
- можливість здійснення оплати товарів та послуг через мережу інтернет;
- можливість здійснення розрахунку в будь-який час доби, у вихідний день;
- можливість контролю використання коштів завдяки відображенню історії платежів;
- можливість користування для розрахунку кредитними коштами;
- правове регулювання.

Недоліками електронних платіжних інструментів є:

- втрата даних під час їх маршрутизації;
- шахрайські дії з платіжними інструментами;
- потреба у перевірці кредитоспроможності клієнта (для кредитної карти);
- потреба в авторизації карти;
- відсутність анонімності, що провокує прив'язку карти до нав'язливих торгівців, які починають надсилати рекламу на телефон закріплений за картою;
- обмеженість розрахунку;
- сплата відсотків за користування картою (у випадку розрахунку кредитною картою);
- сплата комісії за зняття готівки (але не за всіма дебетовими картками) [1, 2].

Обрання конкретного електронного засобу для здійснення розрахунків залежить від:

- обсягу здійснюваного платежу;
- періодичності стосовно здійснення платежу;
- вартості користування цим інструментом;
- відносин, що сформувалися між платником та одержувачем;
- характеру платежу (міжнародний, в межах країни);
- нормативних та законодавчих вимог і обмежень.

Таким чином, диджиталізація в платіжних системах пришвидшує розрахунки та надає можливість швидкого отримання послуг, однак поряд із перевагами диджиталізовані системи мають і власні недоліки, які учасники платіжних систем тримають на контролі та намагаються удосконалити платіжні системи з ціллю усунення цих недоліків.

Список використаних джерел

1. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон України від 05.04.2001 №2346-III / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14#Text> (дата звернення: 23.02.2021).

2. Положення про порядок емісії електронних платіжних засобів і здійснення операцій з їх використанням: Постанова Правління Національного банку України від 05.11.2014 № 705. / Національний банк України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0705500-14#Text> (дата звернення: 23.02.2021).

Дурач В. М.

начальник кафедри управління повсякденною діяльністю
військ та тилового забезпечення, полковник,

Ніколайчук Л.Г.

к.т.н., доцент, працівник ЗСУ, викладач кафедри управління
повсякденною діяльністю військ та тилового забезпечення

Національна академія сухопутних військ

імені гетьмана Петра Сагайдачного, м. Львів, Україна

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СПЕЦОДЯГУ ДЛЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ЗСУ ЯК ПІДВИЩЕННЯ ЇХ БЕЗПЕКИ

В провідних зарубіжних країнах ведеться активна робота, направлена на модернізацію існуючого та створення нового екіпірування для військовослужбовців. В Україні, зважаючи на проведення операції об'єднаних сил, виконання таких завдань також є актуальними. Одним з найважливіших напрямів – є зниження вартості боєкомплекту військової форми та впровадження в процес серійного виробництва нових технологій, частина яких дуже вартісна. Тому, це все значні витрати. При цьому, основні зусилля в даній галузі направлені на удосконалення виробничих процесів та підбір матеріалів для виготовлення тих чи інших моделей, що дозволяє не тільки знизити собівартість, але і покращити їх експлуатаційні характеристики [1, с. 8; 2, с. 192].

Під час удосконалення одягу та екіпіровки військовослужбовців, слід враховувати головну мету – надання цим виробам високих захисних властивостей від зовнішніх факторів, які б в свою чергу сприяли максимальному підвищенню рівня безпеки воїнів під час виконання бойових завдань [3, с. 22].

Основні напрями удосконалення військової продукції направлені на досягнення повного задоволення таких основних вимог до військового обмундирування та спорядження:

- дизайн, розроблений з врахуванням досвіду бойових дій в різних кліматичних і погодних умовах, на різноманітній місцевості;
- крій одягу, що забезпечує можливість дій військовослужбовця без скованості рухів, особливо під час стрільби (наприклад, на деяких моделях для зручності стрільби з коліна в середній частині штанин польових штанів робляться припуски);
- безшумність та мала оптична помітність;
- форма, розташування кишень, застібок і додаткових кріплень повинні відповідати стандартному комплекту екіпіровки;
- модульність конструкції, що забезпечує використання (кріплення) додаткових взаємозамінних елементів, які дозволяють оптимально (рівномірно та зручно, ергономічно) розташовувати різноманітні елементи екіпіровки (спорядження, озброєння), необхідні для виконання завдань в конкретних умовах розташування;
- мала маса комплекту обмундирування;
- висока зносостійкість та практичність (наприклад, на одязі повинні бути посилені наколінники та накладки на ліктьові суглоби);
- можливість розміщення та надійного кріплення засобів маскування, як штатних, так і підсобних;
- міцні безшумні застібки, замки та кріплення, що не замерзають та забезпечують швидке вдягання та скидання спорядження в різноманітних кліматичних і погодних умовах;
- спорядження не повинно обмежувати рухів та значно збільшувати бокову та фронтальну проекції військовослужбовця, а також мати габаритні характеристики, що враховують розміщення в бойових та десантних відділеннях військової техніки;
- забезпечення комфорту військовослужбовця під час довготривалого перебування у обмундируванні;

– схема спорядження повинна забезпечувати доступ до елементів екіпіровки в різноманітних положеннях [4; 5 с. 238-240].

Окрім того, функціональні властивості військової уніформи в багатьох випадках визначаються вибором тканини та матеріалом утеплювача, які повинні за можливістю максимально забезпечувати виконання двох вимог, що протирічать. По-перше, необхідно, щоб одяг опирався зовнішній дії навколишнього середовища, особливо води, тобто не намокав, по-друге, щоб він відводив випаровування з поверхні тіла. Найбільш повно даним вимогам відповідають так звані мембранні тканини, та їх аналоги, вироблені з використанням лазерних технологій. Для отримання ефекту мембрани в спеціальній тканині пропалюються мікро отвори, що за своїми розмірами не перевищують молекули води. Разом з тим розміри молекул пару менше, та вони вільно проникають в ці отвори. Таким чином, мембранна тканина не опирається випаровуванню поту з поверхні тіла, залишаючись водонепроникною [2 с.192; 5 с. 238-240].

Таким чином, з вище поданого, можна зробити висновок, що напрямами удосконалення спецодягу для військовослужбовців є:

- покращання дизайну, крою, форми елементів форми та модульності конструкції, забезпечення комфортності та високої ергономічності за всіма показниками з точки зору безпеки;
- зменшення маси, шумності та оптичної помітності;
- збільшення зносостійкості, практичності, завдяки розробці та застосуванню нових матеріалів, з кращими властивостями та додаткових елементів;
- розробка та використання засобів маскування, в першу чергу, це стосується камуфляжу польового одягу та інших частин спорядження.

Ці підходи, їх розвиток та впровадження у спецодяг для воїнів України дозволять, перш за все, сприяти збереженню їх життя та здоров'я в бойових та польових умовах.

Список використаних джерел

1. Бойове екіпірування військовослужбовця Збройних Сил України: Навчальний посібник / А.В. Слюсаренко, В.В. Федоренко, С.І. Оборнєв, Я.В. Бабій [та інші] Львів: НАСВ, 2017. – 190 с.
2. Манзяк О.М. Маскувальні елементи екіпіровки – фактор підвищення живучості воїна / О.М. Манзяк, Л.Г. Ніколайчук // Застосування Сухопутних військ Збройних Сил України у конфліктах сучасності: Збірник тез доповідей науково-практичної конференції 20

листопада 2020 року. Львів: НАСВ, 2020. С. 192.– 268 с.

3. Саєвич Й.Й. Речове забезпечення у військовій частині (на кораблі) Збройних Сил України в мирний час: Навчальний посібник / Й.Й. Саєвич, С.В. Скрипник, Р.І. Сапіга [та інші]. – Львів: АСВ, 2012 р. – 408 с.

4. Військовий і камуфляжний одяг [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ozon.com.ua/ua/spec/voennaya-i-kamuflyazhnaya-odezhda/>.

5. Карпюк О.М. Ніколайчук Л.Г., Сапожник Д.І. Одяг спеціального призначення та особливості сучасних вимог до нього. Молодь - науці і легкій промисловості – 2018: інноваційні технології легкої промисловості: Матеріали міжнародної наук.-практ. конф., 17-18 травня 2018 року, м. Херсон (Україна), Херсонський національний технічний університет, 2018. С. 238-240.

Єгорова О. В.

к.е.н., доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень, доцент

Дорошенко А. П.

к.е.н., доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень, доцент

Кончаковський Є. О.

к.е.н., доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень, доцент

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЕРЕХОДУ З ІНТЕНСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ОРГАНІЧНІ

Впродовж останніх десятиліть Україна послідовно нарощує обсяги експорту органічної сільськогосподарської продукції та досягла 2019 р. показника 99 млн євро, при цьому обсяги внутрішнього ринку органіки втричі менше. [1]

Наша країна має обґрунтовані амбіції стати світовим лідером виробництва органічної сільськогосподарської продукції. Для цього є гарні стартові умови – 8 млн га придатних для органічного виробництва земель та принаймні 20 млн га земель, які мають потенціал поліпшення до необхідного екологічного стану [5], багатовікові традиції дбайливого господарювання на землі та значна кількість населення, яке потенційно можливо залучити у цю сферу.

Проте, наявний потенціал вітчизняного органічного аграрного виробництва не використовується – станом на кінець 2019 р. частка органічних земель у загальній площі сільськогосподарських угідь становить лише 1,1% [5]. В

останні роки уповільнився процес переходу на органічні технології, зокрема знижуються темпи приросту «органічних господарств» та щорічний приріст площі органічних сільськогосподарських угідь у порівнянні з попереднім роком. Викликає занепокоєння й той факт, що експортується здебільшого органічна сировина, а не готова для споживання продукція. [4, 7].

Процес переходу на органічне господарювання в Україні гальмується низкою проблем, ризиків та упереджень. Серед аграріїв поширений стереотип щодо нижчої ефективності виробництва продукції за органічними технологіями у порівнянні з інтенсивними. І, дійсно, підстави для такої точки зору є – використання хімічних добрив, гербіцидів, пестицидів, отрутохімкатів якщо не гарантує отримання високих врожаїв, то максимально наближує до такого результату. У тваринництві використання кормів без консервантів, відмова від антибіотиків, збудників апетиту та гормонів-стимуляторів зростання, створення безстресових умов утримання й транспортування потребують додаткових витрат, які можуть не окупитися.

Втім, аналіз можливих позитивних результатів та негативних наслідків впровадження органічних сільськогосподарських технологій має бути комплексним і здійснюватися не лише за екологічною та економічною ефективністю, але й за технологічною (зокрема, енергетичною) та соціальною. Зауважимо, що не усі показники оцінки переходу на органічне ведення сільського господарства можна виміряти кількісно, зокрема важко дати формалізовану оцінку таким важливим результатам як вплив на здоров'я людей, рослин і тварин, створення безпечного життєвого простору або зменшення залежності від зовнішніх постачальників ресурсів. По впливу, який можна виміряти, ефект має визначатись як різниця показників традиційного та органічного виробництва.

Порівняльний аналіз наведених показників, розрахованих для різних технологій виробництва, дозволить наочно побачити переваги органічного ведення господарювання. Зазначимо, що деякі ефекти можуть проявлятися одразу, а деякі – із часом, навіть через десятиліття. Так, у перші роки перехідного періоду з інтенсивної на органічну технологію землеробства відбувається зниження урожайності на 10-15%, але надалі вона зростає. [6]

Для оцінки екологічної ефективності пропонуємо наступні показники:

- 1) екологічні характеристики якості одержаної продукції (згідно з державними стандартами України по кожному виду продукції);
- 2) показники якості ґрунтів (вміст гумусу, поживних речовин, глибина орного шару, рівень кислотності, ступень схильності до ерозії, засоленості,

заболоченості тощо);

3) шкідливі викиди у повітря, підземні води, річки внаслідок виробничих процесів на даному виробництві;

4) біорозмаїття (кількість видів флори та фауни даного регіону).

Показники технологічної оцінки запровадження органічного виробництва:

- урожайність сільськогосподарських культур, ц з га;
- продуктивність сільськогосподарських тварин та птиці, кг або шт від однієї голови;

- тривалість технологічного циклу, днів;

- показники використання землі;

- показники інтенсивності та продуктивності використання техніки, машин;

- паливомісткість одиниці продукції, ц;

- енергомісткість одиниці продукції, кВт-год;

- трудомісткість одиниці продукції, люд.-год.

Економічні результати запровадження органічного агровиробництва пропонуємо оцінювати за показниками:

- собівартість одиниці продукції, грн;

- матеріаломісткість одиниці продукції, грн;

- капіталомісткість одиниці продукції, грн

- ціна одиниці продукції, грн;

- обсяги реалізації продукції, одиниць;

- валовий прибуток (збиток), тис. грн;

- прибуток (збиток) з 1 га (або від однієї голови), грн;

- рівень рентабельності виробництва, %;

- витрати на сертифікацію виробництва (часто щорічні), системний контроль оцінки процесу виготовлення продукції та вихідного продукту;

- коефіцієнт окупності виробничих витрат;

- витрати на сплату екологічного податку, грн;

- витрати на подолання наслідків забруднення навколишнього середовища, грн.

Для оцінки соціальної ефективності пропонуємо порівнювати показники:

1) кількість працівників, долучених до даного виробництва, осіб;

2) затрати робочого часу на виробництво, люд.-год;

3) рівень середньої заробітної плати на даному виробництві, грн;

4) кількість споживачів органічні продукти, осіб;

5) клас гігієнічної класифікації праці умови праці на даному виробництві,

відповідно до Державних санітарних норм та правил [2];

б) показники розвитку сільських територій (стан доріг, забезпечення комунікаціями, дотримання санітарних вимог, кількість зайнятого населення, технічний стан об'єктів соціально-культурного побуту тощо).

Отже, перехід на органічні технології може дати підприємству позитивний екологічний, економічний, технологічний (ресурсний), соціальний ефекти. Разом з тим впровадження органічних технологій може мати й нейтральні чи навіть негативні наслідки. Негативний ефект може проявлятися, наприклад, у випадку перевищення витрат діяльності над отриманими доходами або якщо скорочуються робочі місця чи знижується рівень заробітної плати працівників.

Розвиток органічного виробництва продукції можливий лише за умови зацікавленості сільськогосподарських виробників у вирощуванні такої продукції. Для прийняття обґрунтованого рішення щодо переходу з інтенсивних на органічні технології на конкретному сільськогосподарському підприємстві, ми пропонуємо використовувати вищенаведену систему показників ефективності.

Список використаних джерел

1. Внутрішній ринок органічної продукції України, експорт та імпорт за 2019 рік. AgroPolit.com: *веб-сайт*. URL: <https://agropolit.com/infographics/view/95> (дата звернення: 15.02.2021).

2. Державні санітарні норми та правила «Гігієнічна класифікація праці за показниками шкідливості та небезпечності факторів виробничого середовища, важкості та напруженості трудового процесу», затверджених наказом Міністерства охорони здоров'я від 08.04.2014 № 248. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0472-14#Text> (дата звернення: 15.02.2021).

3. Єгорова О. В., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник Ю. М. Економічний аналіз: навч. посіб. Полтава : РВВД ПДАА, 2018. 290 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1260> (дата звернення: 15.02.2021).

4. Маховець М. Куди рухається та чи має шанси органічне агровиробництво в Україні. Онлайн-платформа «Дія.Бізнес»: *веб-сайт*. URL: <https://business.ua/uk/kudi-rukhaetsya-ta-chi-mae-shansi-organichne-agrovirobnitstvo-v-ukrajini> (дата звернення: 15.02.2021).

5. Органічне виробництво в Україні. Інформаційно-аналітичний портал АПК України: *веб-сайт*. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrajini> (дата звернення: 15.02.2021).

6. Органічне землеробство. Головний сайт для агрономів. Superagronom.com: *веб-сайт*. URL: <https://superagronom.com/slovnik->

agronoma/organichne-zemlerobstvo-id18574 (дата звернення: 15.02.2021).

7. Органічне сільське господарство. Офіційний сайт Федерації органічного руху України: *веб-сайт*. URL: <http://organic.com.ua/organichne-silske-gospodarstvo/> (дата звернення: 15.02.2021).

8. Україна – на другому місці за експортом органічної продукції до ЄС. УКРІНФОРМ: *веб-сайт*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3040089-ukraina-na-drugomu-misci-za-eksportom-organichnoi-produkcii-do-es.html> (дата звернення: 15.02.2021).

Жданюк К.,
студентка
Мірошніченко А.
студентка
Фокша Л.В.,

доцент кафедри цивільно-правових дисциплін Дніпропетровського
державного університету внутрішніх справ,
м. Дніпро, Україна

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ПОДАТКОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА ЯК СКЛАДОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ФІНАНСОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

На сьогоднішній день питання відповідальності за порушення норм в сфері оподаткування набуває особливого значення. Перш за все, це обумовлено тим, що велика кількість платників податків намагається будь-якими методами ухилитися від сплати податків, що, в свою чергу, є протизаконними діями, за які особа повинна понести відповідальність. Тому аналіз даної проблематики є вкрай необхідним.

Проблема відповідальності за порушення податкового законодавства викликає особливий інтерес за умов інтенсивного розвитку системи фінансового права та законодавства, що закріплює підстави відповідальності, санкції за порушення норм та визначає процесуальний порядок застосування норм. На сьогодні науковці не дійшли єдиної думки щодо „статусу” фінансово-правової та податкової відповідальності в системі юридичної відповідальності. Визнанням серед науковців і практиків є поділ юридичної відповідальності на чотири види: цивільно-правову, кримінальну, адміністративну та дисциплінарну. Причиною цього насамперед є і відносна новизна зазначеного інституту. Так, одна група вчених визначає фінансово-правову відповідальність самостійним видом юридичної відповідальності, що має свої особливості, виділяючи податкову

відповідальність як її підвид; інша – повністю заперечує існування цього виду відповідальності та визнає її окремим випадком адміністративної; третя – наголошує на самотійності податкової і бюджетної відповідальності [1, с. 27].

Дослідженням проблем юридичної відповідальності займалися такі науковці як: С. Алексєєв, О. Бандурка, З. Будько, В. Ковальський, В. Понікаров, С. Попова, М. Кучерявенко, І. Бабін та інші.

Поняття податкового обов'язку є однією з центральних категорій податкового права. Зміст податкового обов'язку визначається, насамперед, імперативним методом фінансово-правового регулювання, особливостями відносин, що складаються між суб'єктами з приводу сплати податків і зборів. Державне регулювання в сфері фінансів вимагає підпорядкування суб'єкта вимозі уповноваженої особи, а точніше – вимозі органів, що здійснюють фінансову діяльність держави. Саме тому правове регулювання відносин в галузі фінансової діяльності держави орієнтовано на одnobічні владні розпорядження державних органів щодо суб'єктів, що беруть участь у сфері фінансової діяльності держави. Владність розпоряджень державних органів полягає, насамперед, у тому, що вони приймають рішення, обов'язкові для іншої сторони правовідносин, і приймаються ці рішення в межах повноважень, що делеговані органу державою [2, с. 63].

Податкова відповідальність передбачає реалізацію особливих за видом і характером фінансово-правових санкцій. Так, відповідно до п. 111.2 ст. 111 Податкового кодексу України фінансова відповідальність застосовується у вигляді штрафних (фінансових) санкцій (штрафів) та/або пені. Родові ознаки податкової відповідальності зумовлюють доцільність вживання в теорії і законодавстві терміна «фінансові санкції». Останнім притаманні риси, що втілюють особливості фінансово-правових відносин і тому є справедливими для всіх підвидів таких відносин і, відповідно, підвидів фінансової відповідальності. Головною ознакою цих санкцій є їхній майновий, грошовий характер. Так, вони спрямовуються на майнову сферу особи порушника, впливають на його поведінку через грошові засоби, якими володіє порушник [3, с. 153].

Підставою будь-якого виду відповідальності є суспільно-небезпечне діяння, що має певні ознаки. До таких ознак відносять: караність, протиправність, наявність вини та суспільну небезпечність.

Таким чином, податкове правопорушення – протиправне (вчинене з порушенням податкового законодавства), винне діяння (дія або бездіяльність) особи, пов'язане з невиконанням або неналежним виконанням податкового обов'язку, за який встановлена юридична відповідальність. Необхідно враховувати, що в даному випадку мова йде про податковий обов'язок у широкому розумінні, що включає обов'язок по обчисленню, сплаті податків і зборів, здачі податкової звітності тощо, а не винятково про сплату податкових платежів [2, с. 100].

Українське податкове законодавство не містить інституту вини й не виділяє її як один з елементів складу податкового правопорушення. Що це – етап розвитку національного податкового законодавства (у кримінальному праві у певний період був відсутній інститут вини злочинника) або принципова позиція законодавця, що закріплює принцип відповідальності без вини («презумпцію винуватості») [1, с. 29].

Відповідальність за порушення податкового законодавства характеризується компенсаційним (відшкодувальним) характером. Тому, як бачимо, за правопорушення у галузі оподаткування законом передбачені доволі суворі покарання, але найчастіше настає, все-ж таки, фінансова відповідальність.

Отже, фінансово-правова відповідальність за порушення норм податкового законодавства України має на меті покарання правопорушника шляхом застосування до нього фінансово-правових санкцій. На нашу думку, фінансово-правова відповідальність як вид юридичної відповідальності є найдієвішим видом санкцій, які можуть застосовуватися безпосередньо до правопорушника у сфері податків. Але нормативне закріплення фінансової відповідальності потребує доопрацювання, зокрема уточнення в нормативних актах з питань оподаткування розмірів платежів, які повинен сплатити порушник у разі вчинення правопорушення в галузі податкового права.

Список використаних джерел:

1. Онищук Н. Ю. Відповідальність за порушення податкового законодавства / Н. Ю. Онищук // Фінансове право . - 2012. - № 2. - С. 27-29. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fp_2012_2_9.
2. Степанюк О.І. Податкове право. Навчальний посібник. Тернопіль, 2003. 1-245 с.

3. Літвінцева А. Фінансова відповідальність за порушення податкового законодавства. Підприємництво, господарство і право. 6/2016. 150-154 с.

Жданюк К. Г.

ЗВО 3 курсу юридичного факультету

Шевченко Т.В.

старший викладач кафедри кримінально-правових дисциплін
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ
м. Дніпро, Україна

ВИЗНАЧЕННЯ КРИМІНАЛЬНОГО ПРОСТУПКУ

З моменту прийняття Кримінального процесуального кодексу України в 2012 році було встановлено термін кримінальне правопорушення. Законом України №2617-VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення досудового розслідування окремих категорій кримінальних правопорушень» від 22.11.2018 року, що набрав чинності 1 липня 2020 року, було встановлено загальне поняття кримінального правопорушення та розмежовано поняття злочину та кримінального проступку, що стало поштовхом для розвитку інституту кримінального проступку в Україні. З появою категорії кримінального проступку у законодавстві України з'явилася гостра потреба у детальному аналізі його особливостей. Актуальність дослідження даної теми полягає у тому, що існує проблема у визначенні та розумінні поняття кримінального проступку. Тому дана проблематика вже давно потребує уваги науковців.

Новостворений закон спрямований на удосконалення правового регулювання кримінального процесу з метою ефективного досудового розслідування кримінальних проступків, та введення в дію спрощеного порядку розслідування. Цим законом передбачені зміни до Кодексу України про адміністративні правопорушення, Кримінального та Кримінально процесуального кодексів [2, с. 299].

Так як кримінальний проступок є видом кримінального правопорушення, то доцільно буде надати поняття й кримінального правопорушення. Згідно з п. 1 ст. 11 КК кримінальним правопорушенням є передбачене КК суспільно небезпечне винне діяння (дія або бездіяльність), вчинене суб'єктом кримінального правопорушення.

Відповідно до пункту 2 статті 12 КК класифікація кримінальних правопорушень на теперішній час складається з кримінальних проступків та злочинів, які в свою чергу діляться на нетяжкі, тяжкі та особливо тяжкі

злочини. Кримінальним проступком є передбачене КК діяння (дія або бездіяльність), за вчинення якого передбачене основне покарання у вигляді штрафу в розмірі не більше трьох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або інше покарання, не пов'язане з позбавленням волі[1].

У той же час дослідження останніх публікацій з цієї теми, зокрема, таких учених, як: А.А. Васильєв, О.П. Горпинюк, І.О. Зінченко, І.В. Красницький, О.С. Пироженко та інші, свідчить про те, що аналіз змін і доповнень до КК України, внесені Законом № 2617-VIII, мають фрагментарний характер, а основна дискусія серед науковців протягом багатьох років розгорталася стосовно таких питань, як: природа кримінального проступку та кримінального правопорушення, співвідношення злочину та кримінального проступку, а також доцільність введення останнього до кримінального законодавства України [3, с. 285].

Так, кримінальний проступок, як і злочин, є різновидом кримінального правопорушення, отже, йому притаманні всі основні ознаки кримінального правопорушення [4, с. 78].

Отже, на сьогоднішній день проступками, наприклад, є: крадіжка (ч. 1 ст. 185 КК України), шахрайство (ч. 1 ст. 190 КК України), хуліганство (ч. 1 ст. 296 КК України) та інші статті КК. Кримінальний проступок характеризується такими ознаками, як: протиправність, невеликий ступінь суспільної небезпеки, обмеження санкцією, що відповідає суспільній небезпеці, виключення такого правового наслідку, як судимість, характерного для злочинів [6, с. 317; 5, с. 158].

Проте, формуючи інститут кримінальних проступків, законодавець наповнив його не тільки злочинами. Кримінально караним діянням, нехай і нетяжким, тепер стане таке адміністративне правопорушення, як керування транспортними засобами в стані алкогольного, наркотичного чи іншого сп'яніння або під впливом лікарських препаратів, що знижують увагу та швидкість реакції [2, с. 299].

Однак, варто зазначити, що встановлення кримінального проступку впливає не лише на класифікацію кримінальних правопорушень, а і на інші інститути кримінального права. Так, суттєво впливає на інститут звільнення від кримінальної відповідальності (ст. ст. 45, 46, 47, 48 КК). Звільнення від кримінальної відповідальності із застосуванням примусових заходів виховного характеру (ч. 1 ст. 97 КК).

Крім того, впливає на звільнення від відбування покарання ч. 4 ст. 74 «Звільнення від покарання та його відбування», ч. 4 ст. 81 КК «Умовно-

дострокове звільнення від відбування покарання», п. 1 ч. 4 ст. 82 КК «Заміна невідбутої частини покарання більш м'яким»; за ст. 105 КК «Звільнення від відбування покарання із застосуванням примусових заходів виховного характеру. Також впливає на застосування заходів кримінально-правового характеру щодо юридичної особи – ст. 96-7 «Штраф». Згідно стаття 106 КК особа, яка вчинила кримінальний проступок може бути звільнена від кримінальної відповідальності та відбування покарання у зв'язку із закінченням строків давності.

Говорячи відокремлено про статтю 96-7 «Штраф», можемо зазначити зміни, які були внесені до неї безпосередньо Законом України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» від 06.12.2019 №361-IX. По-перше, були дещо змінені суми штрафів в частині другій абзаці четвертому (штраф до п'ятдесяти тисяч було замінено на штраф до сімдесяти п'яти тисяч) та в абзаці п'ятому (від п'ятдесяти до сімдесяти п'яти тисяч було змінено на суму від сімдесяти п'яти до ста тисяч). Тому, як бачимо, розміри штрафів підвищилися. Ці внесені зміни були дуже потрібні, так як навіть незначне підвищення суми штрафу може призупинити правопорушення.

Так, проектом КК України (станом на 17.01.2021 року) передбачена кримінальна відповідальність лише за вчинення злочину. Діяння, що відповідно до частини 2 цієї статті є малозначним, може становити інше, ніж злочин, правопорушення, за яке передбачена відповідальність Кодексом України про проступки [7].

Отже, так як інститут кримінального проступку в Україні є новим, то вельми необхідним є аналіз змінених норм та положень у кримінальному законі України. Суперечки та обговорення вчених навколо появи інституту кримінального проступку матимуть місце ще протягом довгого часу. Беззаперечно, дослідження цього інституту потребує уваги вчених та всебічного вдосконалення. Також слушно було б зазначити, що виокремлення в окремий інститут Кодексу України про проступки було б доречним, але потребує доопрацювання і значних змін щодо кримінального, кримінального процесуального та адміністративного законодавства.

Список використаних джерел:

4. Кримінальний Кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 25-26, ст.131. (Дата оновлення:

18.02.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text> (дата звернення: 17.03.2021).

5. Бровко Н.І., Сімакова С.І. Інститут кримінальних проступків як механізм спрощеного порядку досудового розслідування. *Юридичний науковий електронний журнал* № 3. 2020. 298-301 с.

6. Михайліченко Т. Кримінальні проступки: особливості правового регулювання. *Підприємництво, господарство і право*. 7. 2020. 284-290 с.

7. Данилевський А.О. Перспективи розвитку інституту кримінального проступку. *Правовий часопис Донбасу* № 1 (66). 2019. 77-82 с.

8. Ліпіна В. Кримінальний проступок у контексті реформування кримінального законодавства. *Молодий вчений*. 2019. № 3 (1). С. 157–160.

9. Шаповалова Ю.В. Інститут кримінального проступку: аналіз законодавчих новел. *Юридичний науковий електронний журнал* № 9/2020. с. 316-318.

10. Концепція реформування кримінального законодавства URL: <https://newcriminalcode.org.ua/concept> (дата звернення: 17.03.2021).

Жидовська Н.М.

к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування, доцент,

Галац В.О.

здобувач вищої освіти СВО бакалавр, ОП облік і оподаткування

Львівський національний аграрний університет

м. Львів-Дубляни, Україна

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЛИСТКІВ НЕПРАЦЕЗДАТНОСТІ В УКРАЇНІ

Основна мета запровадження електронної системи охорони здоров'я в Україні – це забезпечення можливості використання пацієнтами електронних сервісів для реалізації їх прав за програмою державних гарантій медичного обслуговування населення, автоматизація ведення обліку медичних послуг і управління медичною інформацією та запровадження електронного документообігу у сфері медичного обслуговування населення за програмою медичних гарантій.

Порядок запровадження Електронного реєстру листків непрацездатності, який є вагомою складовою даної електронної системи, Кабмін затвердив постановою № 328 ще 17.04.2019р. Увесь цей час електронний реєстр лікарняних готували до впровадження. Постановою від 03.03.2020р. № 159 «Про особливості ведення Електронного реєстру листків непрацездатності до забезпечення інформаційної взаємодії електронної системи охорони здоров'я

з Електронним реєстром листків непрацездатності» Кабмін до 01.04.2020р. зобов'язав МОЗ — розробити та затвердити за погодженням із Фондом соціального страхування порядок видачі, продовження та обліку листків непрацездатності, а ПФУ — створити та протестувати програмні засоби веб-орієнтованого сервісу та забезпечити реєстрацію у сервісі лікарів.[4] Однак очікуваного старту Електронного реєстру так і не сталося.

03.02.2021р. Верховна Рада прийняла постанову «Про заходи щодо запровадження Електронного реєстру листків непрацездатності» (Законопроект № 4243). Згідно Законопроекту № 4243, парламент зобов'язав Кабмін: [6]

- прискорити розробку та внесення змін до відповідних нормативно-правових актів з метою впровадження Електронного реєстру листків непрацездатності;
- провести аудит ефективності використання коштів, виділених на впровадження Електронного реєстру листків непрацездатності;
- інформувати ВРУ про вжиті заходи щоквартально.

Інші органи виконавчої влади повинні:

- розробити та затвердити свої нормативно-правові акти, необхідні для впровадження Електронного реєстру листків непрацездатності;
- провести процедуру погодження із Фондом соціального страхування України та затвердити Порядок видачі, продовження та обліку листків непрацездатності;
- забезпечити повноцінне функціонування Електронного реєстру листків непрацездатності.

Згідно Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 23.09.1999р. № 1105-XIV, електронний реєстр листків непрацездатності - це система накопичення, зберігання та використання інформації про видані, продовжені та обліковані листки непрацездатності. [1]

В даному електронному реєстрі містяться відомості про: [3]

- пацієнта (у разі непрацездатності особи, зумовленої необхідністю догляду: за хворою дитиною; за хворим членом сім'ї; за дитиною віком до трьох років або дитиною з інвалідністю віком до 18 років у разі хвороби матері або іншої особи, яка доглядає за цією дитиною);
- тимчасово непрацездатну особу;
- випадок тимчасової непрацездатності;
- особу, яка засвідчила відомості, і особу, яка зареєструвала медичний висновок в електронній системі охорони здоров'я;

- заклад охорони здоров'я;
- суму допомоги, що нарахована на підставі листка непрацездатності, в тому числі суму оплати перших п'яти днів тимчасової непрацездатності, та відомості про їх виплату;
- відмову в наданні застрахованій особі допомоги по тимчасовій непрацездатності та її причини;
- порушення встановленого порядку видачі та продовження листка непрацездатності за результатами перевірки обґрунтованості його видачі та продовження.

У майбутньому всі операції будуть проводити в електронній системі e-Health, в якій вже міститься інформація про пацієнтів, їхні електронні медичні картки, дані про відвідування лікарів та медичні направлення. Як власне буде працювати електронна система подамо на рисунку.

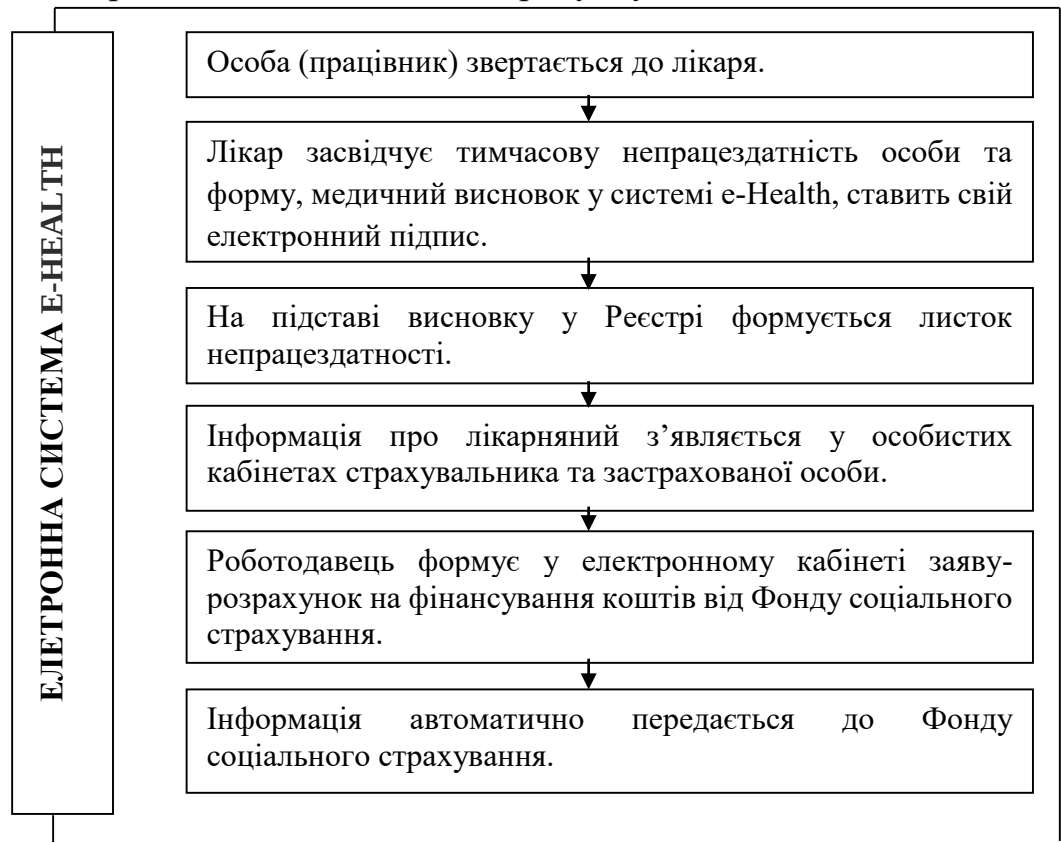


Рис. Порядок формування електронного листка непрацездатності та внесення його в Реєстр

Доцільно також відмітити, що лікар повинен буде внести до системи найменування страхувальника та його податковий номер в ЄДР. Тому роботодавці повинні вчасно проінформувати працівників про податковий номер підприємства. [7]

Новацією також є те, що застрахована особа зможе самостійно проставити дату одужання (п. 13 Порядку № 328). Для цього йому потрібно буде подати до реєстру звернення у вигляді повідомлення чи заяви про відновлення працездатності.

Інформація, яка буде міститися в Електронному реєстрі листків непрацездатності буде загальнодоступна і для: [3]

- **ФСС** — в обсязі, необхідному для перевірки обґрунтованості видачі та продовження листків непрацездатності, надання матеріального забезпечення, страхових виплат і соціальних послуг відповідно до Закону № 1105;
- **Держпраці** — про нещасний випадок на виробництві, професійне захворювання для розслідування і ведення обліку нещасних випадків, професійних захворювань та аварій на виробництві й повідомлення про тимчасову непрацездатність незастрахованої особи чи особи, про яку в Реєстрі немає відомостей;
- **застрахованій особі** — про реєстраційний номер облікової картки платника податків, період і причину непрацездатності. Ці відомості надають лише особі, якої вони стосуються, — через електронні кабінети застрахованих осіб на порталі послуг;
- **страхувальникові** — тільки за період перебування з ним у трудових відносинах застрахованої особи — через електронний кабінет страхувальника на порталі послуг;
- **особі, яка засвідчує тимчасову непрацездатність**, уповноваженій особі — через електронну систему охорони здоров'я у формі електронних копій документів про непрацездатність.

Отже, запровадження такої електронної автоматизованої системи дасть змогу перевіряти правомірність видачі пацієнтам електронних лікарняних і звести до мінімуму зловживання у цій системі та галузі охорони здоров'я в цілому.

Список використаних джерел:

1. Закону України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 23.09.1999 № 1105-XIV. URL: [https:// zakon.rada.gov.ua /laws/show/1105-14#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1105-14#Text)
2. Зустрічайте — електронні лікарняні: прийнято постанову КМУ. URL: <https://news.dtki.ua/labor/social-protection/61050>
3. Постанова КМУ від 17.04.2020 № 328 «Деякі питання організації ведення Електронного реєстру листків непрацездатності та надання

інформації з нього». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/328-2019-%D0%BF#Text>

4. Постанова КМУ від 03.03.2020 № 159 «Про особливості ведення Електронного реєстру листків непрацездатності до забезпечення інформаційної взаємодії електронної системи охорони здоров'я з Електронним реєстром листків непрацездатності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/159-2020-%D0%BF>

5. Постанова КМУ від 25 квітня 2018 р. № 411 «Деякі питання електронної системи охорони здоров'я». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/411-2018-%D0%BF>

6. Постанова «Про заходи щодо запровадження Електронного реєстру листків непрацездатності» (Законопроект № 4243).

7. Прокопчук І. Електронний реєстр листків непрацездатності 2021: то коли ж таки запрацює. URL: <https://www.golovbukh.ua/>

8. Уряд запроваджує електронний лікарняний з 1 квітня. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/03/3/657659/>

Загорулько І. М.
здобувач вищої освіти,
Сгорова О. В.

к.е.н., доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень, доцент
*Полтавська державна аграрна академія,
м. Полтава, Україна*

ПОРЯДОК РОЗПОДІЛУ ВИТРАТ НА УТРИМАННЯ ТА ЕКСПЛУАТАЦІЮ МАШИННО-ТРАКТОРНОГО ПАРКУ

У сільськогосподарському підприємстві машинно-тракторний парк є як невід'ємною складовою основного виробництва галузі рослинництва, так і окремим самостійним структурним підрозділом, що надає послуги на сторону (перевезення вантажів, обробка городів населення, послуги стороннім організаціям, будівельні роботи тощо). Від того, як організований управлінський облік роботи машинно-тракторного парку залежить правильність відображення витрат і калькулювання собівартості сільськогосподарської продукції.

На сьогодні в бухгалтерському обліку актуальним залишаються питання щодо розподілу витрат на утримання машинно-тракторного парку та їх облікового відображення.

Основним нормативним документом щодо обліку витрат у фінансовому обліку є П(С)БО 16 «Витрати» [2]. Цим положенням визначено склад витрат

та економічний зміст їх статей. Однак згаданий нормативний акт не містить детальної інформації щодо порядку обліку витрат та калькулювання собівартості продукції, робіт та послуг у сільському господарстві. Дані інструкції висвітлені у Методичних рекомендаціях із планування, обліку і калькулювання собівартості продукції, робіт, послуг сільськогосподарських підприємств, затверджених наказом Міністерства аграрної політики України № 132 від 18.05.2001 р. [1].

Спираючись на рекомендаційний характер цього документа в обліковій практиці підприємств бухгалтери не дотримуються порядку визначення собівартості та розподілу витрат на утримання машинно-тракторного парку.

Витрати ж по утриманню машино-тракторного парку та його експлуатації є спільними для різних виробництв, тобто такими, які не можуть бути віднесені на окремий вид діяльності, а тому вони підлягають розподілу. На підприємствах часто такі витрати не розподіляються, що призводить до недостовірного відображення понесених витрат. Методичними рекомендаціями № 132 передбачено, що у кінці року або після закінчення збирання врожаю накопичені витрати, списують за окремими статтями на відповідні культури пропорційно до площ, на яких зібрано врожай [1].

Калькуляційною одиницею використання машинно-тракторного парку є умовний еталонний гектар, собівартість якого визначається шляхом ділення загальної суми витрат по експлуатації машинно-тракторного парку на кількість виконаних умовних еталонних гектарів. Ця одиниця виміру обсягу виконаних робіт має наближений характер, так як обчислюється на підставі кількості виконаних нормо-змін, еталонного змінного виробітку на трактор конкретної марки. Даний показник згідно Методичних рекомендацій № 132 слугує базою розподілу непрямих витрат.

Таким чином, є необхідним закріплення в обліковій політиці підприємства відповідних статей витрат з обліку машинно-тракторного парку та порядок розподілу витрат на його утримання та експлуатацію.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств: наказ Міністерства аграрної політики України від 18 травня 2001 р. № 132. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0132555-01#Text> (дата звернення 19.03.2021).

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 Витрати: Наказ Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318 *Верховна рада*

України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00.html> (дата звернення: 10.03.2021).

Захаренко-Селезньова А.М.

старша викладачка кафедри маркетингу

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

м. Полтава, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В складних сучасних умовах застосування інноваційної інфраструктури на виробничих підприємствах перетворилось у важливий чинник як конкурентоспроможності, так і стрімкого економічного розвитку. Розглядаючи що стало поштовхом для прогресивних виробничих підприємств щодо створення власної інноваційної інфраструктури, стає очевидним що особливістю розвитку багатьох країн світу є те, що інноваційна інфраструктура мотивує економічні суб'єкти до інновацій.

Ключовим напрямом створення інноваційної інфраструктури в Україні це отримання економічних вигід: завдяки комплексній інноваційній діяльності розвивається та вдосконалюється науково-технічний потенціал країни, відкривається шлях подолання спаду виробництва, розробляється конкурентоспроможна продукція як для внутрішнього так і для зовнішнього ринків. Хоча не все здійснюється, як планується. В розрізі сьогодення стає зрозумілим, що на державному рівні не існує керованої та централізованої системи управління інноваційними процесами, а саме: відсутні елементи інноваційної структури; маже не функціонують венчурні фонди і центри трансферу технологій; нульова державна підтримка діяльності науковців, винахідників які мають великі здобутки у вигляді науково-технічних розробок. Також недостатньо координації з боку держави у використанні освітнього і наукового потенціалу вищих навчальних закладів у сфері новітніх технологій, тому що перспективні сфери інноваційної діяльності функціонують окремо, без рівноваги в системі взаємодій.

Саме тому для виробничих підприємств створення інноваційної інфраструктури з однієї сторони це необхідність розвитку підприємства в цілому, з іншої це перспективи співпраці з зовнішнім ринком. Виробничі підприємства задля створення інноваційної інфраструктури, метою якої є

розробка перспективних видів продукції, обирають та впроваджують відповідні заходи:

- створення та фінансування інноваційних і науково-технічних відділів;
- створення експертно-дослідницьких груп;
- співпраця із інформаційними системами;
- вдосконалення системи накопичення та обміну інформацією;
- стимулювання середовища інноваційної діяльності;
- використання та адаптація досягнень міжнародних інноваційних центрів.

Вибір комплексу заходів пов'язаний із специфікою виду діяльності підприємства, але ґрунтується також на меті та перспективі діяльності виробничого підприємства.

Дуже вдалим, для підвищення продуктивності та розробки нової конкурентоспроможної продукції на ринку, є використання на виробничих підприємствах досвіду японської фірми Toyota та покроковий шлях, який викладений у книзі щодо вдосконалення роботи підприємства [1]. Завдяки застосуванню основних принципів Кайдзен та залученню Канбан до створення інноваційної інфраструктури на таких підприємствах як *компанія MANEZH, (Черкаси), Modern Expo (Луцьк), KONSORT (Полтава)* функціонування підприємств вийшло на новий рівень – переосмислення і трансформації.

Наприклад Modern Expo, застосовуючи власний досвід та обираючи найкращий шлях для формування інноваційної інфраструктури створила компанію MINT, яка спеціалізується на розробці та впровадженні інновацій у роботу роздрібних компаній та компаній-виробників. Практичні досягнення компанії MINT у вигляді інноваційного обладнання презентуються на міжнародних виставках і підвищують як імідж підприємства Modern Expo, так і престиж країни в цілому[5]. Асоціація KONSORT запровадила щомісячні збори експертно-дослідницької групи Хакатон, де опрацьовуються інноваційні пропозиції від працівників і найбільш вдалі, після додаткового вивчення економічної ефективності, впроваджуються на виробництві[3]. *Компанія MANEZH позиціонує себе як – «інноваційні лідери в розробці власних сонцезахисних систем на ринку України», що підтверджується 25-ти річним досвідом*[4].

Виробничі підприємства, які самостійно впроваджують у роботу інноваційні розробки врахували світовий досвід який показує, що в умовах конкуренції перемагає той, хто має власну досконалу інноваційну

інфраструктуру. Саме тому інноваційна інфраструктура визначає темпи зростання економіки і відповідно підвищення добробуту населення. Але основною проблемою є те, що сфери інноваційної діяльності в різних галузях існують окремо. Це є негативним в розрізі пошуку нових рішень для виробництва. Обмін досвідом та представлення інноваційних досягнень у всіх галузях є перспективним напрямом для створення успішної мережі інноваційної інфраструктури нового типу.

Список використаних джерел

1. Джефрі К. Лайкер Філософія Toyota. 14 принципів роботи злагодженої команди/ Київ : Наш формат, 2017. 424 с.
2. Чорна Н. П. Інноваційний розвиток сфери виробництва продуктів харчування та ризики продовольчої безпеки : монографія. Львів : Ліга-Прес, 2012. 296 с.
3. KONSORT.Режим доступу: <https://konsort.com.ua/pro-kompaniyu/> (дата звернення: 20.03.2021). – Назва з екрана.
4. УКРАЇНСЬКИЙ ВИРОБНИК ІНДИВІДУАЛЬНИХ СОНЦЕЗАХИСНИХ РІШЕНЬ/ Режим доступу: <https://www.manezh.ua/about/> (дата звернення: 20.03.2021). – Назва з екрана.
5. WE CREATE RETAIL NEW/ Режим доступу: <https://modern-expo.eu/uk> (дата звернення: 20.03.2021). – Назва з екрана.

Зоря О.П.,

д.е.н., доцент

Зоря С.П.,

к.е.н., доцент

Мауер Д.Р.,

здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,

спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

На темпи зростання економіки аграрної сфери впливає цілий комплекс факторів, серед яких в сучасних умовах все більшого значення набуває інвестиційна привабливість. В аграрній сфері істотно варіюється питома вага і приріст інвестицій в основний капітал, що припадають на галузі сільського господарства та переробки. В умовах посилення конкуренції необхідна розробка нових підходів і стратегій підвищення інвестиційної привабливості,

які враховують існуючі тенденції та їх прояви, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів і аграрної економіки в цілому.

Інвестиційно-інноваційна стратегія є перспективним інструментом управління інвестиційною діяльністю суб'єктів господарювання, що встановлює напрям їхнього безпосереднього розвитку. Вона визначає форми і методи інвестиційної діяльності, спосіб формування відповідних ресурсів, а також перелік критеріїв для планування, здійснення та оцінювання інвестиційної діяльності.

Інвестиційно-інноваційна стратегія розвитку аграрного виробництва передбачає два напрями: цільове (формування джерел фінансування) та ресурсне (вибір об'єктів фінансування). Розробка інвестиційної стратегії враховує необхідність забезпечення балансу обмежених ресурсів між інвестиціями і поточною діяльністю, при цьому, за наявності цілого ряду потенційних проєктів і заходів, керівники стикаються з проблемою відбору з їх числа тих, які слід реалізовувати в першу чергу. Особливості фінансового стану та поточної діяльності господарюючого суб'єкта, змушують зосередити увагу на виборі типу Інвестиційно-інноваційної стратегії, якої буде дотримуватися підприємство. З урахуванням того, що для реалізації будь-якої стратегії необхідні ресурси, можна спиратися на найбільш відомі класифікації стратегій у сфері інвестування.

Серед основних типів стратегій можна виділити наступні:

1) наступальна інвестиційно-інноваційна стратегія для якої характерний найвищий рівень прийнятих ризиків, зростання інноваційної активності і можливе впровадження базисних інновацій. За рахунок великого обсягу виконуваних науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт та істотного підвищення на цій основі технологічного рівня – вирішується завдання зниження витрат виробництва, зростання частки ринку, а також забезпечення можливості отримання надприбутку;

2) захисна інвестиційно-інноваційна стратегія, що передбачає слідування за лідерами ринку в сфері інновацій. Ступінь ризику реалізації даного захисного типу стратегії дещо нижче, ніж наступальної, але при цьому прибутковість таких підприємств, відповідно, нижче технологічних лідерів. Підприємства, які вибрали даний тип інвестиційно-інноваційна стратегії, характеризуються досить високим технологічним рівнем і займають значну частку ринку;

3) інвестиційно-інноваційна стратегія імітації передбачає незначне вдосконалення раніше випущених конкурентами нововведень. При цьому впровадження інновацій виступає основою для підвищення рентабельності;

4) традиційна інвестиційно-інноваційна стратегія, яка передбачає, мінімальні вкладення в інновації;

5) поглинаюча інвестиційно-інноваційна стратегія, яка заснована на придбанні ліцензій на використання інновацій інших підприємств. Даний тип стратегії доповнює інші, оскільки при реалізації, наприклад, наступальної інвестиційно-інноваційної стратегії підприємство може впроваджувати в свою діяльність не тільки результати власних розробок, але технологічні рішення підприємств-конкурентів на основі придбання ліцензії.

Вибір типу інвестиційно-інноваційної стратегії, досить складне управлінське рішення (табл. 1), яке потребує комплексного аналізу як самої стратегії так і потенційно впроваджуваного інвестиційно-інноваційного проєкту та його системних показників. На вибір стратегії безпосередньо впливає і визначена на ринку конкуренція. Це обумовлено рядом причин: по-перше, конкуренція, що склалася на ринку, є безпосереднім «драйвером» інвестиційно-інноваційної діяльності, оскільки однією з розв'язуваних інвестиційно-інноваційною стратегією завдань виступає забезпечення конкурентних переваг. По-друге, сформований характер конкуренції є результатом минулих реалізованих інвестиційно-інноваційних стратегій.

Таблиця 1

Вибір інвестиційно-інноваційних проєктів відповідно до типу інвестиційно-інноваційної стратегії

Тип стратегії	Характеристика типового інвестиційно-інноваційного проєкту
Наступальна стратегія	- проєкти, пов'язані з впровадженням як базисних, так і поліпшуючих інновацій; - проєкти, що не мають на меті здійснення інноваційної діяльності, прибутковість проєктів – висока
Захисна стратегія	- проєкти, що не мають на меті здійснення інноваційної діяльності, прибутковість проєктів – досить висока
Стратегія імітації	- проєкти, засновані на поліпшуючих інноваціях, термін реалізації відносно низький для швидкого отримання ефекту, сума інвестицій відносно невелика; - проєкти, що не мають на меті здійснення інноваційної діяльності, прибутковість проєктів – висока або на рівні середньої прибутковості по ринку
Традиційна стратегія	- переважно проєкти, які не мають на меті здійснення інноваційної діяльності, сума інвестицій і терміни реалізації проєкту не принципові

Систематизовано авторами на основі [1, 2, 3]

Раціональний та оптимальний вибір стратегії дозволяє визначити цільові орієнтири стратегії підвищення інвестиційної привабливості аграрної сфери:

- зростання ефективності виробництва на основі впровадження інновацій;

- підвищення рівня зайнятості в несільськогосподарській сфері для підвищення доходів населення, прискорення вивільнення з сільськогосподарських підприємств зайвої робочої сили і підвищення продуктивності праці;

- забезпечення соціального розвитку сільських територій через спрямоване розширення соціальних послуг, підвищення їх якості та доступності;

- з метою забезпечення соціального захисту визначити умови соціального страхування і забезпечення громадян, які працюють у сімейних господарствах;

- врегулювання ринку праці, професійної освіти та міграційних потоків;

- поліпшення умов проживання і турбота про здоров'я населення;

- вдосконалення відносин у бюджетному секторі економіки.

Стабільний та ефективний розвиток аграрного виробництва має забезпечуватися випереджаючими темпами зростання продуктивності праці, а, отже, і достатнім обсягом капіталовкладень. У сучасних умовах одним з найбільш актуальних питань є пошук нових підходів і методів зростання інвестицій в аграрну економіку, які дозволяють забезпечити економічний розвиток сільських територій. Активізація інвестиційної діяльності вкладає передумови для динамічного вирішення існуючих як виробничих, так і соціально-економічних проблем галузі.

Список використаних джерел

1. Аранчій В.І., Зоря О.П., Голбан Т.Т. Стратегічні напрями інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва на галузевому та господарському рівнях. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 45. С. 33-38.

2. Зоря О. П., Сергієнко В.І., Зоря С. П. Теоретико-методологічні засади формування організаційно-економічного механізму комплексної активізації інвестиційних процесів в аграрній сфері. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 56. С. 35-39.

3. Oleksii Zoria, Volodymyr Serhienko. Theoretical and methodological principles of formation of investment and innovation strategy at the enterprise. *Three Seas Economic Journal*, Vol. 1, No. 3, 2020, pp. 35-39.

Кайнаш А. П.

к.т.н., доцент кафедри харчових технологій
*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

Будник Н. В.

к.т.н., доцент кафедри харчових технологій
*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

Назаренко Є. А.

здобувач вищої освіти 4 курсу СВО Бакалавр
спеціальності Харчові технології
*Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна*

ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ СІЧЕНИХ М'ЯСНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ ОЗДОРОВЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Харчування людини є одним з найважливіших чинників життя, від якого залежить здоров'я та працездатність. В системі заходів, спрямованих на захист людини від впливу харчових дефіцитів, істотна роль належить повноцінному, збалансованому харчуванню і використанню продуктів оздоровчого призначення. Відповідно до сучасної нутриціології повноцінною їжею вважається та, яка забезпечує всі функції організму. Харчовий раціон людини постійно повинен включати більше 600 нутрієнтів. Приблизно 95 % з них мають лікувально-профілактичні властивості. Отже, оздоровчі харчові продукти - це будь-який модифікований харчовий продукт або харчовий інгредієнт, який може позитивно впливати на здоров'я людини. Таким харчовим інгредієнтом може бути речовина або комплекс речовин тваринного, рослинного, мікробіологічного, мінерального походження або ідентичні натуральним, а також живі мікроорганізми, що входять до складу харчового продукту в кількості 10 – 15 % від добової фізіологічної потреби в розрахунку на одну порцію продукту, що мають науково обґрунтований і підтверджений сприятливий ефект на одну або кілька фізіологічних функцій, процеси обміну [1].

Мета роботи – здійснити оцінювання якості січених м'ясних напівфабрикатів оздоровчого призначення.

Розробленням та оцінюванням січених м'ясних напівфабрикатів оздоровчого призначення займалися багато вітчизняних науковців, зокрема: Віннікова Л. Г., Пасічний В. М., Гащук О. І., Облогін О. С, Митрофанова Я. О., Пересічний М. І., Сабадош Г. О. та ін. Також вивчення доцільності

використання топінамбура в технології м'ясних напівфабрикатів представлена в роботі [2]. Аналіз патентної бази та наукової літератури свідчить про актуальність розроблення та оцінювання якості січених м'ясних напівфабрикатів оздоровчого призначення.

Для виробництва січених м'ясних напівфабрикатів оздоровчого призначення в якості основної сировини було використано: свинину напівжирну, м'ясо куряче, ламінарію, насіння льону, мускатний гарбуз сорту Доля з підвищеним вмістом β -каротину, борошно гарбузове для панірування (замість пшеничного). В якості контрольного зразка були котлети, що виготовлені за традиційною рецептурою. Експериментальним шляхом встановлено максимальну кількість введених рослинних добавок до рецептури котлет оздоровчого харчування - не більше 15 % від маси м'ясної сировини.

Січені м'ясні напівфабрикати оздоровчого призначення були вироблені відповідно до розроблених рецептур у лабораторії кафедри харчових технологій.

Оцінювання якості січених напівфабрикатів здійснювали за органолептичними та фізико-хімічними показниками за стандартними методиками на відповідність вимогам ДСТУ 4437:2005 [3]. За результатами оцінки якості котлет з насінням льону за органолептичними показниками було встановлено, що зразки мали присмак насіння льону, ароматний запах, мазку структуру, вигляд фаршу на розрізі темного кольору з частинками насіння льону. Котлети з ламінарією мали присмак гречаної крупи та виражений смак ламінарії, жорсткувату, крихку та дещо суху консистенцію, на розрізі фаршу наявні шматочки ламінарії. Котлети з капустою кольрабі характеризувалися вираженим присмаком капусти, з дещо неприємним запахом, мали жорсткувату, волокнисту та сухувату консистенцію, вигляд фаршу на розрізі салатого відтінку зі шматочками капусти. Результати оцінки якості котлет з мускатним гарбузом показали, що зразки були смачні, із солодкуватим смаком, мали м'ясний та ароматний запах, фарш на розрізі світлого кольору з частинками гарбуза.

За результатами бальної оцінки якості найменшу кількість балів отримали котлети з капустою кольрабі, тому що в них відчувався неприємний запах та жорсткувата консистенція. Найбільшу кількість балів отримали котлети з мускатним гарбузом та з насінням льону, які характеризувалися приємним солодкуватим смаком, приємним м'ясним ароматом та ніжною консистенцією.

Лабораторні дослідження проводили з метою визначення фізико-хімічних показників: масової частки вологи, масової частки кухонної солі, жирів, бета-каротину, йоду. Для контрольного визначення вмісту бета-каротину, масової частки йоду та жирів, дослідні зразки були направлені в ДП «Полтавський регіональний науково-технічний центр стандартизації, метрології та сертифікації». Результати досліджень засвідчені в протоколах випробувань та представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Результати досліджень фізико-хімічних показників котлет з оздоровчого призначення

Показники	За ДСТУ	Контрольний зразок	Котлети з насінням льону	Котлети з ламінарією	Котлети з капустою кольрабі	Котлети з мускатним гарбузом
Масова частка солі, %	1,20 -1,50 (0,90-1,20)	1,30	1,11	1,19	1,00	0,96
Масова частка вологи, % не більше	65,00	64,00	60,00	64,30	63,00	64,70
Масова частка жирів, %, не більше	25,00	23,50	24,40	22,70	22,40	24,10
Масова частка йоду, %	-	-	-	0,28	-	-
Масова частка бета-каротину, %	-	-	-	-	-	3,13

Було встановлено найбільшу масову частку солі (1,19 %) в котлетах з ламінарією, що дозволяється для напівфабрикатів, рекомендованих для дитячого та дієтичного харчування, де масова частка кухонної солі не повинна перевищувати 0,9 % - 1,2 %. Найбільшу масову частку вологи (64,7%) визначили в котлетах з мускатним гарбузом, що напевно пов'язано з тим, що при внесенні рослинних добавок збільшується кількість вологи у фарші та призводить до підвищення соковитості фаршу. Підвищений вміст масової частки жиру (24,4 %) у котлетах з насінням льону свідчить про те, що саме насіння льону додатково вносить жир в котлети. Вміст йоду у котлетах з ламінарією (0,28%) та бета-каротину (3,13 %) в котлетах з мускатним гарбузом свідчать про те, що котлети можна рекомендувати до категорії оздоровчого призначення.

Отже, результати оцінювання якості січених м'ясних напівфабрикатів підтвердили доцільність використання обраних рослинних добавок, які дозволяють збагатити котлети бета-каротином, йодом, харчовими волокнами та

іншими речовинами та рекомендувати їх до категорії оздоровчого призначення.

Враховуючи отримані результати, в подальших дослідженнях доцільно визначити термін зберігання розроблених січених м'ясних напівфабрикатів оздоровчого призначення.

Список використаних джерел

1. Пересічний М. І. Наукове обґрунтування та розробка технологій продуктів громадського харчування радіозахисної дії : дис. докт. техн. наук: 05.18.16. Київ : КНТЕУ, 2000. 334 с.

2. Вивчення доцільності використання рослинної сировини в технології м'ясних напівфабрикатів / Будник Н. В., Кайнаш А. П., Ткаченко К. О., Поліковська Ю. О. Економічний, організаційний та правовий механізм підтримки і розвитку підприємництва : колективна монографія, за ред. О. В. Калашник, Х. З. Махмудова, І. О. Яснолоб. Полтава : Видавництво ПП «Астроя», 2019. С. 244-249.

3. ДСТУ 4437:2005. Напівфабрикати м'ясні та м'ясо-рослинні посічені. Технічні умови. [Чинний від 2016-01-07]. Київ, 2016. 24 с. (Інформація та документація).

Кальян О.С.

к.ю.н., професор кафедри підприємництва і права, доцент,

Осташова В.О.

к.ю.н., доцент кафедри підприємництва і права, доцент,

Полтавський державний аграрний університет,

м. Полтава, Україна

ОКРЕМІ ТЕОРЕТИЧНІ ТА ДЕОНТОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗЛОВЖИВАННЯ ПРОЦЕСУАЛЬНИМИ ПРАВАМИ

Згідно до вимог нормативних приписів ЦПК України визначено, що залежно від конкретних обставин суд може визнати зловживанням процесуальними правами дії, що суперечать завданню цивільного судочинства, зокрема, подання завідомо безпідставного позову, позову за відсутності предмета спору або у спорі, який має очевидно штучний характер.

Якщо подання скарги, заяви, клопотання визнається зловживанням процесуальними правами, суд з урахуванням обставин справи має право залишити без розгляду або повернути скаргу, заяву, клопотання [1].

Суд зобов'язаний вживати заходів для запобігання зловживанню процесуальними правами. У випадку зловживання процесуальними правами

учасником судового процесу суд застосовує до нього заходи, визначені цим Кодексом [1, ст. 44].

Конституцією України в ст. 55 закріплено право кожного громадянина на відновлення його порушених цивільних прав за допомогою судової форми захисту [2].

Але виявити і довести недобросовісну поведінку учасника процесу досить складно, в силу відсутності чіткої практики визначення даного поняття, його сутності, ознакам, а також через відсутність досконалого та ефективного механізму юридичної відповідальності за процесуальну несумлінність.

Існує думка, що якщо клопотання сторони спрямовані на зупинення розгляду справи, або на відкладення судового розгляду свідчать про намагання затягнути процес [3].

Однак деякі суди не вважають дану позицію правильною і вказують, що якщо вони були спрямовані на використання учасниками своїх процесуальних прав, і хоч і впливають на тривалість розгляду справи, їх не можна вважати спрямованими на умисне затягування цивільного процесу.

До числа таких дій можна віднести зміна заявлених позовних вимог, заява щодо витребування доказів, про відкладення судового засідання внаслідок неявки учасників процесу, виклик і допит свідків, тощо.

Питання про доречність існування такого інституту, як цивільна процесуальна відповідальність за зловживання процесуальними правами, вважається дискусійним. Більшість авторів схиляються до того, що інститут процесуальної відповідальності має повне право на існування, однак позиція окремих вчених показує, що даний факт все ж потребує додаткової аргументації [4].

Таким чином, з одного боку, зловживання процесуальними правами - це цивільне процесуальне правопорушення, а з іншого боку - неналежне здійснення суб'єктивних процесуальних прав.

В цьому проявляється спотворення суб'єктивного права при його реалізації. Даний феномен - «зловживання процесуальними правами», існує не тільки в українській, а й у зарубіжній судовій практиці.

Так країни з багатовіковою історією і глибокими правовими традиціями виявляються уразливими перед випадками виникнення процесуальних зловживань. Кожна країна по-різному сприймає це явище: як правопорушення або як спробу здійснити порушення. У суді Великобританії при розгляді цивільних справ відхиляють необґрунтовані і явно поверхневі вимоги сторін. До зловживання процесуальними правами англійські суди відносять повторне

звернення до суду з позовом, який вже був розглянутий; звернення до суду з позовом необґрунтовано; подача скарги на судовий акт з метою відтягування часу; зловживання реалізацією права на забезпечувальні заходи [5].

Для боротьби з процесуальними зловживаннями суди Великобританії застосовують такі заходи, як залишення заяви без розгляду; стягнення грошових коштів на користь відповідача; застосування штрафних санкцій; відмова суду розглядати позовну заяву, якщо було виявлено спробу змінити підсудність та інше.

У Сполучених Штатах Америки зловживання процесуальними правами сприймається, як спроба особи порушити встановлені законом загальні процесуальні принципи, без прив'язки до будь-якої норми. Законодавство США досить вимогливо ставиться до порядку обміну документами між сторонами, які беруть участь у справі, для того, щоб не допустити можливого зловживання процесуальними правами на даній стадії. Суд, як правило, уважно аналізує будь-які перепони, що виникли при розгляді справи, а саме: зміну кола осіб у справі або суттєву зміну підстав поданої заяви [5].

Гострота проблеми зловживання процесуальними правами обґрунтовує підходи багатьох вчених до розширення кола заходів цивільної процесуальної відповідальності не тільки в нашій країні, але і у світі в цілому.

Список використаних джерел

1. Цивільний процесуальний кодекс України від 18.03.2004 р. № 1618-4 . *Відомості Верховної Ради*. 2004, № 40 42. ст.492.
2. Конституція України від 28 червня 1996 № 254 к/96–ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 30. ст.141.
3. Голубєва Н.Ю. Зловживання цивільними процесуальними правами: новели ЦПК. Новели цивільного процесуального кодексу України: матеріали «круглого столу» (м. Одеса, 26 берез. 2018 р.) / за заг. ред. Н.Ю. Голубєвої ; Нац. ун-т «Одес. юрид. акад.». Одеса : Фенікс, 2018. С. 3–9.
4. Луспеник Д.Д. Зловживання процесуальними правами: законодавча регламентація, способи виявлення та шляхи протидії. *Часопис цивільного і кримінального судочинства*. 2015. № 6. С. 150–171.
5. Винокуров С. Н. Соотношение представлений о добросовестности в международном праве и праве США . *Международное право* . 2018. № 4. С. 27–32.
6. Васильев С.В. Порівняльний цивільний процес. Підручник. К.: Алерта, 2015. 352 с

Калюжна Ю.П.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу, доцент
Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна

ЕКОЛОГІЧНІСТЬ ТА БЕЗПЕЧНІСТЬ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Вигідне географічне розташування, родючий чорнозем, сприятливі кліматичні умови створюють основу для подальшого розвитку сільськогосподарського сектору в Україні. За останні роки Україна підвищила обсяги виробництва аграрної продукції і експорт зерна, ставши одним з провідних світових виробників та експортерів.

Т. Висоцький зазначив, що: «у січні 2020 р. Україна експортувала продукції агропромислового комплексу на 2 млрд. дол., що на 14 % більше порівняно із січнем 2019 р.»

Крім того, він вказував на те, що: «підвищення експорту продукції агропромислового комплексу відбулося в результаті підвищення урожайності та валового збору, а також попиту на українську продукцію серед світових споживачів. При цьому, при експортуванні зернової продукції основна частка становила: зернових культур – 48 % та олійних – 23 %».

«А найбільшими імпортерами є: Китай – 10,2 %, Єгипет – 10,1 %, Іспанія та Нідерланди – по 8 % і Туреччина – 6,6 %» – зазначив Т. Висоцький [1].

На сьогоднішній день актуальним питанням є екологічність та безпечність аграрної продукції, що повинна відповідати світовим стандартам якості реалізованої продукції.

Безпечність харчових продуктів – це гарантія того, що продукти не нашкодять споживачеві та навколишньому середовищу при їх виробництві, приготуванні або споживанні [2].

Наприклад, на поверхні одного зерна зосереджено від 40 до 800 тис. бактерій, а у зерновій масі різних культур зустрічаються до 60 видів пліснявих грибів. Крім того, біля 85 % збудників найбільш небезпечних хвороб злакових культур представлено грибами, з них 80 % – токсичні. Під час зберігання (від 3 до 6 місяців) в несприятливих умовах поверхневе зараження зерна грибами може збільшитися в 35- 40 разів, внутрішнє – в 3-4.

Відомо, що 25 % світового виробництва зерна забруднено мікотоксинами, при цьому втрати продукції досягають близько 5 млрд. євро в країнах ЄС; 2,5 млрд. дол. – у США і близько 1 млрд. – в Канаді [3].

За даними деяких науковців для поліпшення екологічності продукції в аграрному секторі треба застосовувати: високо-енергетичні культури, аквапонічні та еко-ферми, біогазові установки, Гумі-реактори, сидерати, біогумус, вологомери, тонзіометри, біорозкладну плівку, феромонні пастки, біодеструктори стерні, мікоризу, підземне крапельне зрошення тощо [4].

Список використаних джерел

1. У січні Україна експортувала продукції АПК на 2 млрд доларів – Мінекономіки. Електронний режим. URL. <https://www.radiosvoboda.org/a/news-export-apk/30445467.html>

2. Забезпечення безпечності і якості аграрної та харчової продукції відповідно до вимог угоди про асоціацію (базовий аналітичний матеріал до семінарів у регіонах). Електронний режим. URL. <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Zabezpechennya-bezpechnosti-i-yakosti-agrarnoyi-ta-harchovoyi-produktsiyi-vidpovidno-do-vymog-Ugody-pro-asotsiatsiyu.pdf>

3. Обробка зернової маси сільськогосподарських культур в сильних електричних полях сприяє вирощуванню екологічно безпечної продукції. Електронний режим. URL. <https://nubip.edu.ua/node/10607>

4. Калюжна Ю. П., Козаченко Ю. А., Терещенко І. О., Черненко К. В., Яснолоб І. О. Розвиток аграрного сектору за допомогою впровадження екологічних інновацій. С. 135-143. Екологічні інновації у підвищенні економічної та продовольчої безпеки України : колективна монографія ; за ред. Т. О. Чайки, І. О. Яснолоб, О. О. Горба. Полтава : ФОП Петренко І. М., 2020. 216 с.

Камишникова Е.В.

д.е.н., доцент кафедри економіки підприємств, доцент

Овчаренко Д.Д.

магістр першого року навчання

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

м. Маріуполь, Україна

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОЇ СКЛАДОВОЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) - це концепція, згідно з якою компанії враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив, який чиниться їх діяльністю на всі сфери суспільного життя.

Розвиток КСВ як сфери почався з запуску в Україні Глобального договору ООН в 2006 році, який став першим документом, який систематизував концепцію КСВ в Україні [1], і залишається до цього часу основним джерелом корпоративних ініціатив.

Факторами розвитку КСВ послужили, в першу чергу:

- глобалізація і загострення конкуренції;
- конкуренція за якісний персонал;
- збільшення розмірів і впливу підприємств;
- зростаюча роль репутації;
- зростання громадянської активності.

Розвиток в Україні КСВ відбувся в тому числі і завдяки зміні короткострокового мислення і моделі бізнесу «тут і зараз вичавити максимум» на стратегічно орієнтовану парадигму.

Існує два аспекти КСВ: зовнішній і внутрішній. Для українських підприємств пріоритетним напрямком є розвиток внутрішньої соціальної політики, яка розрахована на турботу і розвиток співробітників підприємства.

Численні дослідження вказують на те, що ініціативи з КСВ посилюють залучення та прихильність співробітників. Задоволення запиту працівників на участі у соціально відповідальних практиках підприємства забезпечує:

- збільшення лояльності співробітників та їхню задоволеність роботою;
- посилення залучення співробітників;
- надання поштовху для зростання продуктивності праці;
- надання працівникам можливості розвивати нові навички;
- поліпшення морального клімату та мотивації.

Серед бізнес вигод від впровадження внутрішніх практик КСВ у діяльність економічних суб'єктів можна виділити: зростання продуктивності праці, зниження витрат на залучення персоналу, зростання іміджу підприємств та їхньої ринкової вартості у стратегічній перспективі.

Для забезпечення позитивного результату програм КСВ використовуються конкретні внутрішньокорпоративні практики, такі як:

- 1) Формування корпоративної культури;
- 2) Підвищення професійно-кваліфікаційного рівня персоналу;
- 3) Залучення та підтримка молодих фахівців;
- 4) Охорона і поліпшення здоров'я співробітників та їх сімей;
- 5) Участь в реалізації дитячих та спортивних заходів;

б) Підтримка пенсіонерів і ветеранів.

Аналіз Звітів про сталий розвиток українських підприємств за 2009–2018 рр. показав, що близько 1/3 витрат були витрачені прямо чи опосередковано на заходи внутрішньої соціальної відповідальності [2].

Як приклади програм КСВ на вітчизняних підприємствах можна привести наступне:

1) У сфері управління умовами праці компанія СКМ (Систем Кепітал Менеджмент): виплачує зарплату всім своїм співробітникам в повній відповідності з законами України; впроваджує сучасні методи організації праці та розвиває корпоративну культуру; дотримується високих стандартів безпеки праці; забезпечує співробітникам рівні можливості, включаючи оцінку їх внеску в успішність бізнесу; інвестує в людські ресурси, навчає співробітників і надавати їм можливості розвитку; створює умови для того, щоб кожен співробітник міг повною мірою реалізувати свій потенціал [3].

2) Програми відповідальності по відношенню до співробітників компанії "Київстар" включають професійний розвиток персоналу, налагоджений зворотний зв'язок між співробітниками і керівництвом компанії, конкурентну заробітну плату, соціальне страхування, додатковий соціальний пакет в залежності від кваліфікації працівника. Система оплати праці в цій компанії має дві складові - постійну (у вигляді зарплати та інших фіксованих виплат) і змінну (у вигляді щоквартальних і річних премій). Розмір гарантованої частини формується відповідно до тенденцій ринку, для чого «Київстар» щорічно бере участь в оглядах заробітної плати провідних компаній, які представлені в Україні. При розрахунках змінної частини враховуються як індивідуальні результати роботи кожного співробітника (для цієї мети щорічно в компанії проводиться оцінка ефективності діяльності кожного співробітника), так і рівень досягнення цілей компанії в цілому [3].

У даний час все більше і більше підприємств займаються впровадженням внутрішніх практик КСВ, але, не дивлячись на це, до сих пір існує ряд проблем, які стримують їх впровадження:

1) Ідеологія соціальної відповідальності в Україні все ще недостатньо розвинена;

2) Вимушене прийняття КСВ, що тягне за собою відсутність ініціатив в цьому напрямку;

3) Низький рівень розуміння особливостей побудови соціально-відповідального бізнесу, відсутність інструментів реалізації на конкретних підприємствах;

4) Помилкові пріоритети соціальної відповідальності у ставленні суспільства і підприємства;

5) Культ особистості керівників підприємств.

Подолання комплексу цих проблем здатне вивести управління розвитком внутрішньої складової КСВ українських підприємств на якісно новий рівень.

Список використаних джерел

1. Кудинова М.М. Инструменты корпоративной социальной ответственности в Украине. *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*, 2013. № 11. С. 161-171.

2. Yashchyshyna I., Svider O., Kushnir O., Konovalova M. Corporate social responsibility of the enterprise: shortcomings and social effects for Ukrainian society. *Науковий вісник НГУ*, 2020. № 1. С. 152-157.

3. Кошелева Е., Воробьева О. Социальная ответственность бизнеса: опыт внедрения, характерные черты и особенности. *Вісник економічної науки України*, 2010. № 1 (17). С. 51-56.

Каспич В. О.,

магістр спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування,
ОПП Зв'язки з громадськістю

Науковий керівник: Панасенко Н. Л.,

к.е.н., доцент кафедри публічного управління та адміністрування, доцент
*Полтавська державна аграрна академія,
м. Полтава, Україна*

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ПРИКЛАД ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ

Роль і значення підприємництва в економіці сучасних держав залишається однією з найактуальніших тем для дослідження та обговорення економістів, соціологів, політологів, юристів, широкого загалу громадськості, політичних діячів, посадових осіб. Як правило, вістря відповідних дискусій спрямовується на визначення шляхів сприяння розвитку підприємництва, засобів заохочення населення до організації власної справи, механізмів запровадження успішного зарубіжного досвіду. Вагоме значення у процесах розвитку підприємництва мають відповідні регіональні програми, зокрема, Комплексна програма розвитку малого та середнього підприємництва у Полтавській області на 2017 – 2020 роки (надалі – Програма), затверджена рішенням пленарного засідання дванадцятої сесії обласної ради сьомого скликання від 23.12.2016 № 314 [1]. Серед завдань, які покликана була виконати Програма, – це популяризація ідей розвитку підприємництва.

Цільовою аудиторією поширення ідей розвитку підприємництва на думку розробників Програми мали бути: молодь, у тому числі і шкільна, учасники антитерористичної операції, внутрішньо переміщені особи. Поінформованість відповідних груп населення спрямовувалася у першу чергу на застосування енергозберігаючих технологій, залучення фінансових ресурсів, можливості участі підприємців у державних закупівлях тощо. Результати роботи, яка проводилась у Полтавській області щодо популяризації ідей розвитку підприємництва, в рамках реалізації завдань Програми представлена у табл. 1.

Таблиця 1

Результати виконання завдань Комплексної програми розвитку малого та середнього підприємництва у Полтавській області на 2017 – 2020 роки щодо популяризації ідей розвитку підприємництва

Показники	Роки		
	2017	2018	2020
Кількість заходів	53	16	-
Кількість учасників, осіб	1100	400	300

Необхідно зауважити, що відсутні у таблиці дані за 2019 рік не є свідченням відсутності або призупинення реалізації відповідних заходів. Подана у звіті про реалізацію Програми в 2019 році інформація мала узагальнюючий характер: «кошти спрямовані на створення сприятливих умов ведення бізнесу шляхом реалізації освітніх програм в бізнес-інкубаторах області, популяризації підприємництва, удосконалення роботи центрів надання адміністративних послуг» [1].

Фактично, через узагальнюючий характер інформації у звіті, бракує даних про кількість заходів з популяризації розвитку підприємництва у 2020 році. У той же час, зазначається, що відповідна робота проводилася на базі бізнес-інкубаторів закладів вищої освіти області. Зауважимо, що будь-яка діяльність із проведення масових заходів у 2020 році значно зменшилась через пандемію, викликану вірусом COVID-19, у наслідок чого робота, у тому числі і вищих навчальних закладів, проводилась дистанційно.

Згідно звіту про результати виконання Програми у 2018 році було проведено лише 16 заходів, але подані цифри не відображають їх якісної характеристики. Формою проведення цих заходів були семінари та тренінги. Саме у 2018 році в рамках реалізації заходів Програми підтримано напрямок соціального підприємництва. «На базі Громадської спілки «Соціальне підприємство Навчально-виробничий центр» проведено 4 семінари-тренінги

стосовно особливостей відкриття соціального підприємства, можливих напрямків діяльності та оподаткування» [1].

Громадська спілка «Соціальне підприємство «Навчально-виробничий центр» здобула грант у рамках діяльності Фонду підтримки малого і середнього підприємництва проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС) [2]. Результат втілення грантового проекту передбачав організацію на базі навчально-виробничого центру професійних курсів шиття для жінок із соціально-вразливих груп. До кола останніх потрапляє досить широкий спектр осіб, які опинилися у важкій життєвій ситуації, це і вимушені переселенці, і особи, що перебували у місцях позбавлення волі, були залежними від алкоголю та наркотичних засобів або є ВІЛ-позитивними.

Зауважимо, що результатом діяльності громадської спілки є не тільки навчання жінок із видачею кваліфікаційного сертифікату швачки чи кравчині (у 2019 році після закінчення тримісячних курсів їх отримали 12 осіб), але й їх подальше працевлаштування та виготовлення продукції вітчизняного виробництва із використанням сучасних технологій для потреб внутрішнього ринку і, навіть, співпраця із зарубіжними партнерами.

Отже, аналіз окремих даних звіту про виконання Програми свідчить, що передбачені та реалізовані за період 2017 – 2020 років заходи із популяризації ідей розвитку підприємництва, кількість яких коливалась у межах від 1100 до 300 протягом року, зуміли не лише зацікавити молодь, але й реалізувалися шляхом втілення конкретних соціальних проектів.

Список використаних джерел

1. Звіт про виконання Комплексної програми розвитку малого та середнього підприємництва у Полтавській області на 2017 – 2020 роки. *Полтавська обласна рада: офіційний сайт*. URL: <https://oblrada-pl.gov.ua/ses/next8/36.pdf> (дата звернення: 15.03.2021 р.)

2. Соціальне підприємство в Полтаві: жінки з уразливих груп шиють одяг для Франції та України. *Полтавщина: інтернет-видання*. 2020. 5 серпня. URL: <https://poltava.to/news/56756/> (дата звернення: 15.03.2021 р.)

Кириченко О. В.

к.т.н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології,
експертизи та митної справи

Каленіченко А. С.

здобувач вищої освіти ступеня магістра

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна*

АСОРТИМЕНТ МИЙНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ОЧИЩЕННЯ ПОВЕРХОНЬ

Велика кількість торговельних марок, різноманітне пакування та маркування, склад та механізм дії – все це, і не тільки, значно розширює асортимент мийних засобів. Однак важливим завданням ринку сучасних мийних засобів є питання їх безпечності, впливу на людину і навколишнє середовище.

Спираючись на дані Державної митної служби України [1], найбільший обсяг імпорту спостерігається у 2020 р. і становить 220864 тис. доларів США. Найнижчий показник був у 2015 р. – 155761 тис. доларів США. Це може бути пов'язано з кризовою ситуацією у країні. Разом з цим, у 2020 р. позначка сумарного обсягу експорту сягнула мінімального значення за період 2015-2019 рр. і становила 9512 тис. доларів США. Основними причинами зменшення експорту є вузький асортимент і не реагування товарів на зміни попиту.

На споживання і продажу засобів побутової хімії не впливає ні фактор сезонності, ні особливим чином кризовий стан економіки. Дана продукція завжди знаходиться в попиті, єдине, що під час кризи збільшилося споживання продукції економ-сегменту.

У сегменті товарів для миття підлоги частка мийних засобів українського виробництва переважає над виробами іноземного походження (рис. 1). Загалом усі товари мають європейське походження.

На ринку споживачам пропонуються мийні засоби, що необхідно використовувати для очищення різних поверхонь. Так, у приміщеннях найчастіше виникає потреба у прибиранні підлоги, що має наступні покриття: керамічна плитка; лінолеум; ламінат; паркет; комбінації різних матеріалів. На рис. 2 показано розподіл мийних засобів для очищення залежно від характеру поверхні.

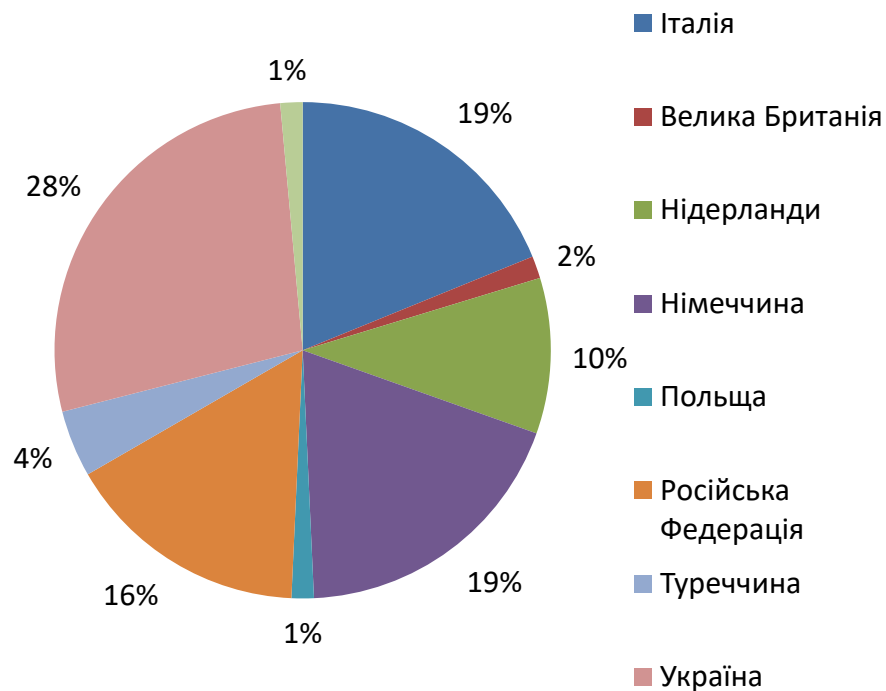


Рисунок 1 – Асортимент мийних засобів для миття підлоги залежно від країни виробництва

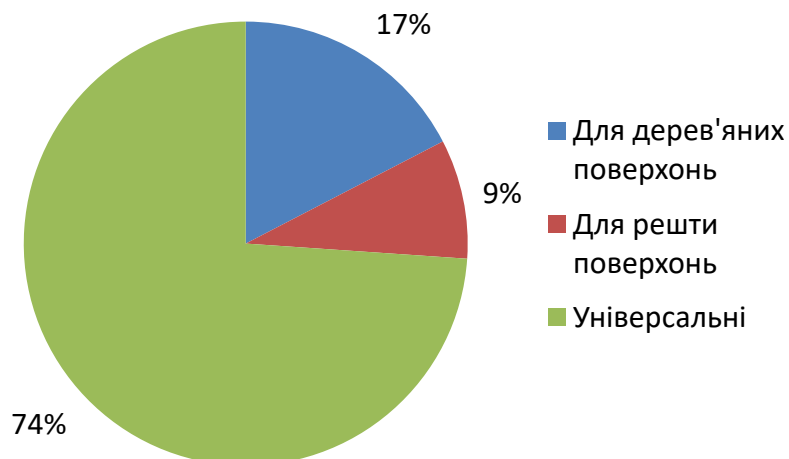


Рисунок 2 – Асортимент мийних засобів для миття підлоги залежно від поверхні, для очищення якої призначені

Можна зробити висновок, що виробник не орієнтується на матеріал виготовлення підлоги (74% засобів є універсальними), однак 17% засобів

призначені саме для дерев'яних поверхонь, особливо для паркету та ламінату, до складу таких мийних засобів часто додають силікони для утворення захисного шару та надання блиску.

Найбільш популярними ароматичними композиціями є лимон; лаванда; океан; ранкова свіжість; конюшина; арган; зелене яблуко та жасмин; «після дощу»; весняна свіжість; м'ята; меліса. Дозування мийних засобів для миття підлоги наступне: 500 мл; 750 мл; 1 л; 4 л; 5 л.

Новими на українському ринку є екологічно орієнтовані мийні засоби. Якщо аналізувати асортимент засобів, що використовуються для очищення поверхні, то значну частку займають імпортовані товари (рис. 3).

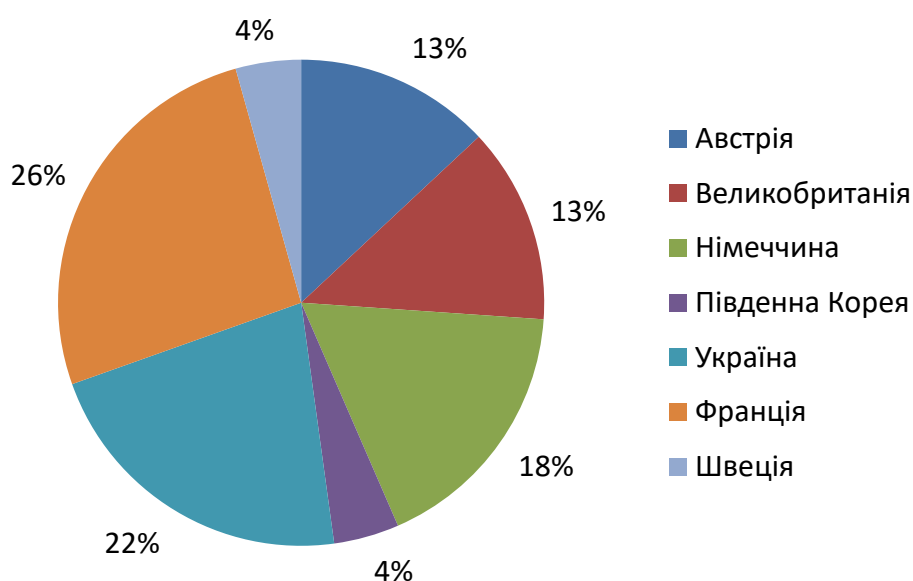


Рисунок 3 – Асортимент екологічних мийних засобів залежно від країни виробництва

Хоча Україна виробляє 22% органічних мийних засобів, все ж більшість імпортується з Франції, Німеччини, Великобританії, Австрії. Основними брендами є «AlmaWin», «KLAR», «Sodasan» (Німеччина), «Bio-D» (Великобританія), «COCOS», «DeLaMark», «EcoVita» (Україна), «Capt'Hygiene», «ETAMINE DU LYS» (Франція), «Nature Love Mere» (Південна Корея), «Oxiss» (Швеція), «Planet Pure» (Австрія).

Цінова політика органічних мийних засобів відрізняється, так мінімальна вартість 1 л становить близько 130 грн, а максимальна – 1500 грн.

Склад найчастіше скомпонований із води, цукрових ПАВ, етоксілатів жирного спирту, консульфату, MGDA, кокосового мила, бензоату натрію,

цитрату, ефірних олій. Виробники для маркування своїх товарів використовують знаки, що представлені на рис. 4.



Рисунок 4 – Інформаційні знаки на органічних мийних засобах [2]

Отже, можна зробити висновок, що асортимент мийних засобів для очищення поверхонь доволі різноманітний і кожен може знайти той чи інший мийний засіб, який підходитиме різному споживачеві за країною-виробником, способом дії, функціональними властивостями та ціною.

Список використаних джерел

1. Державна митна служба України, Статистика та реєстри. URL: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri#statistika>.
2. Органічні, натуральні та еко товари від Organic-Eco. URL: <https://organic-eco.com.ua/dlya-pidlogi/>.

Ковтун В.А.,

к. с.-г. н., доцент кафедри економіки та фінансів, доцент
*Херсонський державний аграрно-економічний університет,
м. Херсон, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЧНОЇ ТА ЕКОЛОГІЧНОЇ СЕРТИФІКАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

В умовах постійно зростаючої конкуренції на екологічних ринках привернути увагу споживачів до своєї продукції є одним із основних і пріоритетних завдань виробників. Існує багато маркетингових прийомів: реклама, виставки, ярмарки. Для завоювання довіри споживача, виробникові потрібна більш переконлива інформація про якість та екологічну безпечність товару. Цієї мети можна досягти екологічним маркуванням [1, с. 159]

Основою критерію екологічності виступає оцінка впливу на навколишнє середовище на усіх стадіях життєвого циклу продукції. Щоб отримати екологічне маркування підприємство повинне не тільки сплатити проведення експертизи для оцінки екологічної безпеки продукції та продуктів, життєвого циклу їх виробництва, але й впроваджувати та розвивати нові технології, які підтримують та підвищують рівень їх екологічної безпеки [2].

Порівняльна характеристика основних принципів та методів органічної та екологічної сертифікації продукції та продуктів харчування вказує, що мета цих видів сертифікації загальна - зменшення навантаження на довкілля, турбота про здоров'я споживача та справедлива конкуренція. Стандарти органічної сертифікації мають декілька систем. У ЄС згідно з Регламентом Ради ЄС № 834/200728; є окремо – національні системи США, Японії, а також близько 160 приватних систем сертифікації, акредитованих IOAS на основі базових стандартів Міжнародної федерації органічного аграрного руху (IFOAM). Стандарти екологічної сертифікації налічують у світі 28 регіональних та національних систем, визнаних на міжнародному рівні. Ці системи відповідають принципам і методам згідно з вимогами міжнародного стандарту ISO 14024. Як органічні так і екологічні стандарти не відмінюють вимоги державних норм та правил безпеки та не дублюють їх.

Об'єкти сертифікації органічна сертифікації є сировина, фермерське господарство, урожай, готова продукція її найменування і партія. Для екологічної сертифікації - готовий продукт та його найменування. Термін дії органічного сертифіката 1 рік – на технологічне забезпечення та проведення та дотримання технологій вирощування продукції у фермерських або великотоварних господарствах або на партію готової продукції. Екологічні

сертифікати діють 3 роки за умови щорічного нагляду за сертифікованою продуктами харчування [3].

Принципами та методами оцінювання органічної сертифікації є контроль за: доставкою продукції від поля до прилавка, управлінням господарством, складом продукту. Проводиться аудит цих господарств і технології виробництва продукції. Дещо інший підхід до екологічної сертифікації де враховуються: доставка від сировини до прилавка з контролем показників її безпеки, показників енергетичної, ресурсної та екологічної ефективності виробництва; склад продукту та матеріали для пакування; методи його зберігання і транспортування. Здійснюється аналіз протоколів випробувань і документації, яка підтверджує ці показники. Аудит виробництва проводиться за необхідності, відповідно до рішення експертної комісії [4].

При органічній сертифікації продукції діють такі основні обмеження: вирощування повинне бути без застосування агрохімії (пестицидів, мінеральних добрив, регуляторів росту), без вмісту ГМО, без вмісту харчових барвників ненатурального походження; корм для тварин без консерваторів та стимуляторів росту, збуджувачів апетиту, превентивного використання антибіотиків тварини повинні утримуватися в безстресових умовах. Готова продукція повинна містити у складі не менше 90% органічної сировини. Сталість та прозорість постачальників сировини (простежуваність ланцюгів постачання). Заборонене рафінування, мінералізація та інші прийоми, що зменшують поживні властивості продукції та продукту.

Екологічна сертифікація не допускає, у рази вищі, ніж державні норми, показники безпеки щодо вмісту токсичних елементів, радіонуклідів, залишків агрохімії, мікотоксинів; вмісту ГМО, вмісту харчових барвників ненатурального походження. Витримуються встановлені показники екологічної результативності технологічного процесу виробництва: енергоефективність, споживання води, викиди та відходи. Технологія переробки не повинна впливати на природну цінність сировини. Також важливим є сталість постачальників сировини (простежуваність ланцюгів постачання). Встановлені додаткові вимоги до пакувального матеріалу, споживчої тари, умов транспортування і зберігання готової продукції [5].

Товаровиробники продукції і продуктів органічного та екологічного сертифікування повинні бути свідомими і задовольняти якісними товарами споживачів. Виробники будуть мати стабільний та довгостроковий успіх цієї продукції, підвищувати імідж підприємств на зарубіжних екологічних ринках.

Список використаних джерел

1. Галик І, Богдан Семак Б. Зарубіжний досвід екомаркування товарів *Товари і ринки*. 2013. №1 С. 159-164
2. Дулин І. С. Проблеми та перспективи впровадження екологічного маркування товарів в Україні URL: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/1693/>
3. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року».
4. ДСТУ ISO 14024 «Екологічні маркування та декларації - Екологічне маркування типу» І - Принципи та методи».
5. Екологічна сертифікація та маркування товарів і послуг. Інститут екологічного управління та збалансованого природокористування. 2017 URL: https://mepr.gov.ua/files/docs/Ekolohichne_markuvannya/ecolabel_book.pdf

Коломієць П. В.

к.ю.н, доцент кафедри підприємництва і права, доцент
Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна

СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПОДАТКОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ШЛЯХУ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ ТА БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

1 січня 2021 року вітчизняна спільнота суб'єктів господарювання мала б відсвяткувати 10-ти річчя з дня набрання чинності Податкового кодексу України (далі – ПКУ), який за задумом законодавця повинен був би стати вирішальним акцентом у довготривалій реформі національної системи оподаткування. Проте, ця дата пройшла ніким непоміченою, – ані авторами його проекту, ані депутатським корпусом, що надав йому статус закону, ані виконавчими органами та платниками податків, що і на сьогодні керуються нормативними положеннями ПКУ.

Практика сьогодення показала, що ПКУ, як би не було прикро про це казати, був, є і продовжує бути недосконалим кодифікованим актом. І при цьому, за десятирічний термін його чинності (станом на 25.02.2021 року), ПКУ було змінено 149 документами. Якщо застосувати математичні розрахунки, тобто 149 поділити на 10 років, то маємо результат, – майже 15 «удосконалень» щорічно, а якщо точніше, то по одному на місяць.

Постає питання: «А чи варто податковим реформаторам продовжувати вдосконалювати те, що не вдосконалюється?». Мабуть доцільніше, нарешті,

зупинити цей нескінчений потік невизначеності державної податкової політики з питань правового регулювання суспільних відносин у сфері оподаткування. Тім більш, що в умовах європейської інтеграції та нових фінансово-економічних викликів, недосконалість податкового законодавства є ризиком, що загрожує не тільки безпосередньо податковій безпеці України, а й її національній безпеці.

Сучасна проблематика правового регулювання податкової безпеки, як суб'єктів господарювання, так і держави Україна, особливо в контексті взаємодії держави та бізнесу на їх шляху до європейської інтеграції, залишається нагально актуальною. І яскравим підтвердженням зазначеного вище є Закон України від 17.12.2020 року № 1116-IX «Про державну підтримку інвестиційних проектів із значними інвестиціями в Україні» [1], який набрав чинності 13 лютого 2021 року. Цей Закон, за твердженням законотворців, визначає організаційні, правові та фінансові засади державної підтримки інвестиційних проектів з метою створення сприятливих умов для залучення в Україну значних інвестицій (внутрішніх і зовнішніх), створення нових робочих місць, стимулювання економічного розвитку регіонів та зростання конкурентоспроможності економіки України.

Поставимо завданням цього дослідження: 1) з'ясувати вплив на податкову безпеку України державної підтримки інвестиційних проектів із значними інвестиціями, що можуть надаватися інвестору із значними інвестиціями, саме у формі звільнення від сплати окремих податків та зборів відповідно до ПКУ (пункт 1 частини 1 статті 3 Закону України № 1116-IX); 2) довести, що ця норма закону, яка декларує пільгове оподаткування, збільшує втрати дохідної частини бюджету, тобто зменшує надходження бюджету у вигляді податкових платежів, а отже є загрозою податковій безпеці України.

Виконання поставлених завдань дослідження почнемо з аналітичного огляду Пояснювальної записки від 01.07.2020 року (далі – Пояснювальна записка), яка є супровідним документом до Проекту Закону про державну підтримку інвестиційних проектів зі значними інвестиціями від 01.07.2020 року № 3760. Зокрема, відповідно до пункту 5 «Фінансово-економічне обґрунтування» цієї Пояснювальної записки, прийняття та реалізація положень, передбачених законопроектом, не потребуватимуть додаткових витрат Державного бюджету України [2].

З цього приводу постає перше питання, – а хіба витрати на утримання уповноваженої установи, яка відповідно до п. 9 ч. 1 ст. 1 Закону України

№ 1116-IX, є державною установою, уповноваженою Кабінетом Міністрів України на: 1) здійснення інвестиційними менеджерами, які входять до складу державної установи, супроводу заявника та інвестора із значними інвестиціями у підготовці та реалізації інвестиційного проекту із значними інвестиціями, 2) сприяння виконанню спеціального інвестиційного договору, 3) виконання інших функцій, передбачених цим Законом, – не належать до переліку видатків, що здійснюються з Державного бюджету України? Самі ж на це питання й надамо відповідь, – до видатків, що здійснюються з Державного бюджету України, відповідно до статті 87 Бюджетного кодексу України, належать видатки на: 1) виконавчу владу (абз. 1 пп. «б» п. 1 ч. 1); 2) державні інвестиційні проекти (п. 16 ч. 1) [3]. Отже, реалізація положень, передбачених Законом України від 17.12.2020 року № 1116-IX, потребуватиме додаткових витрат Державного бюджету України, зокрема в частині утримання уповноваженої установи, яка є державною установою.

З'ясувавши питання з *витратами* Держбюджету України, зупинимось на *втратах дохідної частини* Держбюджету, про які в Пояснювальній записці взагалі не йдеться. З цього приводу постає друге питання, – а хіба державна підтримка, яка може надаватися інвестору у формі податкових пільг, (п. 1 ч. 1 ст. 3 Закону України № 1116-IX) не збільшує *вtrat дохідної частини бюджету*, тобто не зменшує надходження бюджету у вигляді податкових платежів, а отже не є суттєвою загрозою податковій безпеці України? І знову ж таки самі на це питання й надамо відповідь, – податкові пільги є ризиками, що загрожують податковій безпеці України, оскільки спричиняють втрати доходів Держбюджету України.

Податкові пільги рідко досягають тієї мети, заради якої колись вводилися, а їх ефективність є значно нижчою порівняно з тими результатами, які можна було б очікувати за прямого цільового бюджетного фінансування певних програм. Можливо, безпосередньо вони не призводять до видатків з бюджету, проте спричиняють скорочення його доходів, тим самим зменшуючи ресурси держави [4, с. 25].

Далі зупинимось на положеннях п. 6 «Прогноз соціально-економічних наслідків прийняття проекту» Пояснювальної записки, відповідно до якого, прийняття законопроекту сприятиме: забезпеченню конкурентних переваг України як напряду капіталовкладень; створенню нових високооплачуваних робочих місць; підвищенню якості життя громадян України; створенню доданої вартості виробленої в межах України продукції; стимулюванню економічного розвитку регіонів; розвитку спроможностей індустрій з високою

доданою вартістю; зростанню частки місцевих постачальників; збільшенню частки секторів з виявленими порівняльними перевагами; нарощуванню обсягів експорту високотехнологічного продукту; інтеграції до глобальних ланцюгів поставок.

Разом із тим, результати аналітичного огляду супровідних документів до тексту законопроекту про державну підтримку інвестиційних проєктів зі значними інвестиціями від 01.07.2020 року № 3760, свідчать про той факт, що законодавець, м'яко кажучи, проігнорував вимоги норм ст. 27 Бюджетного кодексу України щодо порядку подання і розгляду законопроектів, які впливають на показники бюджету, та введення в дію таких законів. Зокрема, 1) до цього законопроекту, прийняття якого призведе до зміни показників бюджету, суб'єкт права законодавчої ініціативи зобов'язаний був додати фінансово-економічне обґрунтування (включаючи відповідні розрахунки), але цих розрахунків не додано; 2) якщо такі зміни показників бюджету передбачають зменшення надходжень бюджету та/або збільшення витрат бюджету, до законопроекту повинні були бути подані пропозиції змін до законодавчих актів України щодо скорочення витрат бюджету та/або джерел додаткових надходжень бюджету для досягнення збалансованості бюджету, але цих пропозицій не було подано.

Інститут податкових пільг в Україні є, на жаль, деформованим через лобіювання права на пільгу, яка вже стала неодмінним атрибутом здійснення підприємницької діяльності. Однак бізнесу потрібно згадати про принцип самостійності у формуванні власних інвестиційних ресурсів, а не розраховувати виключно на державну допомогу та ще й мати від цього додаткову вигоду. У реаліях сьогодення режим пільгового оподаткування існує постійно та не відрізняється прозорістю, є конкурентними перевагами для окремих суб'єктів, порушуючи основні принципи оподаткування (нейтральності, справедливості, ефективності). Дискусії навколо податкових пільг тривають. Серед пропозицій можна зустріти як повну ліквідацію податкових пільг, так і суттєву їх «чистку» [4, с. 29-30].

Досконале правове регулювання взаємодії держави та бізнесу, зокрема у сфері оподаткування, є запорукою зміцнення податкової безпеки України, як запоруки перспективного розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору.

Список використаних джерел

1. Про державну підтримку інвестиційних проектів із значними інвестиціями в Україні: Закон України від 17.12.2020 р. № 1116-IX. *Офіційний вісник України*. 2021. № 14. Ст. 571.
2. Пояснювальна записка до Проекту Закону про державну підтримку інвестиційних проектів зі значними інвестиціями: Супровідний документ від 01.07.2020 до законопроекту від 01.07.2020 року № 3760. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=3760&skl=10.
3. Бюджетний кодекс України: Закон України від 08.07.2010 р. № 2456-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2010. № 50-51. Ст.572.
4. Теоретико-прикладні аспекти інвентаризації податкових пільг, передбачених українським законодавством. Ірпінь. НДІ фін. права. 2013. 60 с.

Коломієць П. В.

к.ю.н, доцент кафедри підприємництва і права, доцент

Головань В. В.

ЗВО спеціальності 081 Право

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ

ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Господарська діяльність – це діяльність суб'єктів господарювання, яка здійснюється у сфері суспільного виробництва та спрямована на виготовлення і реалізацію певної продукції, виконання робіт, надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність (п. 1 ст. 3 Господарського кодексу України).

Згідно Господарського кодексу України, а саме ст. 2, учасниками відносин у сфері господарювання є суб'єкти господарювання, споживачі, органи державної влади, органи місцевого самоврядування, які наділені господарською компетенцією, та громадяни, громадські, інші організації, що є засновниками суб'єктів господарювання чи здійснюють щодо них організаційно-господарські повноваження на основі відносин власності.

Як і будь-яка діяльність в нашій державі, господарська діяльність суб'єктів господарювання має нормативно-правову основу, яка має на меті надання суспільним відносинам порядку, який вказує держава, в погодженні з інтересами суспільства, що сприяє розвитку основних сфер суспільства.

Необхідно зазначити, що правове регулювання являє собою конкретну та результативну діяльність держави, в особі її органів та їх посадових осіб,

що має методичний характер, є гарантом втілення правових норм, реалізується за допомогою великого спектру правових засобів, специфічних методів і способів. Правове регулювання досить складне і багатоаспектне явище, одним із різновидів якого є нормативне регулювання.

Нормативне регулювання – це особливий вид діяльності суспільства, який спрямований на створення, реалізацію та забезпечення загальних норм поведінки людей, з метою впорядкування їх відносин і досягнення стабільної ситуації в суспільстві. Реалізація нормативного регулювання здійснюється за допомогою норм права, які закріплені в законах та інших нормативно правових актах.

Найпоширенішою класифікацією нормативно-правових актів є класифікація за їх юридичною силою. Взявши її за основу, розглянемо її в полі правового регулювання діяльності суб'єктів господарювання.

Зокрема, Конституція України в ст. 42 затвердила загальні принципи здійснення підприємницької діяльності [1]. Господарський кодекс України встановив загальні правові засади господарювання в Україні [2]. Цивільний кодекс України, зі свого боку регулюючи немайнові та майнові відносини, містить в собі положення, які також опосередковано регулюють господарські відносини [3].

Особливу увагу хотілося б приділити значенню у підприємницькій діяльності Податкового та Митного кодексів України. Податковий кодекс України регулює один із найважливіших моментів господарювання, а саме питання оподаткування суб'єктів господарської діяльності [4]. Митний кодекс України, у свою чергу, регламентує порядок переміщення через митний кордон України товарів, які поставляються за договорами суб'єктів господарювання, сплати державного мита та інших зборів [5].

Крім Конституції України та кодексів, правове регулювання суб'єктів господарювання здійснюють закони, зокрема, Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності», Закон України «Про страхування», Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» тощо, укази Президента України – «Про деякі заходи з дерегулювання підприємницької діяльності», «Про запровадження дозвільної системи у сфері підприємницької діяльності» та інші, нормативно-правові акти Кабінету міністрів України та міжнародні договори, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України [6, с.14].

Список використаних джерел

1. Конституція України. *Відомості Верховної Ради України*, 1996, № 30. Ст. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>.
2. Господарський кодекс України. *Відомості Верховної Ради України*, 2003, № 18-22. Ст.144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
3. Цивільний кодекс України. *Відомості Верховної Ради України*, 2003, № 40-44. Ст.356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
4. Податковий кодекс України. *Відомості Верховної Ради України*, 2011, № 13-17. Ст.112. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
5. Митний кодекс України. *Відомості Верховної Ради України*, 2012, № 44-48. Ст.552. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.
6. Мачуський В.В., Кожура Л.О., Сагайдак Ю.В. Правове регулювання господарської діяльності. Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2015. 152 с.

Кононенко Ж.А.,

к.е.н., доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень
Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна

ПРИЙНЯТНІСТЬ КОНЦЕПЦІЇ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ У ПРОГНОЗУВАННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Метою стратегічного аналізу має бути визначення економічної привабливості підприємства та його окремих структурних товарних сегментів, тобто ідентифікація джерел отримання різнобічного прибутку в середині підприємства. Даний аналіз дає змогу зрозуміти структуру та динаміку життєдіяльності підприємства, характерні для нього можливості зростання та існуючі загрози, а також дає змогу визначити ключові складові успіху і на цій базі створити стратегію присутності підприємства на ринку. Стратегія підприємства на ринку визначається на засадах того, в якій галузі-напрямку воно буде працювати. В основі стратегічного аналізу знаходиться рівень прибутковості, який залежить від галузевої структури, що окреслює одну галузь надзвичайно прибутковою, а іншу, як непривабливу через жорстку конкуренцію і малий прибуток.

Структура галузі динамічна та постійно розвивається під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів (сил). Фактори, що діють поза галуззю, впливають відносно, так як зовнішні фактори, зазвичай, впливають на всі фірми галузі. Розв'язання проблеми знаходиться в площині здатності фірм співпрацювати з цими факторами. Для створення прогнозів еволюції галузі

треба вивчити життєвий цикл самої галузі з метою винайдення впливу факторів зовнішнього оточення [3].

Для цього необхідно:

- знайти різні стадії розвитку самої галузі;
- окреслити чинники, які мають вплив на процеси розвитку галузі;
- відділити ключові фактори для успіху, які виникають в галузі на різних стадіях її життєдіяльності;
- визначити стратегії, організаційні структури і схеми управління, які асоціюються з певними стадіям життєвого циклу галузі;
- ідентифікувати метод сценаріїв, як приклад, для дослідження перспектив галузі [5].

Кожна галузь має свою перспективну модель розвитку виходячи від витоків до зрілості, яка має назву життєвий цикл галузі. В її основу покладена теорія життєвого циклу виготовленого продукту. Вона базується на уявленні про те, що кожна галузь за свій певний життєвий цикл має пройти такі стадії розвитку: стадія зародження, стадія зростання, стадії зрілості і спаду. Головними критеріями та властивостями визначення життєвого циклу галузі має бути обсяг реалізованої продукції та розмір отриманого прибутку і, звісно, до цього вибір своєї стратегії для кожної фірми [1].

Життєвий цикл товару та процес реалізації продукту іноді ототожнюють з підходом, що розкриває зміст збут, отримання прибутку, забезпечення потреб споживачів, утримання позиції в конкурентному середовищі і розробки стратегії реалізації на етапі впровадження продукту на ринок та його реалізації.

Для життєвого циклу діяльності підприємства характерними є динамічні процеси в обсягах продажу та коливання в розмірах сум отриманих прибутків. Такі зміни відображаються у вигляді зміни кількісних показників і часових даних. При складанні планових значень намагаються визначати заздалегідь непоправних помилок і уникати їх на практиці. Для цього проводиться оцінка альтернативних можливостей власних (внутрішніх) та конкурентів (зовнішніх). Тому врахування елементів стратегічного прогнозування є невід'ємною складовою формування стратегічних векторів діяльності підприємства на ринку на всіх його виробничих етапах, так як в середовищі складної конкуренції стратегічне прогнозування і планування є підґрунтям для обґрунтованого проектування в довготермінових програмах [4].

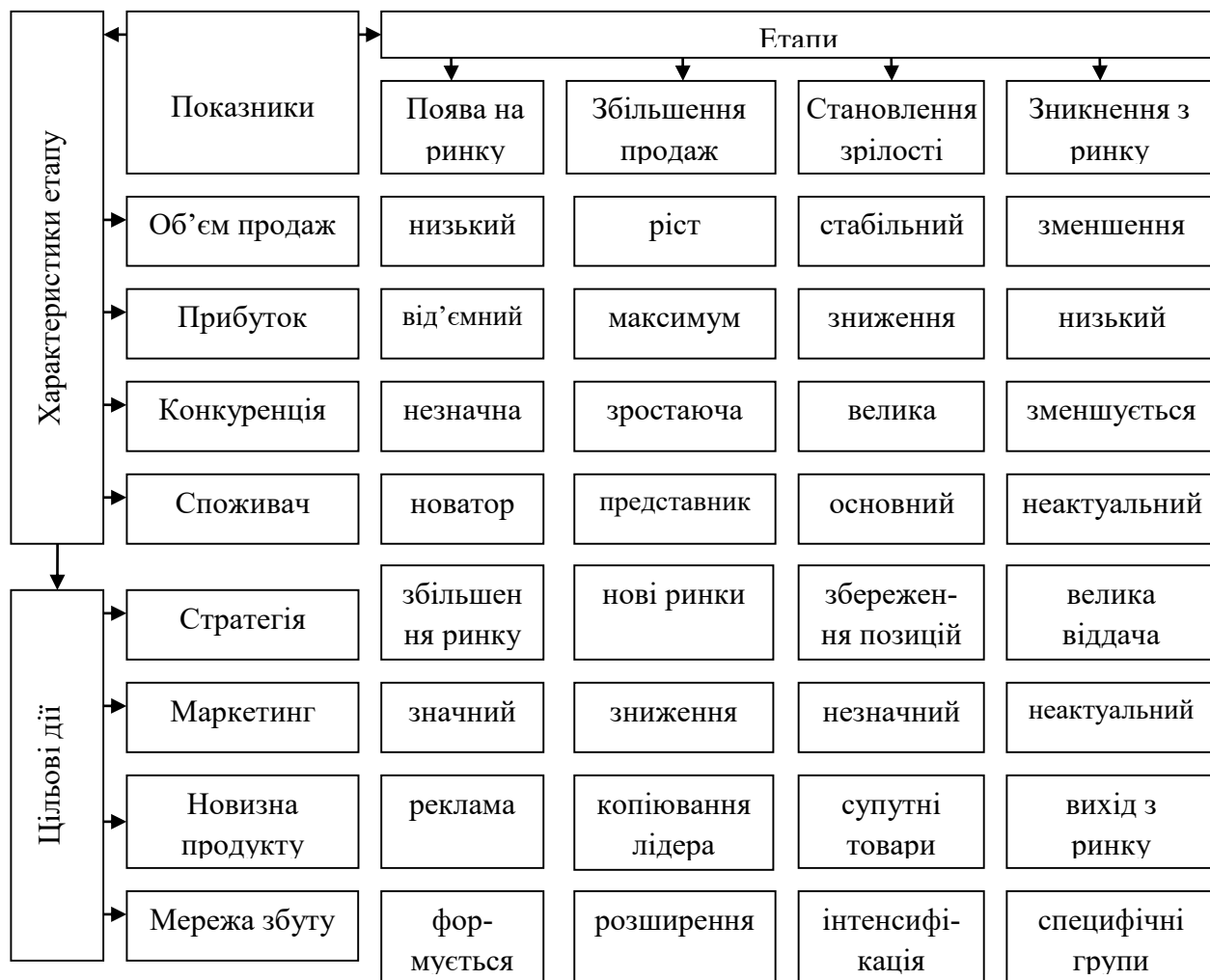


Рис. 1. Складові етапи життєвого циклу у прогнозуванні діяльності підприємства

Прогнозування посідає вагоме значення у діяльності підприємства та являє собою важливу складову процедурного моменту проведення аналізу з визначенням результатів на перспективу, тобто визначення стратегічного вектору економічного розвитку в цілому та окремих складових підрозділів на підприємстві. Змістом такого виду прогнозування є розробка на середню та довгу перспективу прогнозних заходів та дій націлених на розвиток окремих підприємств та галузей економіки загалом [2].

Складання та проведення кожної дії прогнозу має свої тонкощі та специфіку. У зв'язку з цим постає необхідність визначення окремих класифікаційних ознак на кожному етапі прогнозування. Вони характеризуються відносно різних цілей, завдань, ознак, критеріїв, прогнозних об'єктів і методів їх організації, найважливішими з яких у застосуванні є термін, масштаб прогнозування, характерні особливості та специфічні умови

досліджуваного об'єкта.

Список використаних джерел

1. Демиденко С.Л. Особливості стратегічного аналізу середовища підприємства. Ефективна економіка. 2015. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4290>
2. Глебова О.А., Голуб О.М. Особливості формування корпоративної стратегії на підприємствах в умовах кризи. *Економічний форум*. 2016. №3. С.182-188.
3. Кобець Д.Л. Теоретичні підходи до формування маркетингової стратегії на підприємствах. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С.502-506.
4. Кузнецова, І. О., Сокурєнко, І. А. Стадії життєвого циклу малого підприємства : характеристика та специфіка прийняття управлінських рішень. Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць / За ред.: М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2019. № 1 (69). С. 179-188. URL: <http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2019/69/pdf/179-188.pdf>
5. Механізми та функціонально-структурні інструменти забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в умовах сучасних загроз економічної безпеки: монографія / за ред. Т. Г. Васильціва, Р. Л. Лупака. Львів: Вид-во ННБК «АТБ», 2019. 552 с.

Корашвілі Р.Д.

здобувач СВО Магістр,

ОПП Насінництво і насіннєзнавство, спеціальність 201 Агрономія

Калюжна Ю.П.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу, доцент

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ЯКІСТЬ ЗЕРНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗАЛЕЖНО ВІД СОРТОВИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ

Зерновий сектор України – стратегічна галузь економіки держави, що визначає обсяги пропозиції та вартість основних видів продовольства для населення країни, зокрема продуктів переробки зерна і продукції тваринництва, формує істотну частку доходів сільськогосподарських виробників, валютні доходи держави за рахунок експорту, визначає стан і тенденції розвитку сільських територій. Збільшення виробництва і підвищення якості продукції рослинництва можливе шляхом зменшення втрат

врожаю від фітопатогенної мікрофлори та максимального використання потенційних біологічних можливостей насіннєвого матеріалу [1].

Якість рослинницької продукції значною мірою залежить від ґрунтово-кліматичних умов, особливостей сорту, технології вирощування, транспортування, зберігання тощо. Серед показників якості зерна важливими є вміст білка та вміст і якість клейковини у пшениці озимої.

Розподіл повноцінних білків у зерні пшениці залежить від сортових особливостей. Підвищена білковість зерна формувалася під впливом генотипу і умов вирощування (табл. 1). Кількість клейковини є також важливим фактором змішувальної сили борошна (табл. 2). Тому потенційні можливості сильних пшениць як поліпшувачів реалізуються тільки в умовах високої білковості. Дослідженнями встановлено, що між вмістом білка у нормально розвиненому і дозрілому зерні та кількістю в ньому клейковини існував прямий зв'язок, що виражався високим коефіцієнтом прямої кореляції.

Таблиця 1

Вміст білка у сортів пшениці озимої, %

Сорт	Роки			
	2018	2019	2020	Середнє
Подільська (st)	14,2	14,9	15,1	14,7
Зарниця	12,0	13,0	13,7	12,9
Перлина Лісостепу	13,9	14,1	14,4	14,1
Півна	15,0	15,2	15,7	15,3
Ясочка	14,5	14,9	15,2	14,9

За роки досліджень вміст білка і клейковини у стандарту Подільська відповідно становив 14,2-15,1 %. У 2018 р. даний показник в цілому по сортах був найменшим і становив 12,0-15,0 %, у 2019 р. – 13,0-15,2 %, у 2020 р. вміст білка у пшениці озимої був найбільшим і складав 13,7-15,7 %.

За середніми даними за цією ознакою можна виділити сорт пшениці озимої Півна, який характеризується даним хорошим показником якості.

За ознакою вмісту клейковини спостерігалася аналогічна ситуація. Так, у сорту-стандарту даний показник становив за роки досліджень 32,6-34,9 %.

У 2018 р. дана ознака в цілому по сортах складала 32,0-34,5 %, у 2-11 році – 33,8-35,5 %, у 2020 р. – 34,3-35,9 %.

За вмістом клейковини у середньому за 2018-2020 рр. можна виділити також сорт пшениці озимої Півна (35,3 %) як високоякісний за даним показником.

Таблиця 2

Вміст клейковини у сортів пшениці озимої, %

Сорт	Роки			
	2018	2019	2020	Середнє
Подільська (st)	32,6	34,1	34,9	33,9
Зарниця	32,0	33,9	34,8	33,6
Перлина Лісостепу	32,2	34,1	34,7	33,7
Півна	34,5	35,5	35,9	35,3
Ясочка	33,0	33,8	34,3	33,7

На відміну від кількості клейковини, її якість не залежить від вмісту крохмалю в зерні. Показник якості клейковини лежить в основі поділу пшениці на класи за силою борошна поряд з показниками вмісту клейковини і білка. Вирішальним фактором для формування якості клейковинного комплексу є не агротехнічні прийоми, а температура і вологість повітря у фазі тістоподібного стану–початку воскової стиглості зерна.

За даними таблиці 3 якість клейковини у сорту-стандарту становила 86-90 од. Даний показник у решти сортів пшениці озимої варіював у таких межах: у 2018 р. – 85-95 од., у 2019 р. – 80-93 од., у 2020 р. – 77-91 од. Кращу якість клейковини в середньому за роки досліджень мав сорт Зарниця (80,7 од.). Гірша якість клейковини спостерігалася у сорту Півна (93,0 од.).

Таблиця 3

Якість клейковини у сортів пшениці озимої, од.

Сорт	Роки			
	2018	2019	2020	Середнє
Подільська (st)	90	88	86	88,0
Зарниця	85	80	77	80,7
Перлина Лісостепу	92	89	85	88,7
Півна	95	93	91	93,0
Ясочка	92	89	86	89,0

Отже, сорт пшениці озимої Зарниця є цінним за показником якості клейковини і характеризується високими хлібопекарськими властивостями..

У цілому за показниками якості зерна пшениці озимої господарсько цінними є сорти Півна і Зарниця.

Отже, використання високоякісного посівного матеріалу та високопродуктивних сортових ресурсів належить до основних факторів інтенсифікації виробництва зернових культур, тому значна увага сьогодні повинна приділятися галузі насінництва, зокрема зернових культур.

Список використаних джерел

1. Обробка зернової маси сільськогосподарських культур в сильних електричних полях сприяє вирощуванню екологічно безпечної продукції.
URL: <https://nubip.edu.ua/node/10607>.

Короленко Н.В.

к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин, доцент
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

РОЗВИТОК ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ З ЄС: ЛОГІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Регіональна інтеграція стала однією з основних тенденцій розвитку міжнародних економічних відносин.

Сучасна світова економіка характеризується посиленням ризикових обставин, що обумовлено пандемією. Міжнародної інтеграція, яка проявляється у створенні міждержавних об'єднань на основі угод про лібералізацію умов торгівлі, може бути ефективним шляхом щодо подолання наслідків сучасної глобальної кризи.

Зона вільної торгівлі є найбільш поширеною формою інтеграції у сучасному світі.

Визначення зони вільної торгівлі (ЗВТ), як форми та угоди, можна розглядати з позиції синергічного підходу, тобто матиме місце інтеграція вигод від об'єднання стратегій і ефекту масштабу. В цьому випадку, формування регіонального об'єднання як системи, та отримання синергічного ефекту можливе лише за умови зміцнення зв'язків між господарствами країн-учасниць, тобто усунення обмежень.

З часом зміст торговельних угод істотно змінився. Зокрема, основна увага зосереджена на переході від торговельних угод, що зосереджуються головним чином на лібералізації торгівлі товарами, до більш глибоких торговельних угод, що також лібералізують торгівлю послугами, ринки державних закупівель та транскордонні інвестиції. Для позначення таких зон використовується термін DCFTA (Deep and Comprehensive Free Trade Area) або Поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі (ПВЗВТ) [1, с. 839]. Фактично ПВЗВТ є ЗВТ з елементами спільного ринку, однак, не включають в себе елементи митного союзу. ПВЗВТ, крім скасування тарифів і кількісних обмежень у взаємній торгівлі партнерів, передбачає часткову лібералізацію руху факторів виробництва і гармонізацію законодавства.

Майже весь світовий бізнес в наступний час залежить від Китаю. Так, у листопаді 2020 року Китай, попри торговий конфлікт зі США, уклав з 14 країнами Азіатсько-Тихоокеанського регіону найбільшу у світі угоду про вільну торгівлю, після переговорів, що тривали вісім років.

На частку учасників угоди "Всебічне регіональне економічне партнерство" (RCEP) припадає майже третина світової економіки - 29%. Це трохи менше, ніж частка Євросоюзу (33%), але експерти впевнені, що показник RCEP найближчим часом зросте. На території країн-учасниць угоди проживають 2,2 млрд осіб.

Торговельні угоди мають важливу потенційну роль у зменшенні політичної невизначеності та підвищенні довіри чи покращення реформ.

Напрямки реалізації та розвитку зовнішньоторговельних відносин між Україною та країнами ЄС є предметом численних наукових і практичних дискусій, широких обговорень. При цьому в контексті логістичного сервісу торгівля України з ЄС, здебільшого, досліджуються окремі функціональні напрями логістичного забезпечення зовнішньоторговельних операцій (як правило, питання транспортних потоків).

В умовах пандемії, а також світової кризи є ефективними засоби, які представляють собою мікс міжнародних заходів маркетингового і логістичного характеру.

Для успіху у світовій торгівлі, крім впровадження новітніх технологічних напрямків (роботехніки, «зеленої» економіки та ін.) в національній економіці, необхідно з метою підвищення міжнародної конкурентоспроможності, використовувати такі логістичні концепції, як: Just-in-time, QR (Quick Response Relatalling), CALS, які покращують ефективність логістичних потоків.

Умовами розвитку міжнародної логістики є інтеграція і партнерство з логістичними посередниками, вдосконалення глобальної мережі дистрибуції, створення надійних систем телекомунікацій, контролю і моніторингу поставок, вибір ефективних методів управління, засобів транспортування та ін. . Крім того, оскільки основним стратегічним торговим партнером України виступають країни ЄС, то першочерговим має бути досягнення європейських стандартів у логістичному сервісі.

Сучасний розвиток сервісної логістики у світовому господарстві зачіпає вже не тільки сферу послуг, але і інші сфери діяльності, що вимагає відповідного теоретичного відображення, і дає підставу до розширення загальної логістичної концепції.

Логістика в Україні займає важливе місце, як одного з центрів розвитку логістичних послуг в Європі, на її території знаходяться декілька морських та річкових портів, діяльність яких безумовно пов'язана з логістичним управлінням.

Отже, ЗВТ між Україною та ЄС є широкомасштабною за змістом торговельною угодою, предмет якої виходить далеко за межі лібералізації тарифів. А Угода про Асоціацію з ЄС стає, насамперед, «дорожньою картою» щодо переходу функціонування української економіки на нові стандарти та впровадження новітніх інструментів сервісної логістики.

Хоча українська економіка стає частиною одного з найбільших у світі ринків товарів та послуг ЄС, проте миттєвих результатів після введення ЗВТ у дію чекати не варто, оскільки на ці процеси впливає велика кількість різних чинників, як наприклад, сучасна пандемія 2020 року, яка є форс-мажорною.

Список використаних джерел

1. Hoekman B. and Ozden C. The EuroMediterranean Partnership: Trade in Services as an Alternative to Migration? Journal of Common Market Studies. 2010. 48 (4). P. 835-58.
2. Osypenko V. S., Korolenko N. V. The modern theoretical features of non-tariff barriers in international trade. Ефективна економіка. 2018. № 4. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6258> (дата звернення: 23.03.2021).
3. Королєнко Н. В., Ларіна Т. І. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України в умовах глобальної кризи covid-19. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 1. С. 59–65. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.1.59 (дата звернення: 23.03.2021).
4. Д. Горюнов. "Китай" на Дніпрі: COVID-19 перекроєт мировую економіку, это шанс для Украины. Как им воспользоваться. Режим доступу: https://project.liga.net/projects/investors_china/ (дата звернення: 23.03.2021).
5. Харсун Л. Г. Логістичне обслуговування товаропотоків між Україною та країнами ЄС. Економіка України. 2016. № 4. С. 112-121. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2016_4_12.5. (дата звернення: 23.03.2021).

Красота О. Г.,
к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
доцент

Красота І. І.,
здобувач вищої освіти за ступенем «Бакалавр»
спеціальність «Агроінженерія»

Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ЯК МЕТОД ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ

Найважливішим засобом перевірки зберігання та стану активів підприємств є інвентаризація, яка є також істотним контролюючим фактором роботи матеріально-відповідальних осіб.

Основним завданням інвентаризаційної роботи, перш з все, є контроль за збереженням матеріальних цінностей на підприємстві, перевірка та встановлення їх фактичної наявності, а також порівняння з даними щодо залишків матеріальних цінностей у бухгалтерському обліку, з метою встановлення їх відповідності [1].

Застосуванням інвентаризації встановлюють також зміни в залишках цінностей, які з якоїсь причини не підлягають оформленню документально (природний убуток, зміна вологості, усихання і т. д.).

Інвентаризаційний процес допомагає встановити неточності у прийманні та відпуску цінностей, помилки при обліку, у первинній документації, крадіжки, обважування і пересортиці сировини, матеріалів, готової продукції та інших цінностей (рис. 1).



Рис. 1. Зміст інвентаризації

Інвентаризація передбачає також перевірку умов зберігання цінностей відповідно до об'єктів зберігання і організацію складського обліку на складах,

у кладових тощо.

Таким чином інвентаризація є важливим методом ревізії, інструментом перевірки схоронності активів на об'єктах підприємства, а також елементом методу бухгалтерського обліку.

Процес проведення інвентаризації повинен бути забезпечений раціональною організацією та чіткою методикою її проведення. Практична відсутність чіткого організаційного процесу проведення інвентаризації має результатом формалізацію інвентаризаційної роботи, недотримання правильності та послідовності виконання окремих інвентаризаційних процедур, порушень чинних законодавчо-нормативних актів. Наслідком таких порушень є повне або часткове невиконання мети та завдань інвентаризації, нею також втрачається значення елементу методу бухгалтерського обліку і методичного прийому економічного контролю.

Для визначення етапів інвентаризації слід встановити перелік базових критеріїв та принципів. До таких критеріїв, на наш погляд, слід віднести існування логічного взаємозв'язку інвентаризаційних процедур та прийомів, їх здійснення різними органами та посадовими особами підприємства (керівниками, власниками суб'єкта господарювання, інвентаризаційною комісією, матеріально - відповідальними особами, працівниками бухгалтерського підрозділу) у чітко встановлених часових межах із оформленням відповідних документів інвентаризації. [2]

Отже, відокремлення стадій інвентаризації відповідно до чинного законодавства повинно повністю відповідати порядку її проведення.

Виходячи з вищезазначеного можна запропонувати наступний розподіл інвентаризаційного процесу на чотири етапи, які разом із визначенням переліку виконавців та документів, які на них складаються, наведено в табл. 1.

При інвентаризації активів, власного капіталу та зобов'язань всі наведені етапи можуть виконуватися. Однак набір інвентаризаційних процедур і прийомів, які здійснюються на певних етапах, прямо залежить від обраних об'єктів інвентаризації. При цьому слід враховувати, що при інвентаризації матеріальних активів можуть застосовуватися органолептичні, розрахунково-аналітичні та документальні

Таблиця 1

Етапи проведення інвентаризації

Етапи інвентаризації	Виконавці	Документи
1. Організаційно-підготовчий	Керівники, власники підприємства та інші суб'єкти інвентаризації, інвентаризаційна комісія, матеріально відповідальні особи	План-графік проведення інвентаризації, розпорядчий документ на створення постійно діючої (робочої) інвентаризаційної комісії, розпорядчий документ на проведення інвентаризації, розписка матеріально відповідальної особи
2. Технологічно-документальний	Інвентаризаційна комісія, матеріально відповідальні особи	Інвентаризаційні описи, акти інвентаризації, акти взаємозвірки, довідки про дебіторську і кредиторську заборгованість, щодо якої минув термін позовної давності
3. Порівняльно аналітичний	Інвентаризаційна комісія, працівники бухгалтерського підрозділу	Порівняльні відомості, розрахунки норм природного убутку завданої шкоди винною особою, протоколи інвентаризаційної комісії
4. Результативний (підсумковий)	Керівники, власники підприємства та інші суб'єкти інвентаризації, працівники бухгалтерською підрозділу	Наказ про затвердження результатів інвентаризації, відомість результатів інвентаризації, первинні документи та облікові реєстри бухгалтерського обліку

інвентаризаційні прийоми, а в разі інвентаризації власного капіталу, дебіторської та кредиторської заборгованостей, витрат і доходів майбутніх періодів та деяких інших об'єктів інвентаризації лише певні розрахунково-аналітичні та документальні.

Список використаних джерел:

1. Романів М. В. Реалізація матеріалів ревізії. *Фінанси України*. 2009. №3.
2. Безверхній К. Інвентаризація як об'єкт обліку і контролю обліково звітної інформації: організаційно методологічний аспект. *Облік: теорія і практика*. 2013. № 1. С 3 19.

Красота О. Г.,

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
доцент

Красота І. І.,

ЗВО ОС «Бакалавр» спеціальність «Агроінженерія»
Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ЕТАПИ ПРОВЕДЕННЯ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ

Організаційно-підготовчий етап є початком здійснення будь якого інвентаризаційного процесу. При цьому визначаються строки проведення інвентаризацій, а також її об'єкти. [1] Ці позиції мають відображатися всі ці позиції. Його оформлення передбачено п. 1.4 Методичних рекомендацій з інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів, розрахунків та незавершеного виробництва сільськогосподарських підприємств. В процесі планування інвентаризаційної роботи зазначений документ формується бухгалтерією, а затверджується керівником організації.

Планування інвентаризацій може бути 2 видів:

- короткострокове, при якому плануються час, кількість і строки проведення інвентаризацій відповідно до об'єктів протягом року. Таке планування здійснюється на початку року; чинним законодавством передбачено обов'язкове дотримання інвентаризацій
- індивідуальне (оперативне) планування інвентаризації кожної окремо, що здійснюється безпосередньо перед її проведенням.

Не допускається розголошення інформації з метою забезпечення головного принципу інвентаризації – раптовості. Для формування планових інвентаризацій складаються плани їх проведення.

Плани інвентаризацій змінюються і переглядаються, так як багато чинників впливає на планування інвентаризаційної роботи.

На організаційно-підготовчому етапі розпорядчим документом керівника підприємства створюється постійно діюча інвентаризаційна комісія для проведення інвентаризаційної роботи, яку очолює він (або його заступник). До складу такої комісії зазвичай, включаються керівники структурних підрозділів, а також головний бухгалтер організації.

При проведенні інвентаризацій можливе створення кількох комісій за умови значного обсягу проведення робіт, пов'язаних з інвентаризацією. Їх склад також затверджується розпорядженням керівника. Обов'язки постійно діючих та робочих інвентаризаційних комісій регламентуються Положенням № 879 та Методичних рекомендаціях з інвентаризації [1,2].

При формуванні інвентаризаційних комісій особлива увага приділяється компетентності їх членів.

Сучасні завдання інвентаризації передбачають включення до складу інвентаризаційних комісій посадових осіб, які спроможні не лише встановити

кількісну наявність об'єктів інвентаризації та визначити їх технічний стан, але також сучасний фахівець повинен встановити відповідність об'єкту критеріям його оцінки та визнання активів, власного капіталу і зобов'язань тощо.

Комплекс послідовних дій, який стосується активної перевірки наявності матеріальних активів та їх стану, коректного їх визнання, а також правильності формування інформаційної бази для перевірки облікових оцінок і встановленням причин для їх наступного перегляду.

За умови встановлення наявності інвентаризаційною комісією об'єктивних причин для перегляду оцінок окремих об'єктів обліку, на підприємстві, на нашу думку, повинна бути створена комісія, до складу якої повинні входити компетентні спеціалісти. Така комісія повинна проводити достовірну оцінку об'єктів інвентаризації та приймати остаточне рішення про їх заміну.

В ході проведення інвентаризації перевіряють також умови зберігання активів, правил експлуатації основних засобів. Цей етап передбачає застосування всього методичного арсеналу інвентаризації: розрахунково-аналітичних, органолептичних, документальних методів. Техніка здійснення перевірки окремих об'єктів передбачає конкретний їх набір. Слід вказати також на відмінності методики і техніки проведення інвентаризації. Так, якщо методика визначає послідовність дій під час інвентаризації, то техніка її проведення визначає що і як слід робити.

Всі результати та фактичні дані про стан та оцінку активів, які одержані за допомогою інвентаризаційних прийомів включаються до спеціальних первинних документів.

Список використаних джерел

1. Методичні рекомендації з інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів, розрахунків та незавершеного виробництва сільськогосподарських підприємств: лист Міністерства аграрної політики України від 04.12.2003 р. № 37. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/ru/v1402555-03>.

2. Положення про інвентаризацію активів і зобов'язань : наказ Мін. Фінансів України від 02.09.2014 р. № 879. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14>

Криган Ю. М.,
аспірант,

Мелешко О. О.,
аспірант,

*ПВНЗ «Європейський університет»,
м. Київ; Україна*

РОЗШИРЕННЯ ФІСКАЛЬНОГО ПРОСТОРУ В ЕРУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ПРИ УМОВІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ: ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ

Успіх моделювання фіскального простору в еру діджиталізації залежить від визначення дієвих підходів до поставлених завдань стосовно фінансової безпеки, що виникає в умовах широкого розповсюдження світової глобалізації у бізнес процесах. Узагальнюючи результати дослідження вчених економістів та філософів, схилиємося до думки, що варто ґрунтуватися, при вирішенні даного питання, за допомогою евристичних методів (спеціальних методів для створення чогось нового). Звідси, моделювання фіскального простору в еру діджиталізації при умові забезпечення фінансової безпеки країни слід здійснювати на основі філософського осмислення ідеології у сучасному світі. Це пов'язано з тим, що «інтегруючим началом такого аналізу постає філософія, оскільки саме вона, виконуючи світоглядну, методологічну, духовну, соціально-технологічну функції, спонукає до визначення змісту сутності, сенсу та цінностей ідеологічного процесу» [1].

Зважаючи на предмет дослідження даної роботи, варто процес розширення фіскального простору розглядати з точки зору філософії волюнтаризму. Створення будь-якого бізнесу – це прагнення до влади. Ніцше писав: «...основним законом світобудови є невичерпна воля до впливу і панування» [2].

Так, влада, у цій філософії розглядається як «можливість здійснити свою волю і свої бажання стосовно чого-небудь чи кого-небудь. Вона може бути законною чи незаконною, базуватися на силі, впливі чи традиціях та інших неформальних інститутах. Воля до влади, тобто до розширення своїх можливостей у різних сферах, – одна з основних, закладених на рівні безумовних рефлексів мотивацій людської поведінки» [3, с. 40].

Інтернаціоналізація міжнародних економічних зв'язків, феномен процвітання діджиталізації у глобальному світі вимагає від уряду способів формування заходів забезпечення фінансової безпеки країни, застосовуючи технічні та інформаційні аспекти комунікації, фінансові механізми

регулювання економічних процесів, технології тиску на незаконний бізнес, методи гармонізації інтересів держави, бізнесу, інвесторів та населення.

Синтез всіх цих підходів сприятиме стримуванню державою натиску на національну економіку через зростання міжнародної концентрації виробництва.

Поряд з цим, потрібно зважати, що бізнес намагається розширити свою владу, конкуруючи з іншими бізнес структурами, як на території країни так і далеко поза її межами.

Філософія волюнтаризму демонструє мультинаціоналізм, утворення системи капіталоруху тощо і все це, завдяки волі конкретних осіб, що очолюють бізнес структури і намагаються зміцнити владу у світовому фінансовому просторі. Проте, ця філософія також підштовхує державу до збереження її інтересів, до модифікації податкової і бюджетної систем, до забезпечення фінансової безпеки суспільства. Застосовуючи складові методології дослідження процесів глобалізації можна з'ясувати, що причиною прямого впливу на рух фінансових потоків, людських ресурсів в інші країни виступає воля до економічної влади окремих осіб або окремих їх осередків. Результати аналізу дають змогу не тільки отримати висновки про ситуацію, що відбувається в економічному середовищі, але і підштовхують до дослідження питань стосовно формування поведінки бізнес структур через призму їх економічних інтересів, потягу до влади тощо.

В рамках вище заявленого дослідження даного параграфу слід розглянути філософію прагматизму, що також формує погляди і дії особистостей, які приймають участь у бізнес процесах. В Англії і США представники бізнес кіл в основному притримуються даної філософії. Її можна охарактеризувати наступним чином: якщо у визначеній справі вони вбачають цінність, то формують певні дії, щоб отримати намічену вигоду, не зважаючи чи принесе це користь суспільству і оточуючому середовищу. Варто зазначити, що у відповідності до теорії волюнтаризму, філософія прагматизму тільки сприяє розширенню економічної влади. Вони проявляють байдужість до складних схем ведення бізнесу в європейських країнах.

Нині більша частина представників бізнесу діють за такою філософією. Слід вказати, що виявлення поглядів сучасних бізнес кіл дає можливість зпрогнозувати поведінку господарюючих суб'єктів, межі розширення фіскального простору в еру діджиталізації, рівень суспільної довіри населення до фіскальної політики держави та розробити заходи з забезпечення національної фіскальної безпеки.

Як вже зазначалося, завданням даного предмету дослідження виступає визначення філософії, за допомогою якої разом з вище означеними філософськими ідеями (волютаризму і прагматизму) можна було б досягти намічених підприємствами економічних показників і, що виступило б важливою складовою в розширення теоретичних засад трансформації фіскального простору при здійсненні модифікації бюджетно-податкової системи, виправлення негативної ситуації у борговій вітчизняній політиці та досягнення рівня фінансової безпеки, що відповідала б потребам економіки та населенню країни. Зважимо на висновки вченого Мовсесяна А., який зазначав, що філософія лібералізму ставить наріжним каменем свободу особи в найширшому розумінні [4].

Звісно, що держава застосовує елементи протекціоністської політики з метою захисту національного (внутрішнього) ринку, що приводить до негативних результатів в частині необ'єктивно високих внутрішніх цін і до втрати можливостей, які можна отримати від міжнародного розподілу трудових ресурсів та капіталу. Ці підходи слід використовувати при моделювання розширення фіскального простору в інтересах держави, бізнесу і вітчизняного суспільства не створюючи шкоди для фінансової безпеки країни.

Суттєве використання ліберальної філософії у бізнес процесах полягає у тому, що люди стають вільними від релігійних принципів та національних традицій; вільно мігрують у великі міста чи за кордон, бізнес здійснює рух капіталопотоків за межі країни. Поряд з цим, така ситуація створила підґрунтя до формування нової психології членів суспільства, яка характеризується залежністю від ринкових відносин, що впливає на їх фінансовий стан, що, у свою чергу, все частіше у індивідуумів викликає появу таких рис як невпевненості і сугестивності. Інтегрування процесів діджиталізації у світову економіку теж сприяє означенню цих рис у населення через інформаційно-технічний вплив на їх свідомість. Так Лебон Г. [5] писав, що вище вказаний прояв спричинив порушення психологічної рівноваги, зростання психологічної напруги у суспільстві, і як наслідок – до несвідомої діяльності натовпу, на що варто зважати при розробці заходів з забезпечення національної фінансової безпеки.

Звідси, розширення фіскального простору в еру діджиталізації, при умові забезпечення національної фінансової безпеки, повинно зважати на філософські ідеї волютаризму, прагматизму та лібералізму табл. 1.

Таблиця 1

Узагальнення філософських ідей розширення фіскального простору в еру діджиталізації при умові забезпечення національної фінансової безпеки

Філософські ідеї	Сутність філософських ідей
Волюнтаристська філософія	добре пояснює рушійну силу і мету інтеграції економіки.
Філософія прагматизму	обґрунтовує використання ідеології як «інструмента дії» у досягненні цілей суб'єктів господарювання.
Філософія лібералізму	дозволяє комерційним організаціям ефективно використовувати внутрішній національний ринок збуту робочої сили.

Джерело: складено на основі [6, с.293–295.]

Враховуючи вище означене, при розробці теоретичних засад та прийомів практичного впровадження розширення фіскального простору в еру діджиталізації при умові забезпечення фінансової безпеки нації варто опрацювати баланс економічних інтересів, держави, бізнесу, населення шляхом задоволення потреб держави у наповненні бюджету доходами і їх перерозподілу, бізнесу – в отриманні якомога більшої фінансової вигоди, населення – у задоволенні його потреб у фінансах і соціальних послугах. Це створить умови до підвищення рівня фінансової безпеки країни.

Список використаних джерел

1. Ідеологія в сучасному світі. Матеріали науково-практичної конференції, 19–20 жовт. 2011 р. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2011. 223 с.
2. Калюга І. «Воля до влади»: - політико-історичний контекст. URL : <https://plomin.club/political-historical-context-of-reading-will-to-power/>
3. Прокопенко Н. С. Податкові механізми регулювання економіки аграрного сектору : монографія. Київ. : ІПК ДСЗУ, 2011. 548 с.
4. Мовсесян А. И. Транснационализация в мировой экономике : учебн. пособ. Москва : Финансовая академия при Правительстве РФ, 2001. – 316 с.
5. Лебон Г. Психология толп; пер. с англ. Москва : Ин-т психологии РАН, 1998. С.137.
6. Прокопенко Н. С. Філософсько-ідеологічні основи податкового регулювання економіки. *Соціально-економічні та культурні оцінки і прогнози на рубежі двох тисячоліть* : Тези доповідей V Міжнар. наук.-теорет. конф. Тернопіль, 2007. с.293–295.
- 7.

Кулинич І. М.

молодший науковий співробітник відділу розведення і селекції українських степових бджіл, розвитку кормової бази бджільництва та економіки

Сенчук Т. Ю.

молодший науковий співробітник відділу розведення і селекції українських степових бджіл, розвитку кормової бази бджільництва та економіки

*Національний науковий центр «Інститут бджільництва ім. П.І.Прокоповича»
м. Гадяч, Україна*

ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ ПАСІЧНОГО ГОСПОДАРСТВА КОМПЛЕКСНОГО НАПРЯМУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

Зміна форм власності, перехід до ринкових відносин відкрили широкі можливості для успішного розвитку бджільництва, але поряд з цим виник ряд суттєвих проблем. Одним з перших постало питання визначення ряду факторів, що впливають на прибутковість бджолопідприємств, їх взаємозалежність та ефективне поєднання і як кінцевий результат – визначення структури і засобів виробництва пасічного господарства та оптимального розміру промислової пасіки комплексного напрямку виробництва.

Досвід минулих років довів, що в Україні середня кількість бджолиних сімей у приватних господарствах становить 50-100 [1, с. 5]. Але останнім часом спостерігається тенденція: молоді пасічники нарощують свої господарства до 300 бджолосімей.

Досвід вказує, що чим більша пасіка, тим досконаліша організація праці, більш кваліфіковані кадри, кращі технологія догляду за бджолами і матеріально-технічне забезпечення, і зрештою, вища продуктивність праці [2, с. 25].

У структурі продуктивного комплексного бджільництва немає яскраво виявленого одного чи двох виробничих напрямків: різні види продукції бджільництва мають приблизно однакову питому вагу в загальному обсязі її виробництва.

Перспектива розвитку пасічного господарства комплексного напрямку виробництва продукції на території України базується на таких засадах:

1. Організація та розвиток маркетингових параметрів бджолопідприємств (визначення попиту та пропозиції продукції бджільництва

і налагодження каналів реалізації продукції) забезпечують стабільний розвиток та підвищення прибутковості господарства в цілому.

2. Вихід на ринок з конкурентоспроможною продукцією бджільництва передбачає не лише фінансові інвестиції, а й продуману на тривалий термін стратегію розвитку підприємства.

3. У структурі продуктивного комплексного бджільництва немає яскраво вираженого одного чи двох виробничих напрямків: різні види продукції бджільництва мають приблизно однакову питому вагу в загальному обсязі її виробництва.

4. В системі управління підприємством існує кілька принципів дотримуючись яких можна не тільки підтримувати діяльність на відповідному рівні, але й неухильно розвиватися перш за все за рахунок розробок та впровадження стратегій розвитку.

5. Бджолозапилення повинно бути узаконеним агрономічним прийомом технології вирощування ентомофільних сільськогосподарських культур.

6. На організацію пасіки комплексного напрямку виробництва продукції в 50, 100 та 300 бджолиних сімей треба вкласти 922593,00 грн., 1177367,00 та 2200633,00 грн. – приватна пасіка та 1041453,00 грн., 1296227,00 та 2438353,00 грн. – пасіка підприємства. Отримуючи заплановану продукцію, строк окупності вкладень на організацію пасіки комплексного виробництва продукції становитиме для приватної пасіки в розмірі 50, 100 та 300 бджолиних сімей: 6 років, 4 та 3 роки відповідно. Пасіка підприємства окупиться на 16 рік, 15 та 4 рік відповідно.

Пасіка в розмірі 300 бджолиних сімей, як у варіанті приватної форми організації так і пасіки підприємства окупить понесені затрати в повному обсязі і отримає прибуток на суму 685127 грн. та 857627 грн. відповідно.

7. Успішне ведення пасічного господарства комплексного напрямку виробництва продукції можливе лише за таких умов:

- використовувати однотипну систему вулика;
- проводити обслуговування бджолиних сімей групами методом з метою економії затрат праці;
- використовувати засоби механізації праці робочих процесів у бджолопідприємствах;
- організовувати комплекс виробництва апіпродукції, а не лише меду та воску;

- з метою економії автомобіль для обслуговування пасіки та майстерню брати в оренду поки господарство не наростить достатню потужність з вироблення продукції бджільництва, а також бджолині сім'ї в зимовий період утримувати на волі (побудова зимівника і його утримання поглинають значну частину коштів бджолопідприємства;

- вибирати для своєї господарської діяльності найбільш прийнятну організаційно-правову форму (на даний час – це особисте підсобне господарство та приватне підприємство);

- для підтримання хоча б мінімальної прибутковості розмір пасіки комплексного виробництва продукції повинен бути не менше 100 бджолиних сімей, оптимальний розмір 300 сімей.

Тобто оптимальним буде бджолопідприємство розміром 300 бджолиних сімей комплексного напряму виробництва продукції приватної форми власності (період окупності 3 роки).

8. З позитивними результатами в теперішніх умовах господарювання вийдуть підприємства комплексного напряму виробництва приватної форми власності розміром не менше 300 бджолиних сімей. Тобто економічно вигідно створювати пасіки в такому розмірі з розширеним асортиментом продукції бджільництва. За таких умов строк окупності капіталовкладень відбудеться через 2,5 роки (приватна пасіка) та 2,7 роки (пасіка організації).

9. Розмір пасіки в кількості 300 бджолиних сімей приватної форми організації з виробництвом продукції бджільництва: мед, бджолине обніжжя, прополіс, маточне молочко гарантує настання точки беззбитковості через три роки.

10. Показник відшкодування всіх витрат підтверджує ефективність існування приватної пасіки. Витрати пасічного господарства перекриваються виручкою від реалізації бджолопродукції, це дає можливість розширити виробництво та асортимент продукції або оновити матеріально-технічну базу чи вкласти кошти в розширення підприємства.

11. Наряду з основною діяльністю пасічного господарства: товарна, запилювальна тощо, основою успішного розвитку є налагодження та отримання нетрадиційних видів продукції бджільництва.

По завершенню наукової розробки розроблено методичні рекомендації «Стратегія розвитку пасічного господарства», яка узагальнює результати багаторічних досліджень та розрахунків з питань економіки у бджільництві. Розроблені маркетингові параметри пасічного господарства, зокрема характеристика ринку, динамічна стратегія ринку; проаналізований стан

інфраструктури галузі бджільництва. Обґрунтовані стратегії розвитку пасічного господарства, організація, планування і облік, а також фінансова стратегія. Планування в бджільництві; бізнес-проект на створення пасіки комплексного напрямку виробництва.

Вказана інформація у методичній рекомендації буде корисна для підвищення рівня поінформованості всіх зацікавлених щодо стратегії створення та розвитку пасічного господарства.

Список використаних джерел

1. Рекомендації з оптимальних розмірів товарних пасік / Боднарчук Л.І. та ін.; Київ, 2005. 11 с.
2. Реформування сільського господарства в Україні: Широке поле // За ред. Штефана фон Крамона Таубаделя та Людвіга Штріве. Київ: Фенікс, 1999. 191 с.

Лазарєва О.В.

д-р екон. наук, професор кафедри управління земельними ресурсами,
професор

*Чорноморський національний університет імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна*

ПРІОРИТЕТИ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Унікальні природно-кліматичні умови та значні рекреаційні ресурси на території Причорноморського регіону України сприяють подальшому розвитку туристичної галузі. Проте сьогодні необхідним є кооперування зусиль задля розробки та проектів з розвитку туристичного бізнесу та просування туристичних продуктів з метою збільшення соціально-економічного потенціалу регіону.

В сфері рекреаційно-туристичної діяльності можливості для впровадження нових форм підприємництва досягаються шляхом впровадження концепції кластерного підходу, який активізує перетворення виробництва в диверсифіковану сферу економіки. Кластерізація забезпечує поліпшення територіальної, екологічної, соціальної складової на регіональному та місцевому рівнях, є вагомою компонентною, що сприятиме формуванню конкурентоспроможності економіки на внутрішньому та зовнішніх ринках.

На думку Гейця В.М. та Семиноженко В.П. [1, с.199] кластер є «індустріальний комплекс на базі концентрації мереж виробників,

постачальників і споживачів, пов'язаних технологічним ланцюгом» з метою реалізації їх потенційних переваг.

Отже, кластер являє собою кооперацію підприємницьких структур з органами державної влади та органами місцевого самоврядування, науковими установами тощо, в результаті чого формуються основи залучення зовнішніх і внутрішніх інвестицій, які є головним фактором визначення стратегії рекреаційно-туристичної діяльності.

В цілому, кластери, в тому числі у туристичній галузі, нині в Україні впроваджуються дуже повільно, через відсутність наукової методології їх створення, хоч деякі зрушення в цьому напрямку вже є. Прикладом цьому є проект створення регіонального туристичного кластера в м. Вознесеньск Миколаївської області, яке відрізняється унікальними природними багатствами, сприятливими кліматичними умовами для відпочинку та занять різними видами туризму. Не випадково розвиток туризму є одним з пріоритетних напрямків діяльності органів місцевого самоврядування цього міста.

Проте фактором, який створює перешкоди на шляху до розвитку туристичної галузі є недостатність інформації про привабливість малих міст півдня України. Тому доцільним є пропагування природних багатств південного краю, розширення можливостей їх використання для відпочинку, сприяючи цим розвитку економіки та примноженню природно-ресурсного потенціалу.

Кластерний підхід у сфері туризму сприятиме зміцненню матеріально-технічної бази туризму, сприятиме створенню якісного туристичного продукту, що здатен задовольнити потреби зацікавлених сторін, спонукатиме до створення додаткових робочих місць та в цілому забезпечуватиме комплексний розвиток туристичної сфери. Не менша користь від впровадження кластерного підходу і для органів місцевого самоврядування, де завдяки розвитку туризму буде підвищено інвестиційну привабливість міста, покращаться умови життя як відпочиваючих, так і місцевого населення. Крім того, кластерний підхід сприятиме розвитку народних промислів, сувенірної продукції, створенню додаткових робочих місць, поповненню місцевих бюджетів, сприятиме реалізації товарів місцевих товаровиробників.

Для суб'єктів підприємницької діяльності кластерний підхід створить додаткові можливості розвитку бізнесу, його нових напрямків та можливостей просування товарів та послуг, сприятиме прогресу та розвитку конкуренції.

Для територіальної громади кластерний підхід сприятиме поліпшенню якості життя, естетичності та безпечності оточуючого середовища, забезпечуватиме комфортність проживання у ньому.

Перспективним в напрямку забезпечення пріоритетів кластеризації є напрямок розробки туристичних маршрутів для знайомства і вивчення курганів, кількість яких є достатньо великою для степового ландшафту регіону.

Доцільним є розроблення атласу рекреаційно-туристичних ресурсів, який би сприяв активізації рекреаційно-туристичної діяльності та відображав би розміщення історико-культурних ресурсів, спортивно-оздоровчі ресурси, курортні, природно-заповідні, промислові, транспортні, освітні і наукові, етичні ресурси, щоб забезпечило організацію туристичних груп з різних куточків країни і гостей з-за кордону. Причому, такі атласи повинні бути розроблені у розрізі адміністративних районів області з описом населених пунктів та історії їх походження, рекреаційних територій і об'єктів, що приверне увагу туристів до місцевих скарбів, оцінити свій край як джерело туристичного відпочинку, розваг, духовного та морального самовдосконалення, пізнання тощо.

Кластерний підхід у сфері туристичної діяльності стимулюватиме розвиток ринку власної продукції як туристичного, так і місцевого значення, сприятиме формуванню екологічнобезпечного виробництва та прискоренню розповсюдження інноваційного продукту в національному просторі.

Резюмуючи вище викладене відзначимо, що кластерні технології у рекреаційно-туристичній сфері починають позитивно сприйматися громадськістю півдня України, що дозволить поживавити рекреаційно-туристську діяльність та стимулюватиме розвиток інших виробників національного господарства.

Список використаних джерел

1. Гєєць В.М., Семиноженко В.М. Інноваційні перспективи України. Харків. Константа, 2006. 272 с.

Лашик І.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Віблій П.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Карпевич О.М.

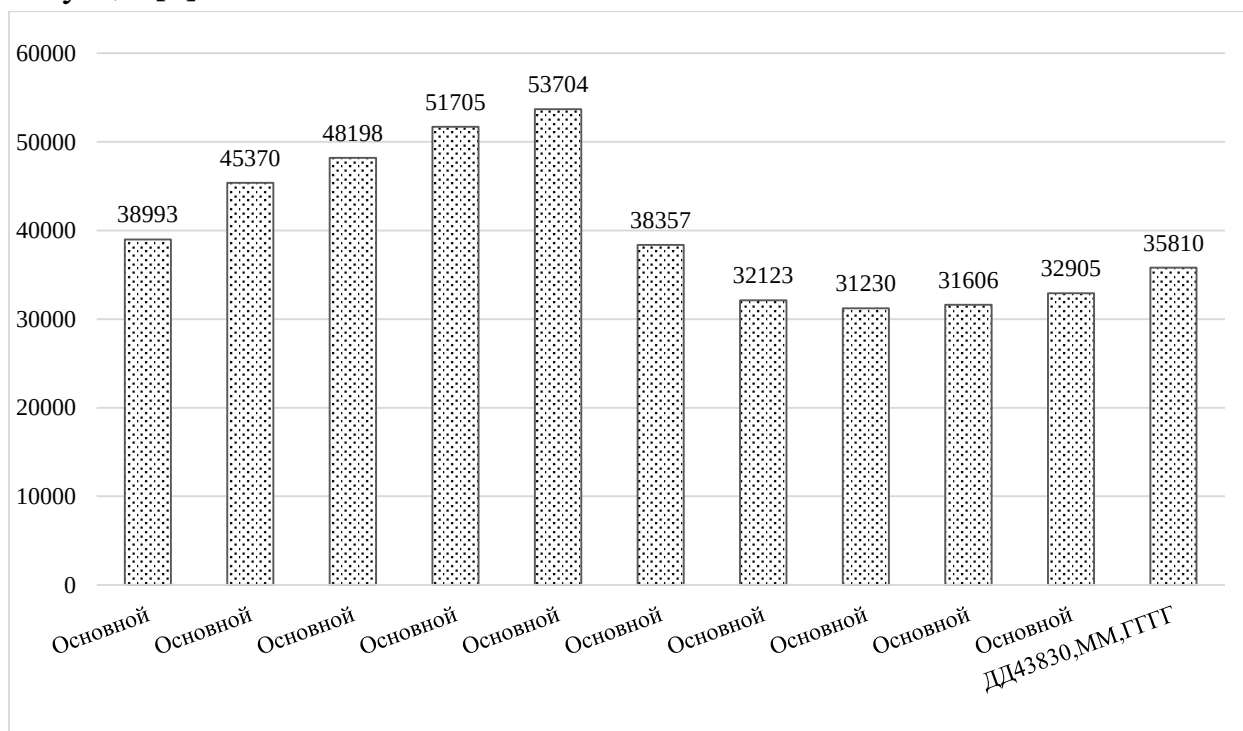
студентка кафедри фінансів

Національний університет «Львівська політехніка»

м.Львів, Україна

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОЛІПШЕННЯ

Інвестування значною мірою впливає на економічну, соціальну та політичну ситуацію, що розгортається в країні. Важливим фактором забезпечення розвитку економіки та становлення її позитивного іміджу на міжнародній арені впливатиме на бажання інвестора вкладати свої власні кошти в країну, що можна назвати інвестиційним кліматом. Для економічного розвитку України не завжди достатньо внутрішніх фінансових ресурсів, у зв'язку з чим, привабливими стають кошти іноземних інвесторів, а саме у вигляді прямих та портфельних інвестицій. Також варто зазначити, що Україна має значний промисловий і сільськогосподарський потенціал, великий обсяг робочої сили з високим рівнем освіти, та вигідне географічне розташування країни на перетині Європи та Азії. Незважаючи на ряд позитивних чинників, є і негативні, такі як: відсутність чіткої державної стратегії, корупція, непрозорість судової системи, загальний нестабільний економічний стан країни, технічні бар'єри в процесі митного оформлення, політична ситуація [1].



Джерело: [3].

Рис. 1. Динаміка обсягів прямих іноземних інвестицій, млн. дол. США

На даний час створено законодавчу основу в області регулювання інвестиційної діяльності, яка поступово покращується з метою досягнення більшого притоку інвестицій та ефективного їх використання [2].

Ключову роль в процесі акумулювання коштів та їх відтворення відіграють саме іноземні інвестиції, тому слід глянути на їх динаміку.

За даними Державної служби статистики України, спостерігається позитивна тенденція до збільшення з 2010 року по 2014, та 2017-2019 роки. Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України на 31.12.2019 року становив 35810 млн. дол. США, що на 8,8% більше, ніж на початок 2019 року, але на 33,3% менше ніж у 2014 році. Загалом за 2019 рік у країну було вкладено 2 905 млн. дол. США прямих інвестицій, для порівняння, у 2018 цей обсяг встановив 1 299 млн. дол. США[3].

Як видно з рисунка, протягом 2010-2014 років динаміка обсягу іноземних вкладень має висхідне положення і на початок 2014 року загальний обсяг інвестицій досяг 53 704 млн дол. США, що в 1,4 рази більше, ніж у 2010 році.

Протягом 2015 року ситуація погіршилася, оскільки обсяг інвестицій значно скоротився з 53 704 до 38 357 млн. дол. США (на 28,5%). Причиною був перш за все політичний міжнародний конфлікт з Росією, що призвів до анексії Криму та початку військових дій на Сході. Як наслідок, було погіршена економічна ситуація в країні, посилено соціальну напругу, знижено рівень добробуту населення та створенні умови для невизначеності у майбутньому. Також це зумовило зниження інвестиційної привабливості України, та зменшення потоків іноземних інвестицій ще протягом трьох років.

Так, починаючи, з 2017 року обсяг вкладень зростає, і вже станом на 31.12.2019 р. становили 35 810 млн. дол. США, що є позитивною тенденцією для інвестиційної діяльності України.

З таблиці 1, бачимо, що найбільшу питому вагу іноземних інвестицій займає Кіпр, який інвестує 28,96% коштів від загального обсягу прямих інвестицій в економіку України. Друге місце займають Нідерланди (23,18%), третє - Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії (5,75%). Враховуючи, що більша половина інвестицій надходить з Кіпру, Нідерландів та в більшості своїй є українськими грішми, що відмиті за допомогою офшорних фірм, то можна зробити висновок, що існує вкрай обмежене коло іноземних інвесторів, які зацікавлені в подальшому співтоваристві з Україною.

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) з країн світу в економіці України на 31.12.2019, млн. дол. США

Країна	Обсяг, млн. дол. США	Структура, %
Кіпр	10369	28,96
Нідерланди	8301	23,18
Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії	2061	5,75
Німеччина	1843	5,15
Швейцарія	1715	4,79
Австрія	1249	3,49
Франція	846	2,36
Польща	694	1,94
Російська Федерація	783	2,19
США	638	1,78
Інші	7311	20,42
Всього	35810	100

Джерело: [3].

Отже, з проведеного аналізу можна зробити висновок, що інвестиційний клімат в Україні покращується, на що вказує збільшення обсягу прямих іноземних інвестицій протягом останніх досліджуваних років. Але проаналізувавши, структуру, спостерігаємо відмиття грошових коштів через офшорні зони, що дає хибну думку про інвестиційну діяльність.

Для покращення інвестиційного клімату в Україні необхідно провести ряд заходів які впливатимуть на інвестиційне середовище в країні, серед таких заходів варто назвати: підвищення рівня розвитку інвестиційної інфраструктури; удосконалення правової та нормативної бази держави, націлених на створення і функціонування стабільної економіки; ведення політики, направленої на стійке зниження інфляції та інфляційних очікувань; підвищення рівня ВВП; врегулювання проблеми державного боргу; скорочення масштабу корупції в органах самоврядування; розвиток фінансового сектору.

Список використаних джерел

1. Інвестиційний клімат України [Електронний ресурс]/Міністерство юстиції України. — Офіційний сайт. — Режим доступу: <https://minjust.gov.ua/>
2. Про інвестиційну діяльність [Електронний ресурс]/Закон України №1560-XII від 18.09.1991 р. — Офіційний сайт. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

3. Статистична інформація [Електронний ресурс]/ Державна служба статистики України. — Офіційний сайт. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Лащик І.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Віблій П.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Панчак М.І.М.

студент кафедри фінансів

Національний університет «Львівська політехніка»

м.Львів, Україна

ІНВЕСТИВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ДЕРЖАВ В УКРАЇНУ

ПРОТЯГОМ 2015-20 рр.

Однією з насущних проблем на рівні управління національною економікою є проблема пошуку чинників, які створюють поштовх для економічного зростання та розвитку країни. Світовий досвід свідчить про відмінності, щодо дій, які потрібно виконувати для економічного зростання. Відмінності часто пов'язані з рівнем розвитку країни, з тим, до якого технологічного укладу належить економіка країни.

Темпи зростання економічного розвитку країн залежать від багатьох факторів. Країни з розвинутою економікою зазвичай не мають проблем з нестачею ресурсів, як фінансових так й інших. Проте існують країни з іншими типами економіки, зокрема економіки країн, що розвиваються, до яких належить Україна, які потребують ресурсів. Зазвичай ці ресурси залучаються ззовні, тобто в країну надходять інвестиції. Окрім інвестицій в країну надходять і сучасні технології, зростає експортний потенціал, тому питання надходження зарубіжних інвестицій залишається актуальним і зараз.

Найбільш бажана форма капіталовкладень - це прямі іноземні інвестиції. Прямі іноземні інвестиції – це вкладення іноземних інвесторів у передбачених законом формах, в підприємства будь-якої організаційно-правової форми, іноземна інвестиція в статутному фонді яких, за його наявності, становить не менше 10 відсотків, з метою отримання прибутку або досягнення корисного результату економічної діяльності. [1]

Для сталого соціально-економічного розвитку регіонів України необхідно залучити достатній обсяг коштів як із внутрішніх, так і з зовнішніх джерел. Залучені інвестиції дозволяють створювати нові робочі місця, а внаслідок цього - збільшити обсяг податкових відрахувань, що сприятливо

вплине на формування додаткових джерел фінансування соціально-економічного розвитку; а також підвищити якість фізичної та «м'якої» інфраструктури; стимулювати розвиток підприємницької діяльності на вашій території та диверсифікувати її галузеву структуру, скоротити ризики, пов'язані із циклічністю галузевого розвитку.

Цікаво дізнатись, куди найбільше закордонні інвестори спрямовують кошти в Україні. В табл. 1 наведено, в які види економічної діяльності вкладено кошти протягом 2015-19 рр.

Таблиця 1

Динаміка надходження прямих іноземних інвестицій в Україну за видами економічної діяльності, млрд дол. США [2]

Вид економічної діяльності/роки	2015	2016	2017	2018	2019
Професійна, наукова та технічна діяльність	0,6	0,2	0,1	0,1	0,2
Фінанси та страхування	2,7	2,8	1,3	1,2	0,9
Промисловість	0,3	0,5	0,5	0,3	0,6
Операції з нерухомістю	0,1	0,1	0,1	0,4	0,2
ІТ-сектор	0,5	0,2	0,1	0,1	0,2
Оптова та роздрібна торгівля, ремонт авто-та мототранспорту	0,3	0,5	0,2	0,6	0,2
Всього	4,5	4,3	2,3	2,7	2,3

З даними Держстату бачимо, що обсяг інвестицій протягом аналізованого періоду скоротився майже вдвічі. В першу чергу це спричинено відтоком коштів з сфери фінансів та страхування. Так в 2015 році обсяг інвестицій в даній галузі становив 2,7 млрд. дол., проте уже в 2019 році даний показник набув значення в 0,9 млрд. дол., тобто відбулося скорочення більш ніж на 66%. Схожа ситуація є у сфері професійної, наукової та технічної діяльності, де практично таке ж саме зниження залучених коштів з-за кордону. В ІТ-секторі в 2019 році інвестовано на 0,3 млрд. дол. менше, ніж в 2015, що є негативним для розвитку даної сфери в Україні. Проте на відміну від попередніх видів економічної діяльності, зростання показали промисловість та операції з нерухомістю. Так промисловість в 2019 році змогла залучити на 300 млн. дол. більше, ніж в 2015 році, іншими словами залучивши коштів вдвічі більше. Щодо операцій з нерухомістю, то в даній галузі обсяг залучених коштів є найменшим майже в усіх роках, але якщо порівнювати початок та кінець аналізованого періоду, то тут відбулось збільшення в два рази.

Окрім того доцільно відмітити, підприємства яких держав інвестують в Україну найбільше. В табл. 2 наведено список держав, які вклали кошти за перше півріччя 2020 року.

Таблиця 2

ТОП-10 країн за ПІІ в Україну на 30.06.2020 [3]

№	Країна	млн доларів
1	Кіпр	15 494
2	Нідерланди	10 261
3	Швейцарія	3 083
4	Великобританія	3 054
5	Німеччина	2 316
6	Австрія	1 728
7	Люксембург	1 236
8	Франція	1 095
9	Російська Федерація	1 050
10	Польща	826
Всього		40 143

За даними сайту Національного банку України бачимо, що прямі іноземні інвестиції на кінець першої половини року становлять 40,143 млрд дол. США, левову частку яких становлять інструменти участі в капіталі. Основним інвестором для України є Кіпр, який інвестував майже 15,5 млрд дол. в економіку України. На другому місці Нідерланди, компанії якої інвестували понад 10,2 млрд дол., а на третьому – Швейцарія. Замикає список Польща, випередивши США, які вклали 809 млн доларів. Також НБУ опублікував дані про прямі іноземні інвестиції за перші три місяці 2020 року, відмітивши, що чистий відтік на суму 1,6 млрд доларів.

Аналізуючи дані, помітно що в Україні відбувається відтік іноземних інвестицій з основних галузей економіки.. Також негативний вплив здійснюють різного роду обмеження, в зв'язку з пандемією COVID-19.

Отже, подолання інвестиційного спаду в Україні стане можливим тільки після запуску механізмів зростання виробництва. Підтвердженням даного тезису є світовий досвід подолання інвестиційного спаду, який відбувається після реального зростання промислового виробництва.

Підсумовуючи, можна сказати, що для України, як для країни, що належить до типу економік, які розвиваються, довгостроковою метою має стати зростання обсягів коштів які залучаються зовні, максимальна ефективність

використання іноземного капіталу для високих темпів економічного зростання.

Список використаних джерел

1. Закон України про режим іноземного інвестування | від 19.03.1996 № 93/96-ВР [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Національний банк України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/>.

Лащик І.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Віблій П.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, доцент

Рибчинчук І.С.

студент кафедри фінансів

Національний університет «Львівська політехніка»

м.Львів, Україна

ЦІЛІ СТВОРЕННЯ ВІЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗОН

У науковій літературі існує велика кількість визначень поняття вільної економічної зони. У Законі України «Про загальні засади створення і функціонування вільних економічних зон» наводиться наступне визначення даного поняття: Спеціальна (вільна) економічна зона являє собою частину території України, на якій встановлюються і діють спеціальний правовий режим економічної діяльності та порядок застосування і дії законодавства України [1].

Розвиток вільних економічних зон протягом останніх десятиліть став одним із найпомітніших нових явищ у світовій економіці. Свій початок у світовій практиці вони набули наприкінці 50-х – початку 60-х років ХХ століття і одержали велике схвалення у багатьох країнах світу.

Будь-яка держава, що має намір утворити на своїй території вільну економічну зону, повинна визначити на законодавчому рівні порядок її утворення та ліквідації, а також механізм функціонування даної економічної зони. Світова практика щодо організації і функціонування вільних

економічних зон свідчить про те, що вони створюються для досягнення різноманітних цілей.

Перш за все необхідно визначити загальнонаціональні, макроекономічні цілі. До таких цілей науковці відносять наступні [2, с. 123]:

- економічні;
- науково-технічні;
- соціальні (рис. 1).

Дані цілі найбільш характерні для країн, що розвиваються. Для цих країн вільні економічні зони забезпечують прискорення темпів економічного зростання, освоєнню нових технологій, насиченню внутрішнього ринку товарами високої якості тощо. В країнах що є індустріально розвинутими створення ВЕЗ направлене на усунення застою в окремих галузях промисловості, а також банківської та страхової справи.

Варто зазначити, що поряд із макроекономічними цілями створення вільної економічної зони виділяють також локальні цілі для окремих регіонів. До них варто віднести наступні:

- сприяти розвитку регіонів що є недостатньо розвинутими у економічному відношенні;
- забезпечувати у вільній економічній зоні та прилеглих регіонах вищу зайнятість населення;
- залучення іноземних інвестицій;
- створення у ВЕЗ таких виробництв, продукція яких могла б йти на експорт;
- спільна підготовка висококваліфікованих фахівців;
- спільна діяльність у галузі рекреації та туризму;
- підтримання вітчизняних регіональних товаровиробників.

Також варто наголосити на тому, що вільні економічні зони можуть розглядати як один із інструментів, що спрямований на досягнення стратегічних цілей країни[3, с. 215].

Якщо зазирнути з іншого боку, то можна побачити, що ВЕЗ спрямовані на допомогу з більш конкретними завданнями, а саме:

- їх можна розглядати як джерело нових товарів та техніки;
- вони можуть продукувати нові знання та виконувати освітню функцію;
- зони можуть виконувати функцію випробувальної території перед широкомасштабним запровадженням нових реформ;
- зони можуть бути певним механізмом для зосередження окремих ресурсів та їх спрямування на досягнення конкретної мети;

— зони можна розглядати як засіб, що сприяє розвитку певним регіонам.

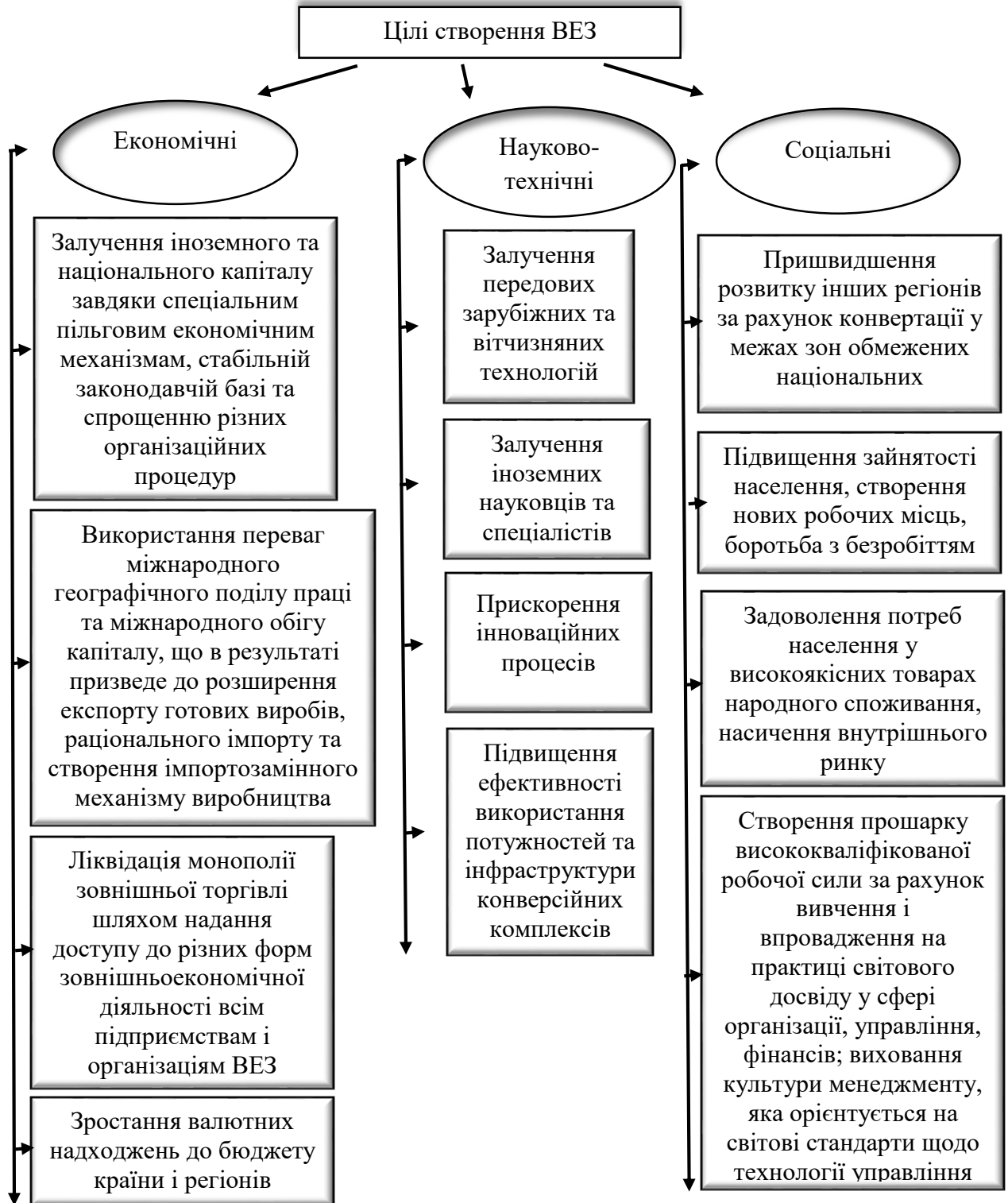


Рис. 1. Класифікація цілей БЕЗ

Джерело: складено на основі [2]

Отже, вільні економічні зони можуть слугувати стимулом для розвитку окремих регіонів країни, а також засобом для удосконалення спеціальних галузевих виробництв. ВЕЗ є територією вільного виробництва де апробується особливий механізм переходу до ринку. Також, ВЕЗ є одним із методів утворення в національній економіці так званих центрів розвитку або центрів зростання.

Вільні економічні зони покликані виконувати певну специфічну роль. Вони концентрують експортноорієнтоване й імпортозаміщуюче виробництво, стимулюють зовнішньоекономічні зв'язки, являючи собою «пастки» для іноземних інвестицій. Створення вільних економічних зон передбачає стимулювання зосередження технологічних інновацій, сприяти освоєнню сучасного ринкового механізму господарювання.

Список використаних джерел

1. Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон: Закон України від 17.02.2006 № 2673-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2673-12#Text>;
2. Трігуб С.О. Особливості вільних (спеціальних) економічних зон та їх вплив на стимулювання діяльності підприємств: Академічний огляд, №1, 2010. С. 120 – 126. URL: <https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2010/1/20.pdf>;
3. Мартусенко В.І., Погріщук Б.В. Регіональна економіка: підруч. 2019, С. 315. URL: https://pidru4niki.com/76309/rps/regionalna_ekonomika.

Лега О. В.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Гусаренко Н. Ю.,
здобувач вищої освіти СВО-бакалавр,
Ладур Т. С.,
здобувач вищої освіти СВО-магістр,
*Полтавський державний аграрний університет,
м. Полтава, Україна*

ПОДАТОК НА ВИВЕДЕНИЙ КАПІТАЛ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Однією з найбільш очікуваних реформ для українського бізнесу є модернізація чи повна заміна податку на прибуток шляхом введення податку на виведений капітал. Законопроект якого вже розглядався у парламенті та наразі є одним з найбільш обговорюваних питань в економічному середовищі.

Відтак дане питання є дуже актуальним в сьогоденних реаліях, адже впровадження цього податку може суттєво вплинути на розвиток економіки.

Податок на прибуток підприємств – прямий податок, що стягується з прибутку організації (підприємства, банку, страхової компанії, тощо). Об'єктом оподаткування податком на прибуток є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, на різниці, які виникають відповідно до положень Податкового кодексу України, далі - ПКУ (п.п. 134.1.1 ПКУ) [1].

На сьогоднішній день податок на прибуток підприємств є одним з найскладніших з точки зору адміністрування. Існує безліч недоліків в порядку нарахування та стягнення податку на прибуток, а саме:

- складні правила розрахунку об'єкта оподаткування (фінансовий результат як базовий показник для розрахунку об'єкта оподаткування з подальшим коригуванням на різниці – це постійний ризик претензій з боку контролюючих органів);
- необхідність ведення окремого обліку податкової амортизації;
- проблеми з накопиченням збитків;
- агресивні схеми податкового планування, які використовуються окремими компаніями з метою уникнення оподаткування, що призводить до надмірного податкового тиску на сумлінних платників податку;
- недостатній рівень стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств через механізм справляння податку на прибуток;
- зниження мотивації виробників щодо об'єктивного визначення бази оподаткування, викликає процеси ухилень від сплати податку та пошук можливих «лазівок» у законодавстві.
- практична відсутність повноцінного податкового контролю за достовірністю декларованих сум об'єкта оподаткування.

Отже, класичну модель оподаткування прибутку підприємств в сьогоденних економічних умовах в Україні законодавці вважають неефективною. У зв'язку з цим, законодавці пропонують імплементацію податку на виведений капітал, що забезпечить оподаткування усіх операцій, спрямованих на виведення капіталу з бізнесу, зокрема шляхом сплати дивідендів особам, які не є платниками податку на виведений капітал.

Законопроект передбачає прозоре регулювання оподаткування іноземних компаній та введення низки ефективних антиофшорних заходів. Класичні схеми виводу капіталу (проценти, роялті, інвестиції за кордон) стануть прямими об'єктами оподаткування, що унеможливило розмивання податкової бази та виведенню коштів з-під оподаткування в Україні. Законопроект забезпечує ефективну протидію зловживанням положеннями податкових конвенцій, оскільки податок на виведений капітал не є податком на репатріацію та, відповідно, не є предметом податкових конвенцій [2].

Розглянемо проект у частині основних елементів податку на виведений капітал (табл. 1):

Таблиця 1

Загальна характеристика податку на виведений капітал*

Елементи	Характеристика
1	2
Об'єкт оподаткування	операції з виведення капіталу та операції, прирівняні до операцій з виведення капіталу
Операції з виведення капіталу	виплата дивідендів на користь неплатника податку, виплата частини прибутку державними некорпоративними, казенними чи комунальними підприємствами, повернення внесків власнику корпоративних прав – неплатнику податку (у сумі, що перевищує вартість внеску, здійсненого засновником та/або власником до статутного капіталу такої юридичної особи) тощо
Операції, прирівняні до операцій з виведення капіталу	проценти, сплачені нерезидентам – пов'язаним особам і нерезидентам, зареєстрованим у державах, що є «низькоподатковими» юрисдикціями;
	виплати в межах договорів страхування або перестрахування на користь страховиків-нерезидентів (в окремих випадках);
	фінансова допомога, надана платником податку неплатнику податку, яка не підлягає поверненню або надана пов'язаній особі, або надана непов'язаній особі та залишається неповернутою протягом 12 місяців (крім окремих випадків);
	виплата (переказ), що здійснюється у зв'язку з: переказом коштів з рахунків в українських банках на рахунки платника податку, відкриті за кордоном; погашенням зобов'язань, що виникли за договорами, виконання яких не призводить до зарахування коштів на рахунки платників податку в українських банках або до отримання платником податку майна, робіт, послуг;
	господарські операції, визнані контрольованими за правилами трансфертного ціноутворення, якщо їх умови не відповідають принципу «витягнутої руки», в частині донарахованих сум;
	операції з безоплатного надання майна неплатнику податку (крім окремих випадків);
	виплати, що здійснюються у зв'язку із вкладенням в об'єкти інвестицій (в тому числі придбанням майна), які перебувають за межами території України, придбанням робіт, послуг у неплатника

Елементи	Характеристика
1	2
	податку – нерезидента, та/або передача майна, надання робіт, послуг неплатнику податку – нерезиденту (якщо розрахунки чи постачання майна, робіт, послуг за відповідними операціями не здійснено у 360-денний чи інший строк відповідно до законодавства);
	кошти та/або вартість майна, передані до статутного капіталу неплатника податку;
	кошти та/або вартість майна, виплачені у зв'язку із придбанням товарів, робіт та послуг у пов'язаних фізичних осіб, що застосовують спрощену систему оподаткування;
	виплата роялті в сумах перевищення ліміту та в інших окремих випадках.
Платники податку	резиденти (суб'єкти господарювання – юридичні особи, які провадять господарську діяльність як на території України, так і за її межами) та нерезиденти (юридичні особи, які провадять на території України визначену ПКУ діяльність, та постійні представництва нерезидентів, які провадять діяльність на території України
Ставки податку	15% – до операцій з виведення капіталу;
	20% – до операцій, прирівняних до операцій з виведення капіталу (крім зазначених нижче операцій, що оподатковуються за ставкою 5%);
	5% – до коштів, сплачених на виконання боргових зобов'язань пов'язаним особам – нерезидентам (у випадках перевищення сукупної суми боргових зобов'язань перед всіма пов'язаними особами – нерезидентами над сумою власного капіталу платника більш ніж у 3,5 рази (для фінансових установ та компаній, що провадять виключно лізингову діяльність, – більш ніж у 10 разів) або реєстрації нерезидента у державі, що є «низькоподатковою» юрисдикцією, застосовуватиметься ставка 20%).
Реєстрація у ДФС	Реєстр платників податку на виведений капітал, дані якого оприлюднюватимуться на веб-сайті Державної податкової служби України. На початковому етапі (до 31 грудня 2020 року) Реєстр буде сформовано Державною податковою службою України шляхом включення до нього платників податку на прибуток підприємств, зареєстрованих у контролюючих органах станом на 1 грудня 2020 року

* узагальнено на підставі [3]

Отже, на думку авторів законопроекту:

1. Операції, які звичайно використовувалися для розмивання податкової бази в Україні (виплата процентів за кредитами компаніям в «низькоподаткових» юрисдикціях, виплата дивідендів нерезидентам, інвестиції закордон) стануть прямим об'єктом податку на виведений капітал.
2. З метою забезпечення прозорості адміністрування податку

передбачається запровадження автоматизованого аналізу податкової інформації.

3. Суми переплат з податку на прибуток підприємств, сформовані до 1 січня 2021 року, платники податків зможуть використати в рахунок зменшення грошових зобов'язань з податку на виведений капітал або ці суми будуть повернені платникам в установленому порядку.

4. Проект унеможливорює зловживання положеннями податкових конвенцій шляхом застосування занижених чи нульових ставок податку для окремих видів доходів нерезидентів, оскільки податок на виведений капітал сплачується виключно платниками такого податку.

5. Сприяння спрощенню ведення бізнесу та податкового адміністрування, зменшенню адміністративного тиску на платників податків з боку контролюючих органів.

6. Спрямування прибутку підприємств на розвиток і техніко-технологічне оновлення власного виробництва.

7. Створення умов для детінізації економіки та стимулів до нарощування інвестиційної активності.

Натомість Міжнародний валютний фонд не дуже задоволений ідеєю введення податку на виведений капітал. Для Міжнародного валютного фонду першою проблемою є: по-перше, податок на виведений капітал не вирішує питання спрощення адміністрування, по-друге, негативна практика інших країн (практика Естонії, яку пропонують як приклад прихильники податку на виведений капітал, є негативною. На рівень надходжень, який був до введення податку, вони вийшли більш ніж через 10 років. Податок деструктивно впливає на розвиток економіки. Люди не купують собі товари споживання, їх набуває компанія, ухиляючись від податків) [4]. Тому питання «бути» чи «не бути» податку на виведений капітал залишається на сьогодні дискусійним.

Список використаних джерел:

1. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення 24.02.2021).

2. Податок на виведений капітал з 1 січня 2021 року: нова законодавча ініціатива. URL: <https://news.dtkt.ua/taxation/profits-tax/63162> (дата звернення 24.02.2021).

3. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо запровадження податку на

виведений капітал на заміну податку на прибуток підприємств. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69156 (дата звернення 24.02.2021).

4. МВФ не особливо задоволений податком на виведений капітал, - Гетманцев. URL: <https://news.dtki.ua/taxation/profits-tax/58128> (дата звернення 24.02.2021).

Лега О. В.,

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю, доцент,

Іващенко В. А.,

здобувач вищої освіти СВО-бакалавр,

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ: ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Система оподаткування відіграє важливу роль в забезпеченні економічного розвитку будь-якої країни. Вона позначається на підтриманні громадського правопорядку країни, забезпеченні сприятливих умов розвитку життя населення, оборони країни, вирішенні різноманітних соціальних проблем тощо.

Питанням оподаткування доходів фізичних осіб займалися багато українських вчених, зокрема О. І. Коблянська, П. А. Лайко, М. Г. Перерва. Побудові структурної системи податків та формуванню фіскальної політики присвячені наукові доробки В. П. Андрущенко, О. Д. Василик, Т. І. Єфименко, Ю. Б. Іванова, А. М. Соколовської та ін. Особливості податкових систем країн-членів Європейського Союзу, а також їх побудова та розвиток, досліджувалися у працях Г. М. Білецької, О. Ю. Гусака, В. М. Мельника, М. С. Онуфрик [1].

Одним із важливих бюджетоутворюючих податків є податок на доходи фізичних осіб. У загальних податкових надходженнях за 2004 – 2020 рр. частка ПДФО склала 18,8 % (табл. 1).

Відповідно до Податкового кодексу України ПДФО належить до загальнодержавних податків та є суттєвим джерелом формування доходів державного і місцевих бюджетів. Крім того, цей податок виконує не тільки важливу фіскальну, а й розподільчу функцію.

Порядок оподаткування доходів фізичних осіб в Україні регулюється розділом IV ПКУ, відповідними статтями якого виділяються основні елементи ПДФО. Це – платники податку, об'єкт оподаткування, база оподаткування, податковий період, ставки, пільги тощо [3].

Таблиця 1

**Структура податкових надходжень до державного бюджету України за
2004-2020 рр., %***

Роки	ПДВ	ПДФО	ПП	Інше податки та збори	Всього
2004	36,7	16,9	20,7	25,7	100
2005	41,3	15,2	20,6	22,9	100
2006	44,8	15,6	17,9	21,7	100
2007	41,9	18,6	18,4	21,1	100
2008	46,8	17,0	17,7	18,5	100
2009	48,8	18,2	13,5	19,5	100
2010	45,7	18,4	14,5	21,4	100
2011	47,1	16,4	15,0	21,5	100
2012	46,9	17,3	14,2	21,6	100
2013	46,0	18,3	13,9	21,8	100
2014	46,7	18,5	9,9	24,9	100
2015	42,9	17,4	6,8	32,9	100
2016	44,3	18,6	8,1	29	100
2017	45,8	19,6	7,7	26,9	100
2018	45,5	20,4	8,2	25,9	100
2019	35,4	25,7	11,0	27,9	100
2020	35,5	27,5	10,1	26,9	100

* узагальнено на підставі [2]

Базовою ставкою ПДФО, що регламентується ст.167 ПКУ, є ставка у розмірі 18%, яка застосовується майже для всіх видів доходів громадян: зарплати, заохочувальні та компенсаційні виплати, виплати за договорами цивільно-правового характеру тощо.

Аналізуючи основні аспекти нарахування та сплати ПДФО (табл. 2), необхідно зазначити, що суттєві зміни в оподаткування доходів фізичних осіб були запроваджені Законом України «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні» від 31.03.2014 №1166-VII. Зменшення ставки ЄСВ для роботодавців до 22%, а також скасування вимоги щодо утримання її із заробітної плати працівників у розмірі 3,6%, сприяли зростанню ПДФО з 15% до 18% [4].

Українська система оподаткування надає платникам ПДФО три види пільг:

- отримання податкової соціальної пільги.
- отримання податкової знижки;
- не включення до складу загального місячного (річного) оподатковуваного доходу окремих видів доходів;

Таблиця 2

Ретроспективний аналіз ставки ПДФО [4]

Роки	Мінімальна заробітна плата (МЗП) на 1 січня, грн.	Ставки ПДФО
2013	1147	15% до 11470 грн. (1147*10 МЗП у розрахунку на місяць), 17 %
2014	1218	15% до 12180 грн. (1218*10 МЗП у розрахунку на місяць), 17 %
2015	1218	15% до 12180 грн. (1218 *10 МЗП у розрахунку на місяць), 20%
2016	1378	18%
2017	3200	18%
2018	3723	18%
2019	4173	18%
2020	4723	18%
2021	6000	18 %

Податкова соціальна пільга – це можливість платника податку зменшити базу оподаткування ПДФО, тобто заплатити податок лише з частини зарплати. Розмір ПСП залежить від прожиткового мінімуму для працездатної особи.

Податковою знижкою може скористатися набагато більше громадян, адже вона не обмежується розміром зарплати. Податкова знижка – це право повернути частину сплаченого ПДФО. Таке право з’являється після подання річної податкової декларації, тож доведеться контактувати з податковою службою.

Слід наголосити, що заробітна плата становить більшу частину доходів домогосподарств, а інколи вона є єдиним джерелом доходу. Враховуючи, що в Україні не застосовуються прогресивні ставки ПДФО, це зумовлює соціальну несправедливість, яка проявляється в тому, що ті, хто заробляють менше, сплачують таку саму частку як і ті, хто заробляють більше.

Для вдосконалення системи оподаткування доходів громадян в Україні, доцільно:

1. Враховуючи те, що в Україні найважливішою складовою бази оподаткування ПДФО є заробітна плата, забезпечити зростання доходів фізичних осіб, створення робочих місць, збільшення інвестицій в економіку, що в свою чергу збільшить надходження до бюджету.

2. Вжити заходів щодо зменшення тіньового сектору економіки, виведення доходів українців з тіні. Доцільно підвищити рівень мінімальної заробітної плати.

3. Запровадити прогресивні ставки оподаткування доходів фізичних

осіб, що дасть змогу підтримати не лише малозабезпечені верстви населення, але й дасть поштовх розвитку середнього класу в Україні.

4. Вжити заходів щодо підвищення податкової культури та податкової дисципліни платників податків, адже кожен громадянин України має усвідомлювати, що сплата податку поєднує в собі обов'язок перед країною та можливість стимулювання та регулювання державою розподілу коштів між платниками податків та потребами держави.

5. Вдосконалити пільгову політику з ПДФО.

6. Удосконалити податкове законодавство та звітність шляхом їх спрощеного та зрозумілого викладення для платників податку, що дасть змогу підвищити ефективність податкового контролю для подолання зловживань щодо ухилення від сплати податків.

Реалізувавши на практиці ці заходи зросте рівень довіри до державних органів, відновиться принцип справедливості, зменшеться конфліктність між платниками податків і контролюючими органами та покращиться податкова дисципліна.

В умовах створення в Україні соціально орієнтованої ринкової економіки, удосконалення власної системи оподаткування доходів фізичних осіб із урахуванням світових здобутків у цій сфері є пріоритетним завданням української податкової системи.

Зміни податкової системи країни в частині оподаткування доходів фізичних осіб мають одночасно враховувати економічні інтереси держави і платників податків, а також усувати зацікавленість платників в податкових незаконних ухиленнях.

Список використаних джерел:

1. Дутова Н. В., Лесік Є. С. Оподаткування доходів фізичних осіб в Україні: проблеми та вдосконалення на базі досвіду зарубіжних країн. *Економіка і організація управління*. 2019. № 1. URL: <https://ec.donnu.edu.ua/dutova/> (дата звернення 23.02.2021).

2. Ціна держави. URL: <https://cost.ua> (дата звернення 23.02.2021).

3. Податковий кодекс України: Кодекс України №2755-VI від 02 грудня 2010 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 23.02.2021).

4. Лега О.В., Палій М. О., Крайник В. Г. Ставка податку на доходи фізичних осіб: ретроспективний аналіз. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : матеріали II Міжнар. наук. – практ. конф. Полтава : ПП «Астроя», 2020. С. 580-583.

http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8751/1/ПДФО_ретроспективний.pdf.

Лищенко В. В.
здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
ОПП «Адміністративний менеджмент»,
Науковий керівник – **Вовчок С.В.**, старший викладач кафедри
публічного управління та адміністрування,
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми, Україна

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ

Пріоритетними завданнями адміністративного управління в цій сфері на сучасному етапі є необхідність надання фахової соціальної підтримки соціально вразливим категоріям населення: дітям-сиротам, дітям, позбавленим батьківського піклування, багатодітним та малозабезпеченим сім'ям, які проживають у складних умовах і потребують сторонньої допомоги, внутрішньо переміщеним особам, учасникам бойових дій та ін.

Суттєвого вдосконалення потребує система організації соціальної роботи на регіональному (місцевому) рівні, що пов'язано зі специфікою трансформаційних процесів унаслідок реформування місцевого самоврядування, розвитку територіальних громад, децентралізації державного управління.

Якість у соціальній роботі є феноменом, що має певні об'єктивні критерії виміру (відповідність певним стандартам), і водночас фігурує тільки в суб'єктивних відчуттях, сприйняттях конкретних людей. А в зв'язку з тим, що клієнти соціальної роботи мають специфічні риси, стан фізичного або психічного здоров'я, й не завжди спроможні адекватно оцінити якість соціальної послуги, процес оцінки ускладнюється. Тому акцентується відповідність послуг певним стандартам, що є більш об'єктивною оцінкою їхньої якості [1].

Якість соціальних послуг – істотні ознаки соціальних послуг, які задовольняють вимоги встановленого стандарту.

Відповідно до моделі Максвела, *критеріями визначення якості соціальних послуг є:*

– географічна доступність, – соціальна доступність, – рівність у розподілі послуг, – відповідність потребам населення, ефективність (досягнення цілей), – економічність.

У соціальній роботі багатьох країн критеріями якості послуг вважають їх корисність і схвалення їх клієнтами, оперативність реакції на їхні потреби і позитивну оцінку ними цієї реакції, позитивний вплив на поліпшення якості життя клієнтів (вони повинні відчувати, що система обслуговування має на меті поліпшення їхнього життя).

Одна з проблем, пов'язаних із забезпеченням якості, – це відсутність єдиного погляду на неї. Будь-хто, прочитавши літературу з питань забезпечення якості, буде збентежений різним набором пояснень однієї й тієї самої ідеї: внутрішня якість, зовнішня якість, покращення якості, контроль якості, інспектування, акредитація – терміни, які позначають єдине явище.

Ключовим аспектом забезпечення якості є рівень розбіжності між наявною ситуацією та перспективою, яку визначила для себе організація. Для того щоб це визначити, необхідна інформація. Ця інформація повинна характеризувати ситуацію, яка була раніше, і це надзвичайно важливо, оскільки такі дані дають вам можливість працювати над *поліпшенням якості*.

Процес соціальної роботи складніший, ніж процес виробництва. Нелегко сказати, що спрацювало неправильно і що потрібно зробити, аби виправити помилку. Є надзвичайно багато причинно-наслідкових ланцюгів, які з часом виявляються складнішими, ніж здавалося на перший погляд. Кожний окремий ланцюг може підпадати під вплив інших ланцюгів. Враховуючи це, можна простежити, наприклад, вплив порядку прийому на роботу, фінансування, систем зв'язку та порядок приймання рішення на кінцевий результат роботи соціального закладу, тобто з'ясувати дію чинників, які здаються досить далекими від питання якості, але здійснюють свій специфічний вплив на неї.

Забезпечення якості соціальних послуг – систематичні дії, реалізація яких вселяє впевненість у тому, що послуга відповідатиме встановленим вимогам до якості.

Для забезпечення якості необхідно обов'язково розглядати процес надання соціальної послуги як ланцюг взаємопов'язаних причин та наслідків. Передусім для того, щоб з'ясувати найбільш важливі аспекти, на яких треба зосередитись, щоб покращити якість. Крім того, для того, щоб визначити причини ситуації з метою ефективного впливу на процес покращення якості.

За відсутності ланцюга причин і наслідків виникає ризик, що ви будете розглядати симптоми, а справжню картину не помітите.

Список використаних джерел

1. Колосовська І., Нема О. Удосконалення публічного управління у сфері соціальної роботи на регіональному рівні. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2018. Вип. 4(39). С. 109-114.

2. Сич Т.В. Управління якістю соціальних послуг : [навч. посібник для магістрантів спец. «Управління соціальним закладом»] / Т.В. Сич; Держ. закл. «ЛНУ імені Тараса Шевченка». Х : ООО «Цифра принт», 2016. 252 с.

Лісіца В. В.

к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
доцент

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
м. Полтава, Україна*

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ РИТЕЙЛУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID - 19

Необхідність цифрової трансформації в сфері ритейлу «доковідного» періоду була обумовлена рівнем очікувань нового «цифрового покоління», яке звикло до оперативності надання інформації, постійної доступності товарів і послуг. Ритейлери трансформували свій бізнес, адаптуючись до мінливого середовища «VUCA»: volatility (нестабільність), uncertainty (невизначеність), complexity (складність) і ambiguity (неоднозначність), що потребує ведення бізнесу на основі збору, аналізу та інтерпретації big data; взаємодії з багатоканальними та комунікаційними системами; формуванням омніканальної бізнес-моделі обслуговування покупців тощо [1]. Фізичні магазини почали змінювати свій простір з метою забезпечення отримання споживачем особливого цифрового досвіду (в тому числі, «wow-ефекту»).

2020 рік ознаменувався низкою подій, які безпосередньо вплинули на поведінку споживачів та суттєво трансформували бізнес-процеси роздрібних компаній. Як відзначають експерти, COVID-19 прискорив чотири ключові тенденції, які вже впливали на ритейл: еволюція бізнес-моделі, цінність мети, орієнтація на зниження витрат та збільшення впливу споживачів [2].

COVID-19 обумовив істотні корективи в поведінковій та повсякденній звичці середньостатистичного споживача. Для багатьох компаній, що зіткнулися з наслідками COVID-19, криза стала критичною точкою відліку інтенсифікації цифрової трансформації бізнесу у нових економічних реаліях.

Значна кількість роздрібних компаній почала переглядати концепції та формати своїх торгових точок з метою пропозиції споживачам їх оптимального варіанту, який би враховував особливості «ковідного» та «постковідного» періоду (компактні формати, концепт-стори, об'єднання ритейлу та закладів харчування, хаби, даркстори, вендингова торгівля тощо). Технології, які раніше перебували в початковому стані, стали в прискореному режимі запроваджуватися в окремі бізнес-процеси та розкривати свій потенціал. Акцентуємо увагу на таких [1-4]:

Інновації в роботизації та автоматизації ритейлу. «Посткоронавірусна» реальність (необхідність забезпечення соціальної дистанції, витрати на захисні засоби для персоналу, зниження трафіку та переорієнтування покупців на онлайн покупки) стимулює роздрібні компанії до впровадження нових інноваційних технологій: автоматизації процесів складування, покупок і обслуговування з метою зниження витрат, мінімізації контактів між покупцями та продавцями (каси самообслуговування, системи відеоаналітики та моніторингу, роботи та коботи, інтерактивні помічники (хелпери), розумні полиці та електронні цінники, смарт-візки, реверсивні компактні каси, автоматизація видачі замовлень тощо).

Сервіси, мобільні додатки та супераппи (від англ. Super app). Зростання обсягів онлайн-покупок в зазначений період стимулює ритейлерів до розвитку власних мобільних додатків. У такі додатки роздрібні компанії починають вбудовувати сервіси зі збору та аналізу даних зворотного зв'язку з покупцями щодо оцінки роботи торгової точки в цілому, рейтингу того чи іншого товару тощо (наприклад, дозволяє вимірювати метрики споживчої лояльності NPS та індекс клієнтської задоволеності CSI).

Також роздрібні компанії активізували діяльність щодо створення корпоративних додатків, за допомогою яких відбувається вибудовування комунікацій між співробітниками всередині самої компанії з різних напрямів (наприклад, забезпечення безперебійного обміну повідомленнями всередині компанії; рішення робочих завдань; система адаптації нового персоналу; проходження навчальних курсів; блоги співробітників з можливістю їх обговорення; «служба довіри» та можливість участі в опитуваннях, що стосуються організації праці та роботи в компанії; вбудована система мотивації; ознайомлення з графіком роботи та відпусток, відомостей про нарахування заробітної плати, замовлення різних довідок тощо).

В цьому напрямку відбувається запровадження сучасних систем мобільного аудиту, а саме: фотозвіти в реальному часі; контроль геолокації під

час візитів в торгові точки; оперативна та аналітична звітність, завдання; мерчендайзингові та акційні модулі тощо).

Також набуває поширення пропозиція споживачам суперрапів у вигляді екосистеми, в якій об'єднані відразу кілька функцій з області фінансів, дозвілля або лайфстайлу.

VR та технології доповненої реальності. Набувають поширення використання VR-технології в процесі навчання співробітників роздрібних компаній, що сприяє максимальному зануренню в робоче середовище в рамках симуляції робочого процесу відповідно займаної працівником посади.

Технології доповненої реальності активно поширюються у фешн-ритейлі (наприклад, віртуальна примірка взуття, одягу; 3D-сканування контурів фігури, після якої потенційний покупець отримує за агрегованим каталогом магазинів-партнерів автоматичний підбір відповідних моделей одягу; Facetime-шопінг; інтерактивні вітрини), меблевих ритейлерів (наприклад, 3D-меблі у інтер'єрі кімнати споживача, де їх можна переміщати для більш точного позиціонування у визначеному просторі), аптечних мереж та інших учасників роздрібного ринку.

Віртуальні помічники (чат-боти і голосові асистенти), засновані на нейронних мережах, вміють підтримувати діалог, давати різні поради, відповідаючи на типові питання. Відповідно, при використанні чат-ботів і голосових асистентів, роздрібні компанії можуть суттєво знизити витрати на інтернет-консультантів і навіть відмовитися від послуг колл-центрів.

Технології, спрямовані на підвищення ефективності управління ланцюгами постачання й управління запасами. Зростання онлайн-покупок обумовив появу нових видів і сценаріїв доставки, починаючи від взаємодії зі службами таксі, запровадження різних форматів експрес-доставки, закінчуючи установкою постаматів в банках, поштових відділеннях, на зупинках громадського транспорту тощо.

Сучасний ритейл за умов суттєвих обмежень акцентує увагу на пошуку нових способів залучення клієнтів та каналів доставки товарів на основі будь-яких ефективних форм співробітництва та взаємодії з іншими учасниками ринку (маркетплейсами, банківськими та поштовими відділеннями, логістичними компаніями тощо) з метою забезпечення своїм споживачам максимального ступеня комфорту від моменту формування замовлення до фінальної видачі товару. Експерти відзначають також перші кроки в роботизації та автоматизації процесів доставки. Дані тенденції намітилася ще до пандемії, але економічна криза та самоізоляція платоспроможного

населення лише стимулювала еволюційні процеси розвитку цих напрямків.

Застосування антикоронавірусних превентивних технологій. Пандемія стала каталізатором появи на ринку різних «антикоронавірусних» рішень і технологій, спрямованих на стримування, попередження та захист від небезпечного вірусу. В офісні простори форматів open-space, в торговельний простір магазинів вже зараз додані захисні елементи для забезпечення безпеки і збереження здоров'я працівників та відвідувачів. В подальшому, в обробці використовуватиметься більший відсоток самоочисних матеріалів; застосовуватимуться компактні системи знезараження повітря; меблі та робочі поверхні проектуватимуться таким чином, щоб забезпечити в разі необхідності зручну і швидко дезінфекцію; застосовуватимуться удосконалені системи вентиляції та очищення повітря, дезінфекційні тунелі, а також систем потокової дезінфекції візків тощо.

Пандемія вплинула на стан ринку праці в сфері торгівлі та мережевого ритейлу. Експерти відзначають, що у середньостроковій перспективі ритейлерам доведеться налаштувати швидке перенавчання своїх співробітників, щоб у разі потреби вони мали змогу, наприклад, перепрофілюватися з роботи в торговельній залі на опрацювання онлайн-замовлень. Актуальними напрямками цифрової трансформації стануть: запровадження системи електронного документообігу, цифрового офісу, зростання ролі в робочих процесах таск-менеджерів (управління проектами та постановка завдань віддаленим працівникам з відстеженням їх виконання), сервісів відеоконференцій тощо.

Запровадження сучасних технологій відбуватиметься у напряму створення безконтактного середовища не тільки в офісному середовищі, а також в середині торговельного простору (наприклад, безконтактні технології відбору товарів та оплати, сканування QR-кодів; голосові команди можуть стати одним з напрямків «витіснення» сенсорних технологій з громадських місць з високим трафіком).

Отже, можна припустити, що розвиток цифрової трансформації ритейлу в подальшому відбуватиметься за такими ключовими напрямками: підвищення ефективності бізнес-процесів та операційної діяльності роздрібних компаній, а також формування купівельного досвіду споживачів у Phygital-просторі.

Список використаних джерел

1. Будущее цифрового ритейла: тренды для инноваций [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=42605063> (дата обращения: 21.03.21). – Название с экрана.

2. Нова реальність і ключові тренди ритейлу в період після COVID-19 - звіт KPMG [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <https://home.kpmg/ua/uk/home/media/press-releases/2020/05/nova-realnist.html> (дата звернення 20.03.21). – Назва з екрану.

3. Цифровая эра в ритейле: Успех в будущем зависит от эффективности адаптации к цифровой среде уже сегодня [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <https://www.pwc.ru/ru/retail-consumer/publications/digital-era-in-retail-ru.pdf> (дата обращения: 19.03.21). – Название с экрана.

4. Лісіца В. В. Тенденції розвитку мережевого ритейлу в Україні в період пандемії COVID – 19 [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/viewFile/1648/1482> (дата звернення 20.03.21). – Назва з екрану.

Любченко В. М.

здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»

Науковий керівник – **Єгорова О. В.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ВОЛАТИЛЬНІСТЬ КРИПТОВАЛЮТ ТА ЇЇ ПРИЧИНИ

Криптовалюти з року в рік привертають все більшу увагу інвесторів. Проте, цей актив дуже волатильний – на ньому можна розбагатіти або ж втратити все.

Волатильність (volatility) – ступінь мінливості значення індикатора, змінної, параметра в часі. [1] Її часто вимірюють як дисперсію або процент мінливості курсу, ціни або іншого кількісного показника. [2, 3] Стосовно криптовалют волатильність проявляються як історичні, сезонні та циклічні зміни курсу. Чим більше волатильність тим більше коливається ціна і більший ризик інвестора. Вміння передбачати ці коливання дають змогу добре заробити, з нерозуміння їх причин – багато втратити.

Причинами коливань курсів криптовалют можуть бути різні чинники.

Перша причина – поява позитивних або негативних новин або чуток щодо цієї валюти. Наведемо приклад чутливості Біткоїну до новин: 29 січня 2021 року Ілон Маск опублікував у своєму профілі Twitter хештег #bitcoin і написав: «Озираючись назад, ми розуміємо, що це було неминуче». Саме в цей день компанія Tesla інвестувала у біткоїн 1.5 мільярда доларів. Ця цитата спровокувала до покупки біткоїна інших інвесторів, після чого його ціна виросла більш ніж на 80 % – з 32 до 58 тисяч доларів.

Протилежний приклад – падіння курсу після негативних новин, зокрема щодо зломів криптовалютних бірж та викритих масштабних шахрайств у цій сфері. Так у серпні 2016 р, після кіберкрадіжки з біржі Bitfinex 119 756 BTC (приблизно 72 мільйона доларів США у рахунку на той курс) відбулось падіння біткоіна на 22 відсотка, а за ним й інших криптовалют.

Друга причина – відсутність регулювання ринку криптовалют з боку держав, національних банків або міжнародних організацій.

Третя причина – поява на ринку криптовалюти крупних гравців (різні хедж фонди або ж трейдингові кампанії).

Четверта – фази ринкового циклу (стадії накопичення, імпульсу, розподілу та уцінки). Дію цих циклів на фондовому ринку описав Ричард Вайкофф ще на початку XX століття [4], проте зараз його метод застосовують в сучасному технічному аналізі фінансових ринків. В центрі теорії Вайкоффа «комполитна людина» – крупний інвестор, який спочатку поступово (щоб не підняти ціну) накопичує активи. Далі він рекомендує купувати ці активи іншим інвесторам, підштовхуючи попит та, відповідно, ціну на них. Коли ціни зростають, комполитний оператор продає значну кількість акцій, що «штовхає» ринок вниз, інші інвеститори «капітулюють» та продають свої акції, які скуповує наш гравець. Така поведінка властива не лише крупним ігравцям на фондових біржах, але й крупним інвесторам у криптовалюту.

Звісно, цей перелік причин не повний, на курс криптовалют впливає й коливання курсів валют різних країн, регіон розташування біржи, і навіть у якій час починає працювати більшість криптотрейдерів певного регіону.

Отже, ринок криптовалюти найволатильніший за ринки акцій та облігацій та за валютний ринок. На криптовалютних біржах можна заробити великі кошти за рахунок великої волатильності. Потрібно врахувати дуже велику кількість факторів перед тим як інвестувати, бути обережним у виборі криптовалюти та точки входу в ринок.

Список використаних джерел

1. Конноллі Кевін Б. Покупка та продаж волатильності. Москва: Аналітика. 2001. 240 с.
2. Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків // Постанова Правління Національного банку України від 15.03.2004 р. №104.

3. Методичні рекомендації щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України // Постанова Правління Національного банку України від 02.08.2004 р. № 361.

4. Wyckoff, Richard D. *How I Trade and Invest in Stocks and Bonds*. 1922, with subsequent editions through 1926. URL: <https://oxfordstrat.com/coasdfASD32/uploads/2016/01/Wyckoff-How-I-Trade-and-Invest-in-Stocks-and-Bonds.pdf>.

Макарчук І.М.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування, доцент,

Перчук О.В.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування, доцент,

Худолій В.В.

аспірант 1 року навчання, спеціальність «Економіка»,
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди»
м. Переяслав, Україна

ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Обмеженість ресурсів внаслідок труднощів фінансування малих підприємств є найгострішою проблемою, з якою стикаються малі підприємства.

Найбільш реальні джерела фінансування малих підприємств в Україні – це кошти банків і фінансових компаній, міжнародних фінансових фондів і банків у рамках підтримки розвитку малого бізнесу, кошти державного та місцевих бюджетів, а також кошти українських фондів підтримки підприємництва. Види фінансування, доступні малому бізнесу – кредити (банківські, міжнародних банків та фондів), пільгові кредити за рахунок коштів бюджету, цільове бюджетне фінансування, пряме і цільове субсидування, лізинг, надання гарантій, страхування, лізинг, франчайзинг [1].

Узагальнену порівняльну інформацію про наявні в Україні джерела розвитку малого підприємництва наведено у табл. 1.1. [2].

За даними опитування проведеного Міжнародною фінансовою корпорацією, на думку підприємців, головними факторами активізації та розвитку діяльності МБ в Україні є [3; 4]: високі ставки податку – на думку 83 % опитаних; велика кількість податків – 68 %; низький попит на продукцію – 46 %; часті зміни у формах звітності – 39 %; велика кількість ліцензованих видів діяльності – 38 %; перевірки державними органами – 38 %; складність отримання кредиту – 36 %.

Таблиця 1.1

Джерела фінансування розвитку малого підприємництва в Україні та їх характеристика

№п/п	Назва джерела	Вартість	Термін	Вимоги до отримання/ доступність
1	Самофінансування – використання прибутку та амортизаційного фонду	-	-	Залежно від фінансового результату та суми відрахувань до амортизаційного фонду
2	Фінансово–кредитний ринок	Відносно висока	До 3–ох років	Вимоги високі, формалізовані. Доступність залежить від наявності ліквідного забезпечення та наявності власних фінансових ресурсів
3	Державне фінансування – у формі державної підтримки та грантів	-	До року	Вимоги високо формалізовані, доступність джерела обмежена, через малу кількість грантів
4	Ресурси міжнародних фондів та організацій	Відносно низька	Рік–два	Вимоги високо формалізовані, доступність обмежена сферами роботи фондів та організацій
5	Фондовий ринок	Помірна	Без обмежень для акцій, рік–п’ять для облігацій	Вимоги високо формалізовані, процедура емісії цінних паперів тривала та дорога, можливий андеррайтинг банків, але здорожує процедуру
6	Ринок приватних запозичень	Висока	До року	Вимоги до оформлення мінімальні, доступність обмежена розміром ресурсів позичальників

Як видно з результатів опитування основними проблеми, що перешкоджають розвитку малого підприємництва в Україні носять фінансовий характер. Розподілимо їх на дві групи: фіскальні та фінансово-кредитні. Фіскальні пов’язані із податковим навантаженням. Фінансово-кредитні – із залученням зовнішніх фінансових ресурсів для розвитку. Розв’язання і першої і другої групи перерахованих проблем є принципово важливими для подальшого розвитку малого підприємництва в Україні.

Результати аналізу дієвості перелічених джерел в Україні та ефективності використання їх ресурсів малим підприємництвом (табл. 1.1) дали змогу зробити такі висновки. Перше з перелічених джерел в Україні, за статистичними даними є основним при фінансуванні інвестиційної діяльності.

За рахунок власних коштів фінансується до 65 % витрат на інвестиції. Світовий досвід та сучасний стан ефективності функціонування підприємств малого бізнесу в Україні свідчать, що використовуючи лише його неможливо досягти високих темпів розвитку.

Доволі привабливим виглядає залучення фінансових ресурсів суб'єктами малого підприємництва на фінансово-кредитному ринку. Хоча інфраструктура фінансово-кредитного ринку в Україні не достатньо розвинена: слабо функціонують такі інституційні інвестори як венчурні фонди, інвестиційні компанії та компанії з управління активами. Єдиним реальним джерелом залучення коштів у таких умовах залишається банківська система. Кредити комерційних банків для малого бізнесу не завжди доступні через високі відсоткові ставки, а також низьку привабливість малих підприємств як позичальників. Останнє можна пояснити особливостями кредитування, які притаманні малому бізнесу:

- високі витрати на розгляд та оформлення кредиту при невеликих термінах кредитування, що не дозволяє досягти бажаної рентабельності кредитної операції, а також невисока рентабельність діяльності малих підприємств, що не перекриває банківські ефективні ставки;

- відсутність прозорості економічної діяльності позичальників, низька податкова культура, низька якість складених бізнес-планів і пакету документів, відсутність кредитної історії, що значно ускладнює об'єктивну оцінку кредитоспроможності;

- нестача або повна відсутність у позичальників ліквідного забезпечення. Малі підприємства часто не мають достатньої ліквідної застави, яку банки розглядають як найбільш привабливий вид забезпечення [1].

Потрібно відзначити, що ставки на банківські позики для суб'єктів малого підприємництва в Україні за останніх 3–5 років суттєво знизились, це особливо стосується ресурсів з програм фінансування розвитку малого бізнесу. Однак у порівнянні з країнами ЄС та США вони залишаються доволі високими, що логічно зумовлюється відносно вищим рівнем ризиків. Фактором, що змушує банки втримувати доволі високі ціни на позики є високі темпи інфляції.

Окремою формою фінансування інноваційно – інвестиційної діяльності малого підприємництва є лізинг. В Україні ця форма фінансування використовується відносно слабо. Причиною тому більша складність процедури надання лізингу порівняно із позиками для банків. Спеціалізовані же лізингові компанії, як окремі суб'єкти фінансово-кредитного ринку майже

не представлені. У світовій практиці (зокрема США) джерелом фінансування інвестиційно – інноваційних проєктів малого підприємництва є венчурні компанії та фонди, діяльність яких (що характеризується підвищеним рівнем ризикованості) в українських умовах не виглядає привабливою для інвесторів та є фактично не регламентовано у законодавстві. Потенційним джерелом отримання коштів для розвитку малого підприємництва є ресурси кредитних спілок. Привабливими тут є швидкість та низькі вимоги до забезпеченості позик (або їх відсутність). Проблемами у цій сфері є: дорожнеча цих позик (25–30 % річних), обмеженість ресурсної бази кредитних спілок та терміну користування коштами (до одного року) [4; 5]. Як висновок, ці ресурси не можуть задовольнити потреби розвитку малого підприємництва.

Оцінюючи державне фінансування розвитку малого підприємництва можна стверджувати, що воно відіграє важливу роль у процесі його фінансування. Комплекс державних фінансових механізмів підтримки малого підприємництва складається з: використання гарантійних фондів кредитування МП; пільгового кредитування та часткову компенсацію відсоткових ставок по кредитах; забезпечення спрощених режимів оподаткування та податкових пільг; надання фінансової підтримки інноваційної діяльності; компенсації видатків на інформаційне обслуговування; компенсації видатків на отримання патентів, захист авторських прав тощо; кофінансування проєктів, які здійснюють МП; надання обладнання в лізинг; сприяння розвитку венчурного бізнесу; підтримки утворення кредитних союзів для МП; розвитку бізнес–центрів та бізнес–інкубаторів з метою зменшення накладних витрат МП; централізованого бухгалтерського обліку та комплексного надання ділових послуг МП [5].

Останніми роками в Україні почали використовувати такий інструмент фінансового сприяння розвитку МП, як часткова компенсація ставок за кредитами банків, що спрямовуються на інвестиційну діяльність.

У світовій практиці вагомим джерелом для започаткування та розвитку малого підприємництва є ресурси різноманітних фондів та організацій, що займаються грантовим фінансуванням. Важливою умовою при цьому є виконання вимог цих установ щодо цільової спрямованості та використання отриманих коштів. Відповідно, суб'єкти малого підприємництва повинні працювати над тими проєктами, які вигідні Фондам та ділитись чи віддавати результати проведених розробок [4].

На жаль, в Україні дуже слабо розвинене таке джерело залучення МП ресурсів для розвитку як фондовий ринок. Саме це джерело стало основою

розвитку невеликих високотехнологічних компаній у США та ЄС. На противагу, малим підприємництвом широко використовують таке джерело фінансових ресурсів, як приватні запозичення. Воно не вимагає додаткових витрат на оформлення зобов'язань, характеризується низьким рівнем трансакційних витрат зважаючи на особисте знайомство кредитора та позичальника. Його же недоліками є: висока вартість (до 50 % на рік), правова незахищеність позичальника, що подекуди компенсується відповідними незаконними діями до неспроможних повернути борг позичальників, та короткотерміновістю. Відтак для фінансування інноваційно - інвестиційних проектів малого підприємництва воно фактично не підходить.

Отже, можна зробити такі висновки. Сучасний стан розвитку джерел фінансування розвитку малого підприємництва в Україні не дає змоги активно розвиватись малому бізнесу. Основними причинами цьому є нерозвиненість фондового ринку, інфраструктури фінансово - кредитного ринку та основне цілеспрямованої державної регуляторної політики у цій сфері.

Список використаних джерел

1. Крухмаль О.В., Криворучко Л.Б. Джерела та проблеми фінансування малих підприємств в Україні. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2010. №2. С. 120 - 124
2. Другов О.О. Аналіз джерел фінансування розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. *Стратегічні пріоритети*. 2008. №4(9). С. 115-120.
3. Грантове фінансування. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://chern-rayrada.cg.gov.ua/web_docs/1730/2016/08/
4. Оксенюк К.І. Фінансове забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні. *Молодий вчений*. Випуск № 7 (47). 2017. С. 440 – 443.
5. Малий і середній бізнес у пошуках місця в стратегії економічного зростання в Україні. Аналітична записка. підприємництва [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.niss.gov.ua

Макухіна С. В.

ст. викладач

Херсонський державний аграрно-економічний університет

м. Херсон, Україна

АНГЛІЙСЬКА МОВА В СФЕРІ БІЗНЕСУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

В сучасному світі постійно підвищуються вимоги до фахівців не лише за фахом, але й до володіння англійською мовою. Це пов'язано з тим, що сучасна економіка потребує спеціалістів, які здатні генерувати ідеї, працювати

в інтернаціональній команді, відстоювати свою точку зору, отримувати нову фахову інформацію через іноземні джерела, освоювати нові технології і учитися протягом життя.

Для успішної взаємодії в сферах міжнародного бізнесу необхідна наявність таких компонентів, як знання англійської мови; професійні знання в сфері бізнесу; комунікативні навички і володіння засобами комунікації; розуміння психології міжособистісних стосунків в умовах міжкультурної комунікації. Отже, на сьогодні володіння іноземною мовою вже є не ознакою престижу, а потребою сучасного фахівця.

Тому у вищих навчальних закладах впроваджено спеціальний курс ділової англійської мови, який пов'язаний із вивченням англійської мови не тільки як обов'язкової дисципліни, але й як одного з шляхів отримання знань іноземною мовою з обраної здобувачами спеціальності.

Курс ділової англійської мови враховує специфіку оформлення необхідної документації та засвоєння базової ділової лексики й спеціальної термінології. Цей курс покликаний ефективно поєднувати навички професійно-орієнтованого спілкування з конкретними діловими мовними ситуаціями. Сучасний фахівець має вивчати можливості закордонних партнерів, їхню роботу, досягнення з метою впровадження кращих результатів у свою роботу; за допомогою технічних засобів зв'язку, безпосереднього спілкування підтримувати ділові контакти, вести ділову бесіду із закордонними партнерами; добирати літературні джерела, при необхідності використовувати загальнонаукові та специфічні методи збирання первинної інформації, застосовуючи наукові методи обробки інформації.

При використанні мови домінує одна мета: отримати інформацію, запросити інформацію, спонукати до дії, виразити почуття і т.д. Така матеріалізація актів комунікації може набирати різноманітних форм вираження, від найпростіших до найскладніших. Рольові ігри, конференції, інтерв'ю, симпозиуми, дискусії як форми проведення аудиторних занять з англійської мови дають максимальний поштовх для актуалізації інтересу та мотиваційного спрямування комунікативної діяльності студентів і викладачів університетів. Основним видом навчальної діяльності, що сприяє розвитку комунікації іноземною мовою, є ділова гра. Це постійне моделювання та розігрування певних ситуацій, що підвищують активність студентів під час навчання. Сучасна комунікативна методика пропонує широке впровадження в навчальний процес активних нестандартних методів і форм роботи для кращого свідомого засвоєння матеріалу.

Навчання майбутніх спеціалістів немовних спеціальностей ділової англійської мови є невід'ємним компонентом їхньої освіти, без якої неможлива якісна підготовка фахівців, які б були конкурентоспроможними у нових умовах євроінтеграційної політики України. Зусилля викладача повинні бути спрямовані на навчання студентів комунікативним навикам ділового спілкування, відтворення мовних ситуацій, які б сприяли ефективному засвоєнню лексичного матеріалу, навчання основам ділової кореспонденції. Пріоритетами у викладанні ділової англійської мови для міжкультурного спілкування мають бути знання особливостей національного характеру та норм комунікативної поведінки народу, з яким передбачається встановлення ділових стосунків, а також сформовані в процесі вивчення іноземної мови навички поважного ставлення до представників інших культур, позбавлення культуроцентризму та готовність до взаєморозуміння й співпраці.

Список використаних джерел

1. Бех П. О., Биркун Л. В. Концепція викладання іноземних мов в Україні. Іноземні мови. 1996. № 2. С. 3-8.
2. Биконя О. П. Ділова англійська мова. Вінниця: Нова книга, 2010. 312 с.
3. Бойко А. І. Конкурентоспроможність освіти як показник її ефективності та якості. Вища освіта України. 2008. № 3. С. 16–21.
4. Огурцова О.Л. Навчання ділової англійської мови з використанням Інтернет-ресурсів. Збірник наукових праць «Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти на сучасному етапі. Міжпредметні зв'язки. Наукові дослідження. Досвід. Пошуки». Харків: Константа, 2006. Вип.10. С.50-56.

Маркіна І. А.

д.е.н., зав. кафедри менеджменту, професор

Вороніна В. Л.

к.е.н. доцент кафедри менеджменту, доцент,

Філатова К. Є.

здобувач вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ:

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Збільшення частки українських виробників на внутрішньому і зовнішньому ринках вимагає значного зростання рівня їх конкурентоспроможності. Зростання конкурентоспроможності, в свою чергу,

прямо залежить від масштабів і якості інноваційної діяльності національних підприємств. Однак в пострадянський період такі показники, як рівень інноваційної активності підприємств і частка інноваційної продукції в загальному обсязі відвантаженої продукції, не перевищували значень 11 і 9 %, відповідно [2, с. 83]. Порівняння України з країнами-лідерами (навіть беручи до уваги деяку несумісність наведених показників за відмінностей в структурі економік) дозволяє зробити висновок про значне відставання вітчизняних підприємств у сфері розробки та впровадження науково-технічних досягнень. Велика кількість господарюючих суб'єктів воліють адаптувати вже винайдені товари, послуги і технології створенню власних інноваційних розробок.

У структурі впроваджуваних інновацій переважають технологічні інновації, пов'язані в основному із закупівлею машин і устаткування [1, с. 107]. В силу низького попиту на наукові розробки та складності реалізації перспективних інноваційних ідей відбувається відтік професійних креативних кадрів за кордон [2, с. 84].

Це загострює проблему переходу України до економіки інноваційного типу, яка здатна знизити залежність від поставок із-за кордону технологій і товарів, що мають стратегічне значення. Отже, особливу важливість набуває питання створення повноцінної національної інноваційної системи, що забезпечує переважно вітчизняне виробництво.

Дослідженням проблем розвитку економіки на основі інновацій займалися багато вітчизняних і зарубіжних вчених. Так, основи вивчення і розвитку інноваційних процесів закладені в працях таких відомих вчених, як: Т. Брайан, Дж. Брайт, Ф. Валента, Л. Водачек, Д. Кривцун, В. Лапін, К. Перес, Т. Полозова, М. Портер, Б. Санто, Б. Твісс, М. Тодаро, М. Хучек, Й. Шумпетер та ін. Питання забезпечення розвитку на основі інновацій на мікрорівні розкриті в роботах В. Вороніної, А. Глушенкової, Т. Гринько, А. Касич, І. Маркіної, М. Поплавського, О. Хмизової та ін.

Економічний розвиток України ускладнюється впливом світової фінансово-економічної кризи через зумовленість насамперед серйозними внутрішніми причинами, котрі виходять за межі фінансових проблем, які переросли в економічний спад виробництва, зростання безробіття, зниження рівня життя широких верств населення. В це може загальмувати інноваційну активність, а в деяких випадках, зробити впровадження інновацій практично неможливим.

У зв'язку з вищесказаним, актуальним є питання розробки методики аналізу та оцінки інноваційних процесів на підприємстві, яка буде враховувати

сформовану економічну і політичну ситуацію і дозволить не тільки оцінити рівень інноваційної активності підприємства, а й сформулювати рекомендації по її підвищенню.

Це завдання, з нашої точки зору, необхідно вирішувати в кілька етапів.

1) Розглянути існуючі методики оцінки інноваційної активності підприємств.

2) Оцінити переваги і недоліки існуючих методик з точки зору застосування в сформованих економічних умовах.

3) Розробити методику, яка нівелювала б недоліки існуючих і дозволяла б використовувати резерви підвищення інноваційної активності підприємства.

4) Проаналізувати ефективність використання інвестицій для здійснення інноваційної діяльності в регіонах.

Вищесказане дозволяє зробити висновок, що необхідною умовою подолання наслідків економічної депресії і стабілізації економічного розвитку України є розробка стратегії модернізації з чітким висвітленням цілей і способів їх досягнення.

Список використаних джерел

1. Дьячкова Ю. М., Токарева А. О., Дьячков А. М. Інноваційна активність промислових підприємств України в контексті їх сталого розвитку. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії*. 2017. № 1 (40), С. 107-114.
2. Поплавський М. В. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної активності підприємств України на сучасному етапі. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Економіка»*. 2017. Вип. 17. С. 83-90.

Махмудов Х. З.

д.е.н., завідувач кафедри підприємництва і права, професор

Antonina Kalinichenko

Doctor of Sciences in Agricultural, Professor, Department of Process eEngineering,
Technical-Natural Faculty, University of Opole, Poland

Ващенко В. В.

здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії за спеціальністю

051 Економіка

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

**НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ**

Природним потенціалом сільського господарства України є земельні, кліматичні, водні, та біологічні ресурси. Важливе значення серед них займають земельні ресурси, тому що для сільського господарства вони є головним засобом виробництва. Земельні ресурси або земля є одночасно і предметом, і засобом праці, і як знаряддя праці.

Якщо правильно її використовувати, то вона не зношуватиметься, а навпаки, завдяки людській праці та прогресивним технологіям, буде поліпшуватися і підвищувати рівень своєї продуктивності. Цей рівень залежить від розвитку продуктивності праці та від розвитку науки і техніки та технології у виробництві [1, 2].

Одним із пріоритетних елементів природних ресурсів для аграрного підприємства є земля. Тому питання її ефективного використання завжди були на межі дискусії точок зору з екології, економіки, ресурсозбереження, охорони навколишнього середовища, тощо. На сьогодні ця проблематика є достатньо розгалуженою, але багато питань (ефективність, оцінка ефективності, впровадження енергозберігаючих технологій земельних ресурсів) потребують подальшого доопрацювання.

Сьогодні, в аграрному секторі першочерговим стоїть питання збільшення обсягів виробництва, підвищення урожайності сільськогосподарських культур. Разом з тим, високоефективним можна вважати те сільськогосподарське виробництво, що досягає цього за допомогою зниження витрат, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції. Основою такому способу господарювання може стати ефективне і раціональне впровадження новітніх технологій та сучасної техніки у виробництво.

Важливим резервом підвищення продуктивності земель сільськогосподарського підприємства є оптимізація структури посівів та використання сівозміни.

Важливість моделей оптимізації обумовлюються тим, що вони відображають суть багатьох управлінських ситуацій. Отже, важливим напрямками підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств є оптимізація структури посівної площі культур для збільшення обсягів вирощування тих культур, які забезпечують прибутковість виробництва [2].

З метою поліпшення екологічних умов та недопущення ерозії на ґрунтах при оптимізації площ сільськогосподарських культур підприємству доцільно

впроваджувати сівозміни, що сприятиме підвищенню виробництва екологічно чистих продуктів харчування [3].

Сівозміна – це обґрунтована побудова чергування сільськогосподарських культур та парів у часі й на території.

Сівозміни забезпечують раціональне використання площі земель, матеріальних ресурсів та трудових ресурсів. Вони є основою сталого землеробства. Порушення чи нехтування вимог до чергування культур, завдає непоправної шкоди культурі та продуктивності землі [4].

Науковий принцип побудови сівозміни передбачає правильний підбір попередників та поєднання культур близькими між собою біологічно із дотриманням допустимої періодичності для їх повернення на те ж поле.

Підприємство, що займається здебільшого виробництвом продукції рослинництва, орієнтується на вирощування однієї чи двох культур. Це ускладнює науково–обґрунтованого порядок чергування культур у сівозмінах, та змушує вирощувати додаткові культури для його покращання [5].

Існують декілька причин, через які господарства не використовують сівозміни [6]:

- а) перш за все, це поділ культур на прибуткові і збиткові;
- б) висока собівартість та низька реалізаційна ціна сільськогосподарських культур;
- в) нерентабельність тваринницької галузі, що обумовило зменшення площ посівів кормових культур. Тому із структури посівних площ зникають багаторічні бобові трави, які наповнюють ґрунт корисними елементами;
- г) велика кількість підприємств не маючи власної землі, її орендують. Оскільки договір, що укладається між власником землі (паю) і орендарем, може бути розірваний в будь–який час.

Отже, підвищення ефективного використання земель сільськогосподарського призначення є однією з найважливіших народногосподарських проблем, успішне розв'язання якої залежить від реалізації господарствами своїх потенційних можливостей у збільшенні виробництва сільськогосподарської продукції. Важливими напрямками підвищення ефективності використання земель сільськогосподарського призначення є впровадження оптимізації структури посівів, використання сівозміни, новітніх технологій та сучасної техніки у виробництво.

Список використаних джерел

1. Ковалів О.Р. Ефективність використання земельних ресурсів сільського господарства Івано-франківської області. *Агросвіт*. 2013. № 1. С.23-25.
2. Вакуленко Ю.В., Копішинська О.П. Моделювання як засіб підвищення продуктивності та прибутковості підприємства. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2013. № 2 (2). С.30-42. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2013_2\(2\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2013_2(2)_6).
3. Камінський В.Ф. Про збереження та відтворення родючості ґрунтів. *Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація України*. ВГО «Союз учасників СОК України». 2018. URL: <http://www.coop-union.org.ua/?p=8963>. (Дата звернення: 13.02.2021).
4. Шувар І. Родючість землі і сівозміна – поняття тотожні. *Агробізнес сьогодні*. 2018. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ahronomiia-sohodni/item/373-rodichist-zemli-i-sivozmina-poniattia-totozhni.html>. (Дата звернення: 15.02.2021).
5. Циліурік О., Десятник Л. Науково обґрунтовані сівозміни – запорука успіху. *Агробізнес сьогодні*. 2019. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ahronomiia-sohodni/item/11015-naukovo-obgruntovani-sivozminy-zaporuka-uspikhu.html>. (Дата звернення: 02.02.2021).
6. Камінський В.Ф. Сівозміна як основа сталого землекористування та продовольчої безпеки України. *Збірник наукових праць ННЦ «Інститут землеробства НААН»*. 2015. № 2. С.3-14.

Махмудов Х. З.,

д.е.н., завідувач кафедри підприємництва і права, професор,

Мороз С.Е.

к.п.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і права

Калашник О.В.

к.т.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і права

Полтавський державний аграрний університет,

м. Полтава, Україна

МЕТОДИЧНА РОБОТА ЯК УМОВА ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

Увага до якості професійної підготовки майбутніх аграріїв, які навчаються за спеціальністю «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність», актуалізується зростаючими вимогами суспільства. В умовах, коли аграрний

сектор України набуває нового значення у контексті стрімкого зростання обсягів виробництва та експорту сільськогосподарської продукції, важливою складовою успішної інтеграції держави у світовий економічний простір є створення сприятливих умов для виведення конкурентоспроможної продукції вітчизняних товаровиробників на зовнішній ринок.

Експортна стратегія України («Дорожня карта» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки передбачає перехід України до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку та успішного виходу країни на світові ринки [1]. Вищеозначеним документом визначені орієнтири розвитку торговельних відносин України, шляхи подолання перешкод та використання потенційних можливостей розвитку експорту у найближчих періодах. При цьому особливої уваги освітян заслуговує те, що даним розпорядженням Кабінету Міністрів України не лише визначено стратегічні цілі розвитку торгівлі України але й окреслені вимоги щодо «...підвищення рівня знань та навичок, необхідних підприємствам для здійснення міжнародної торгівлі» [1].

У цьому контексті цілком обґрунтованим є припущення, що удосконалення методичного забезпечення дисциплін професійного спрямування сприятиме особистісному розвитку і зростанню професійної компетентності майбутніх фахівців у вирішенні питань виведення вітчизняної сільськогосподарської продукції на зовнішні ринки.

Під методичною роботою ми розуміємо вид освітньої діяльності, який представляє собою сукупність заходів, що проводяться директором Навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій і викладачами випускових кафедр з метою оволодіння методами і прийомами навчально-виховної роботи, творчого застосування їх на заняттях і в поза аудиторній роботі, пошуку нових, найбільш раціональних і ефективних форм і методів організації, проведення та забезпечення освітнього процесу, спрямованих на всебічне підвищення професійної майстерності кожного педагога, на збагачення і розвиток творчого потенціалу науково-педагогічного колективу в цілому.

Методична робота у закладі вищої освіти може бути представлена у вигляді сукупності її функцій і ресурсного забезпечення. Взаємодія всередині системи реалізується за допомогою управління, зміст і призначення якого полягає у забезпеченні цілеспрямованості й організованості спільної діяльності всіх зацікавлених суб'єктів. Інтеграція спільних зусиль, збереження і розвиток цілісності системи методичної роботи створюють умови для

розвитку творчих здібностей та ініціативи здобувачів вищої освіти, удосконалення освітнього процесу. Створення ефективної системи методичної роботи та управління нею вимагає максимально універсального інструментарію здійснення особистісного і професійного розвитку здобувачів вищої освіти. Визначений інструментарій має розкрити структуру фахової підготовки та її динаміку в інноваційних технологіях навчання, у моделюванні самого освітнього середовища.

На наш погляд, навчальний процес у вищій школі – це складна система, яку характеризують найрізноманітніші зв'язки її функціонуючих компонентів. До складу системи входять інформаційні компоненти, засоби навчання, засоби організації та управління. Суттєво важливими для системи освітнього процесу вищої школи, на нашу думку, є склад і зміст навчальних дисциплін, їх взаємозв'язки; чітке виділення того, які з дисциплін у освітньо-професійній програмі є основними, визначальними, а які додатковими, допоміжними. Потенційні можливості взаємодії та інтеграції навчальних дисциплін – елементів, що утворюють структуру уніфікованої компетентнісної моделі підготовки майбутніх фахівців представлено на рис. 1.



Рис. 1. Структура компетентнісної моделі підготовки майбутніх фахівців до підприємницької діяльності

Компетентнісний підхід до формування цілей освітньо-професійної програми вищої освіти дозволяє серед величезного масиву інформації визначити ту її частину, яка необхідна і достатня для підготовки сучасного

фахівця певної кваліфікації. Вищезначене дає підстави стверджувати, що викладання кожної дисципліни навчального плану, має бути спрямоване на з'ясування трьох фундаментальних питань: *цілей навчання* – для чого слід вивчати дану дисципліну; *змісту* – що саме необхідно вивчати для досягнення заданих цілей; як вчити, тобто як треба організувати процес навчання, щоб визначений зміст був засвоєний відповідно до поставлених цілей.

Підсумовуючи зазначимо, що орієнтуючись на сучасний ринок праці, вища освіта до пріоритетів сьогодення відносить уміння оперувати такими методологіями, технологіями та знаннями, які спроможні задовольнити потреби суспільства та підготувати молодь до нових ролей у цьому суспільстві. Саме тому у процесі фахової підготовки майбутніх аграріїв важливо навчити їх бути готовими змінюватися та пристосовуватися до нових потреб ринку праці.

Список використаних джерел

1. Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 р. № 1017-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-r#Text> (дата звернення 11.03.2021).
2. Стандарт вищої освіти України рівень вищої освіти: другий (магістерський) рівень Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Наказ Міністерства освіти і науки України 10.07.2019 р. № 961. Київ, 2019. URL: <https://bit.ly/3vZeDbb> (дата звернення 11.03.2021).

Мельниченко О.А.,
д.держ.упр., професор,
професор кафедри громадського здоров'я та управління охороною здоров'я,
Харківський національний медичний університет, Харків, Україна

ПРОБЛЕМИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВІТЧИЗНЯНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Завдяки наявним земельним ресурсам і доволі розвиненому аграрному секторі національної економіки, Україна щороку збільшує обсяги виробництва та експорту продовольства, поступово перетворюючись на «світову житницю». Але наявний потенціал допоки використано неповною мірою, що обумовлено невирішеністю ряду проблем публічного управління розвитком вітчизняного сільського господарства. Означене, зрештою, й обумовлює актуальність даного дослідження.

Передусім слід зазначити, що провідні науковці досліджують як окремі проблеми розвитку вітчизняного сільського господарства [1; 4; 5; 6], так і пропонують їх об'єднати за певними ознаками, як-от: «агроекологічні, виробничі, екологічні, політично-військові, соціальні, технологічні, фінансово-економічні» [2]; «застосування адміністративного, економічного, соціального, інституційного та інформаційного механізмів державного регулювання аграрного сектора» [3]. Проведені узагальнення нормативно-правових актів й публікацій провідних науковців і результати власних досліджень за цією проблематикою дозволили вдосконалити класифікацію проблем публічного управління розвитком вітчизняного сільського господарства:

1. *Адміністративні*: високий рівень корупції при розподілі фінансових ресурсів на виконання державних програм, спрямованих на забезпечення стійкості АПК; недостатній екологічний контроль безпеки аграрної продукції та стану сільськогосподарських земель.

2. *Економічні*: диспаритет цін на сільськогосподарську та промислову продукцію; відсутність доступних кредитних ресурсів і брак власних коштів задля розвитку матеріально-технічної бази у більшості сільгосппідприємств; відсутність системи стимулювання інноваційного розвитку галузі; недостатність використання непрямих заходів державної підтримки дрібних і середніх аграрних підприємств на фоні поступового зменшення фінансування заходів прямої підтримки; нестабільний курс національної валюти.

3. *Нормативні*: суперечливість правового забезпечення розвитку галузі.

4. *Організаційні*: асиметрія доступу суб'єктів господарювання до земельних ділянок, торговельних площ, фінансових ресурсів, інформації про ринкову кон'юнктуру, засобів рекламування; відсутність мотивації до кооперації та укрупнення дрібних сільськогосподарських виробників у рамках сільських громад; відсутність цивілізованого ринку сільськогосподарських земель; деформація взаємодії між великими та дрібними виробниками аграрної продукції, незахищеність інтересів останніх; нестабільні конкурентні позиції вітчизняної сільгосппродукції та продовольства на зовнішньому ринках; низька зацікавленість місцевої влади в реалізації механізмів публічно-приватного партнерства; нерозвиненість сільськогосподарської кооперації та логістики зберігання; недостатня узгодженість між антимонопольною та промисловою, інноваційною, інвестиційною, зовнішньоекономічною, ціновою, аграрною політикою і політикою захисту прав споживачів; неналежне реагування на несприятливі природно-кліматичні умови на окремо

взятій території; посилення монополізації АПК і криміналізація торговельних ринків.

5. *Соціальні*: деградації людського потенціалу та соціальної інфраструктури в сільській місцевості; дефіцит кваліфікованих робочих кадрів, керівників і фахівців; обмежений внутрішній попит на продовольство через масштабну бідність населення.

Отож, пропонована класифікація проблем має доповнити методологію публічного управління розвитком вітчизняного сільського господарства, а й більш системно підходити до розробки конкретних рекомендацій по їх усуненню. Подальші наукові розвідки мають бути присвячені розробці теоретичних положень і практичних рекомендацій, спрямованих на вдосконалення публічного управління у цій царині.

Список використаних джерел:

1. Васильєв С.В., Іванченко Н.М. Фактори і напрями покращення інвестиційної привабливості сільськогосподарського виробництва. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 9. С. 46–49.

2. Жураківський Є.С. Систематизація ризиків і загроз економічній безпеці аграрної галузі України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 11. С. 39–43.

3. Латинін М.А., Заскалкіна О.М. Перспективи розвитку механізмів державного регулювання інституціонального середовища в аграрному секторі економіки України. *Інтернаука*. 2017. № 10. С. 14–22.

4. Павлова Г.Є. Удосконалення теоретичних засад технологічної модернізації аграрного сектору. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 14. С. 15–18.

5. Першко Л.О. До питання створення механізму фінансового забезпечення діяльності підприємств. *Збірник наукових праць Луганського національного аграрного університету*. 2004. № 37. С. 99–103.

6. Соловчук К.О. Перспективні розвитку інноваційно-інвестиційних процесів в аграрній сфері. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 1. С. 130–137.

Михайлова О. С.

к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємства і права,

Світлична А.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємства і права,

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ

Дослідження молочної галузі стало особливо актуальним, адже з кожним роком ситуація в галузі погіршується. Провівши аналіз можна виділити такі основні тенденції: скорочення кількості ВРХ і товарних ферм. Як наслідок є нестача сировини та постійне скорочення виробництва основних видів молочної продукції. Наступною негативною ознакою є зниження якості виробленої продукції, що своєю чергою призвело до зменшення рівня споживання молочних продуктів та його прибутковості, і як логічна тенденція скорочення інвестиційної привабливості молочної галузі.

Молочний сектор зазнає серйозних структурних змін в ЄС, США, Новій Зеландії, та багатьох інших країнах світу. Ці зміни включають географічні зрушення та посилення виробництва. За даними Cabrera та ін. [1] поточні зміни в молочному секторі “впливають на ефективність фермерських господарств, прибутковість та довгострокову економічну стійкість”. Молочним фермерам потрібно інвестувати, щоб їх зберегти в хорошому стані, підтримувати конкурентоспроможність на ринку, збільшити темпи розвитку і впровадження технологій та підвищення продуктивності праці [2]. За словами П’єтоли та Хейкіля [3], «інвестиції в молочні підприємства зазвичай призводять до збільшення їх потужності порівняно з передінвестиційною ситуацією і тому дозволяють поповнювати молочні стада за рахунок власного вирощування”. Вкладення інвестицій в інфраструктуру призводить до поліпшення утримання тварин, але цей процес вимагає капіталу [4].

Інвестиції в молочні ферми дозволяють впроваджувати нові технології та забезпечувати конкурентні переваги, пов’язані з підвищенням ефективності, зменшенням витрат, поліпшенням якості продуктів і зменшенням шкідливого впливу на навколишнє середовище[5].

Іншим важливим питанням для ринку молока, що змінюється, є сучасний стан молочної галузі та його загальний вплив на економіку. Wijnants та ін. [6] та Tasken [7] та ін. відзначають критичну роль молочної промисловості до більшої харчової промисловості ЄС. Дані Євростату вказують, що „ЄС молочна промисловість представляє 4% від усієї харчової промисловості, у ній зайнято 8% робітників, вона вносить 10% до створення доданої вартості та на 13% до обороту ”[8].

Однією з характеристик виробництва молока є наявність економії від масштабу. Тому що ці невеликі молочні ферми є менш конкурентоспроможними порівняно з великими фермами і, можливо, не зможуть вижити на ринку. Менші молочні ферми мають вищі одиничні

виробничі витрати порівняно з великими фермами і неефективні. Менші фермерські господарства також мають переваги, такі як більша увага до людини тварин, менше конкуренції, менше різної особистості тощо [9]. Сучасні технології у молочному скотарстві повинні передбачати можливість економічно оптимального варіанта їх впровадження через можливість поєднання існуючого потенціалу підприємства та врахуванням біологічних особливостей відтворювальних процесів у молочному скотарстві.

Треба звернути увагу і на той факт, що використання інтенсивних ресурсозберігаючих технологій в молочному скотарстві в значній мірі залежить і від зацікавленості держави в налагоджуванні і реалізації нових проектів і більшої зацікавленості самих виробників інвестувати в галузь. Це стосується можливостей реалізації державних програм за рахунок інвестиційної і фінансової підтримки процесів з боку держави, або створення перспективного довготривалого проекту зі стимулювання інвестпривабливості галузі. Інвестиційні проекти повинні формуватися за основними напрямками інтенсивного розвитку молочного скотарства в сфері техніки і технології, біотехнології та організації і економіки.

Список використаної літератури

1. Cabrera, V.E.; Solis, D.; Del Corral, J. Determinants of technical efficiency among dairy farms in Wisconsin. *J. Dairy Sci.* 2010, 93, 387–393. [CrossRef]
2. Pouch, T.; Trouvé, A. Deregulation and the crisis of dairy markets in Europe: facts for economic interpretation. *Stud. Political Econ.* 2018, 99, 194–212. [CrossRef]
3. Pietola, K.; Heikkilä, A.M. Switching toward capital-intensive technologies in Finnish dairy farms. *Agric. Econ.* 2005, 33, 381–387. [CrossRef]
4. Kramer, B.; Schorr, A.; Doluschitz, R.; Lips, M. Short and medium-term impact of dairy barn investment on profitability and herd size in Switzerland. *Agric. Econ. Czech Repub.* 2019, 65, 270–277. [CrossRef]
5. Bewley, J. Precision dairy farming: Advanced analysis solutions for future profitability. In *Proceedings of the First North American Conference on Precision Dairy Management*, Toronto, ON, Canada, 2–5 March 2010
6. Wijnands, J.H.M.; van der Meulen, B.M.J.; Poppe, K.J. Competitiveness of the European Food Industry: An Economic and Legal Assessment 2007; Office for Official Publications of the European Communities: Luxemburg, 2007

7. Tacken, G.M.L.; Banse, M.A.H.; Batowska, A.; Gardebroek, C.; Turi, K.N.; Wijnands, J.H.M.; Poppe, K. Competitiveness of the EU Dairy Industry; LEI Wageningen UR: The Hague, The Netherlands, 2009
8. Naglova, Z. EVALUATION OF EFFECTS OF INVESTMENT SUPPORT IN THE CZECH DAIRY INDUSTRY Agric. Econ. Czech Repub. 2016, 4, 259–270.
9. Tauer, L.W. Efficiency and competitiveness of the small New York dairy farm. J. Dairy Sci. 2001, 84, 2573–2576. [CrossRef]

Михальчишин Н.Л.

канд. екон. наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,
доцент

Національний університет «Львівська політехніка»

м. Львів, Україна

РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТА ВХОДЖЕННЯ НА ЄВРОПЕЙСЬКІ РИНКИ

Від початку створення суб'єкти господарювання проходять різні стадії свого розвитку. Дуже часто на внутрішньому ринку вичерпуються можливості отримувати бажані прибутки та підприємство змушене приймати рішення про напрям свого подальшого розвитку. Цьому сприяють процеси відкритості економік, спрощення умов здійснення зовнішньоекономічної діяльності, посилення глобалізаційних процесів тощо. Однак, на кожному ринку є свої особливості здійснення господарської діяльності, зокрема, державне регулювання, системи оподаткування, торгові звичаї, попит, пропозиція та ін., врахування яких є обов'язковим для суб'єктів, що бажають увійти на відповідний ринок.

Європейські ринки особливі тим, що господарська діяльність регулюється як на рівні національному (кожної країни-учасниці), так і на рівні наднаціональному (союзу країн). Більшість ринкових умов є схожими у всіх країнах-учасницях та характеризуються такими особливостями:

- високими вимогами до якості та безпечності продукції, що має підтверджуватись сертифікатами якості СЄ, а у випадку необов'язкової сертифікації – висновком лабораторних досліджень, як результату тестування продукції;
- відповідністю пакування продукції екологічності та безпечності;
- розміщенням на упаковці повної інформації про якість, вміст, властивості та інші характеристики товару;

- надійністю поставок;
- своєчасним обміном інформації;
- гнучкістю моделі управління, що здатна реагувати на зміни;
- здатністю пропонувати конкурентоспроможну за ціною продукцію з врахуванням мит та тарифних квот;
- відповідністю умовам, за яких товар визнається таким, що походить з України (пряме транспортування, достатня обробка) та ін. [1].

Суб'єкти господарювання, які здатні відповідати вимогам європейського ринку, розвивають внутрішнє середовище, зокрема, впроваджують управлінські та технологічні зміни, приймають ризикові управлінські рішення, стратегічно вибудовують свою діяльність. В окремих випадках внутрішній розвиток без співпраці з іншими суб'єктами є утруднений і тоді одним з першочергових завдань ставатиме пошук надійного партнера на європейських ринках.

Однак, партнерство в бізнесі насамперед вимагає наявності довіри, яка формується не одномоментно. Довіра безпосередньо буде пов'язана з діловою репутацією суб'єкта господарювання – нематеріальним активом підприємства, що формується під впливом зовнішнього та внутрішнього середовища та проявляється через товар підприємства, його якісні характеристики; найменування підприємств та інші позначення, які можуть бути використані для розпізнавання діяльності підприємства; назви творів чи спеціальні позначення творів; товарні знаки (марки), оформлення, форма товару, його упаковка та інші елементи зовнішнього вигляду; засоби ведення реклами (усна реклама, реклама з використанням зображень) та рекламні заходи [2].

Обираючи європейські ринки для здійснення господарської діяльності, підприємства повинні бути готові вирішувати не лише проблеми довіри, але й інші перешкоди різного характеру, наприклад, високої вартості просування товару [3], що вимагає знання систем збуту товарів на європейському ринку, а також розуміння особливостей європейських споживачів, їхніх смаків та сприйняття тої чи іншої форми просування.

Для європейських ринків характерний високий рівень технологічності, що вимагає володіння підприємствами інноваційного потенціалу, який здатен забезпечити конкурентоспроможність таких підприємств в довгостроковому періоді [4]. Низький рівень технологічності, а відтак й інноваційності є однією з основних причин невідповідності товарів вітчизняних суб'єктів господарювання європейським вимогам щодо якості та безпечності, наслідком

чого є нечисленність видів товарів вітчизняного виробництва, що реалізуються на європейських ринках.

Враховуючи вимоги екологічності, актуальність яких зростає, значна кількість суб'єктів господарювання мають високий потенціал до розвитку та входження на європейські ринки. Для досягнення цієї мети суб'єктам слід проаналізувати свою господарську діяльність, виокремити ті конкурентні переваги, якими вони володіють і з якими можливо вступати в конкурентну боротьбу на європейських ринках, а також визначити потенційні конкурентні переваги, джерела їх досягнення. Суб'єкти, що відповідатимуть європейським вимогам, зможуть через власний розвиток увійти на європейський ринок.

Список використаних джерел

1. Відкриття ринків в ЄС. Звіт підготовлений у рамках проекту «Підтримка МСП у виході на ринки ЄС»// під редакцією К.Аврамченко [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.chamber.kr.ua/images/exp-imp/Opening%20markets%20in%20the%20EU%20in%202014.pdf>.

2. Михальчишин Н. Л. Ділова репутація підприємств як засіб забезпечення прибутковості на товарних ринках / Н. Л. Михальчишин // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - 2015. - № 835. - С. 76-81. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2015_835_13

3. Чухрай Н.І., Сухомлин Л.Є. Проблеми виходу українських підприємств на європейський ринок / Н. І. Чухрай, Л. Є. Сухомлин // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Проблеми економіки та управління, 2010. – № 684. – С.90-94. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18784/1/20-90-94.pdf>.

4. Беззубченко О.А. Конкурентні позиції українських підприємств на європейському ринку// INTERNATIONAL RELATIONS, PART “ECONOMIC SCIENCES”, 2017. – №10. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3670.

Михалюк Н.І., Лакіш Л.М.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту ім. проф. Є.В. Храпливого,
*Львівський національний аграрний університет,
м. Львів, Україна*

МОТИВАЦІЯ І ПІДВИЩЕННЯ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ МЕНЕДЖЕРА

Лідерство належить до тих видів людської діяльності, які вимагають певних людських якостей, які дозволяють людині мати професійну кваліфікацію для виконання управлінської діяльності. Щоб ефективно управляти і виконувати функції центрального менеджера, менеджер повинен відповідати сучасним вимогам. Спочатку необхідно звернути увагу на деякі загальні умови придатності людини для керівної посади і тільки потім сформулювати вимоги до цієї людини. Загальні вимоги до керівника містяться в трудовому законодавстві, системі державних стандартів та інших документах, а особливі вимоги – в кваліфікаційних каталогах, посадових інструкціях та інших нормативних актах [2. с.26].

Однак ці вимоги повинні бути вказані стосовно конкретної посади і умов, в яких керівнику необхідно буде працювати. Найбільш важливі загальні припущення - це мотиви людини, що шукає управління, і його розумові здібності. Різні вимоги до менеджерів можна звести до двох груп: бізнес-функції, що поєднують компетенції та організаційні навички; риси особистості, які складаються з трьох підгруп: вольові, морально-психологічні, вимоги до здоров'я і способу життя (див. рис. 1).

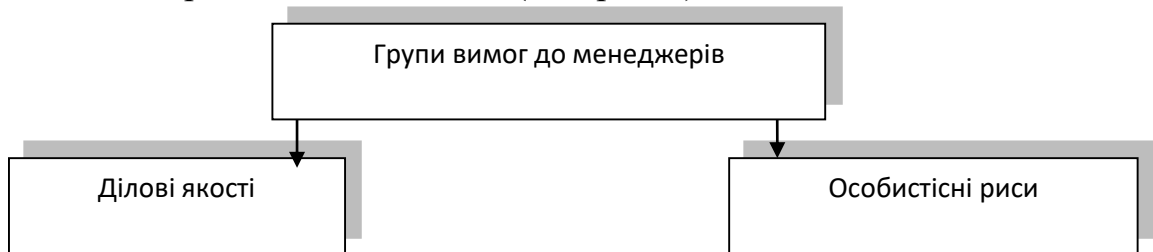


Рис. 1. Основні групи вимог до менеджерів

Іншою властивістю особистості, яка має вплив на ступінь самореалізації, є широта інтересів людини. Стійка зацікавленість спонукає до активності, допомагає подолати різні перешкоди. Сильний, широкий і стійкий інтерес до професійної діяльності, майстерності та досконалості є основою загальної спрямованості особистості, визначає основний зміст трудового життя, значною мірою формує всі особливості психіки. Проте самореалізація є ефективною за умов, якщо серед мотивів, які спонукають людину до праці, переважають ті, що викликані інтересом до роботи і її результатів, а не мірою винагороди або соціальним статусом, до якого вона прагне [3. с.77].

Впродовж своєї роботи менеджеру необхідно розвивати нові типи здібностей особистості, а саме: критична оцінка співвідношення між успішністю й безпекою діяльності; вміння ризикувати в екстремальних ситуаціях, забезпечуючи при цьому успішність і безпеку; здатність

розпізнавати небезпеку; бути спроможним усувати помилки й уникати їх повторення.

Самореалізація особистості всередині підприємства сприяє розширеному відтворенню потенціалу керівника, особливості якого мають відповідати вимогам сучасного підприємства. Потенціал успіху сучасного менеджера складають:

особистісні якості: ініціативність; гнучкість; креативність; чесність; сміливість і впевненість в собі; незалежність; амбіція; наполегливість і наполегливість; енергія; уявлення; примусовий; співчуття;

інтелектуальні здібності: розум і логіка; обережність; вид; концептуальність; ділові знання; розвиток мови; інтерес; інтуїтивність; здатність вчитися; широкі перспективи;

сформовані навички та вміння: отримання підтримки; завоювати популярність і престиж; організувати; переконувати; змінювати; будьте надійними; жартувати і розуміти гумор; зустрічатися з людьми і т. д.

Основні мотиви до зайняття посади менеджера можна звести до таких: творчі, економічні та амбіційні (див. рис. 2). Ці мотиви не завжди існують у чистому вигляді: вони інтегруються, але у їхній ієрархії звичайно виявляється домінуючий мотив.

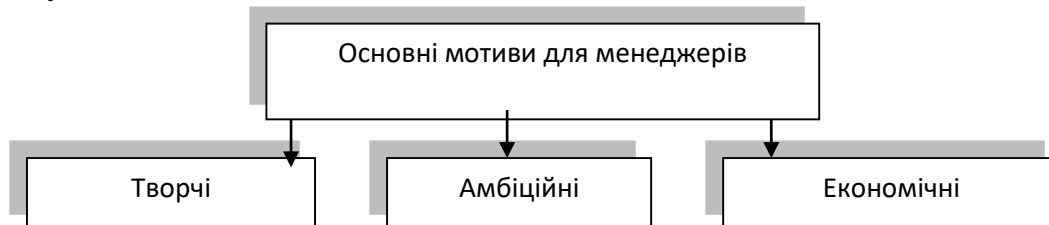


Рис. 2. Основні мотиви до зайняття посади менеджера

Щоб ефективно управляти людьми, треба спочатку оволодіти наукою і мистецтвом самоконтролю.

Сенс теми з часом може змінитися. Життя передбачає широкий спектр змін мотивації інтересу до посади, які визначають умови управління і особисті якості керівника [3. с.66].

Адекватна саме самоорганізація зумовлює керівника набувати наступних переваг: виконання своєї роботи з найменшими зусиллями; оптимальна організація особистісної роботи; мінімальне навантаження; мінімальна кількість помилок при виконанні своїх функцій; максимальне задоволення від отриманої роботи результату, добра мотивація до діяльності;

менше метушні і потрясіння; підвищення фаху; кращі наслідки роботи; швидке досягнення професіональних і життєвих цілей (див. рис. 3.3).

Дуже розповсюдженою є індивідуальна технологія використання робочого часу. Це саме послідовне і спрямоване використання постійних практичних методів роботи в самі безконечній діяльності, для того щоб оптимально і з змістом застосовувати свій час. Ефективне самоуправління об'єктивно зв'язано як з самою людською природою, так і з організацією та соціальним управлінням.



Рис. 3. Наслідки позитивної самоорганізації менеджера

На наш саме погляд, підвищення працездатності сучасного менеджера – це наука і мистецтво: керування процесами життєдіяльності самої особистості; ефективне використання основних ресурсів особистості; керування плодами самої діяльності менеджера. Головна мета на сьогодні сучасного менеджера полягає в тому, щоб оптимально використовувати свої власні можливості та свідомо управляти перебігом свого власного життя, та легше долати зовнішні обставини на роботі і в власному особистому житті.

Список використаних джерел

1. Виноградський М. Виноградська А., Шканова О. Організація праці керівника: навчальний посібник. К.: Кондор, 2003. 516 с.

2. Герасіна Л. М., Панов М. І., Осіпова Н. П. та ін. Конфліктологія: підручник для студентів вищих навчальних закладів. Харків : Право, 2009. 321с.

3. Михайлова Л. І. Управління персоналом : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2007. 248 с.

4. Менеджмент персоналу: навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів. за ред. В. М. Данюк. К. : КНЕУ, 2004. 398 с.

Місюкевич В.І.

к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
доцент

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
м. Полтава, Україна*

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТООРІЄНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У процесі конкурентної боротьби учасники переслідують однакову мету – максимум прибутку при мінімальних затратах. Однак способи і шляхи досягнення цієї мети різні. Тому в конкурентній боротьбі перемагає той, хто раніше інших домогся певних конкурентних переваг і захопив стійкий сегмент ринку [4, с. 289].

Ритейлери постійно формують стратегії для вирішення проблем, що існують у кожному бізнес-процесі, з метою його вдосконалення. Їх всі можна звести до чотирьох типів конкурентних стратегій: віолентна («силова»), патієнтна («нішова»), комутантна («пристосувальна») та експлерентна («піонерська») [1, с. 468-469].

Всі стратегії ринкової конкуренції можна об'єднати у портфель конкурентних стратегій торговельного підприємства. Портфель конкурентних стратегій включає в себе три загальних стратегії: корпоративну, бізнес-стратегію та функціональну, кожна з яких має свої типи та підтипи.

Усі перелічені види стратегій взаємозв'язані. Найважливішою умовою успішного функціонування підприємств на ринку є обґрунтування і реалізація стратегій на кожному рівні управління. В умовах зростання конкуренції практичний інтерес з боку комерційних структур до конкурентних стратегій посилюється, тому проблеми пов'язані з розробкою і реалізацією конкурентних стратегій, у край актуальні [3, с. 232].

Сформований портфель конкурентних стратегій забезпечує системний підхід до управління конкурентоспроможністю в умовах ринкової економіки, сприяє зміцненню конкурентних позицій торговельного підприємства у конкурентному середовищі, підвищенню конкурентоспроможності й отриманню конкурентних переваг у довгостроковій перспективі на основі ефективного використання конкурентних стратегій [1, с. 470].

В цілому основні етапи формування стратегії торговельних підприємств можна зобразити наступним чином: визначення та дослідження факторів зовнішнього середовища (макрофакторів) та їх впливу на ефективність діяльності підприємства; оцінка впливу на діяльність підприємства його сильних і слабких сторін (мікрофакторів); вибір стратегічної моделі розвитку підприємства; формування системи стратегічних цілей підприємства; розробка та економічний аналіз показників стратегії; формування політики підприємства за основними напрямками діяльності; розробка шляхів реалізації стратегічних цілей і політики підприємства; оцінка обраної для впровадження стратегії розвитку підприємства; впровадження (стратегія ефективна) чи відхилення (стратегія неефективна).

Залюбим сценарієм, початковим етапом розробки стратегії розвитку є аналіз економічної ситуації, що склалася в зоні діяльності торговельних підприємств, аналіз та попередня оцінка їх конкурентоспроможності.

У зв'язку з цим, розробку стратегії можна проводити у декілька етапів: аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на розвиток підприємств у перспективі; визначення стратегічних цілей, які стоять перед підприємством, та реальних можливостей; вибір із альтернативних реальної стратегії; формування завдань та шляхів реалізації стратегії; розробка тактики та впровадження стратегії розвитку, контроль за її реалізацією.

Другий напрямок стратегічного розвитку роздрібно́ї торгівлі полягає в намаганні національних ритейлерів здійснювати свою діяльність відповідно до закордонних стандартів. Орієнтація та реалізація роздрібною торгівлею України передового досвіду діяльності іноземних ритейлерів є важливим аспектом в розвитку національної торгівлі, особливо в умовах підписання угоди про членство України з ЄС.

Тенденції діяльності зарубіжних компаній матимуть вагомий вплив на вимоги і потреби споживачів, тому український ритейлер повинен пристосувати свої стратегії, принаймні для того, аби зберегти свою частку на ринку і отримати прибуток. [2, с. 289].

При цьому визначення стратегічних пріоритетів [2, с.121-124] означає обґрунтування першочергових завдань за перспективними напрямками. Важливо підкреслити, що напрями формуються під впливом детермінуючих масштабних чинників та умов тобто стратегічних сил.

Таким чином, активні стратегічні сили перетворюючи впливатимуть на розвиток і функціонування системи роздрібної торгівлі в цілому і зокрема на поглиблення і вдосконалення спеціалізації та типізації підприємств торгівлі.

Вплив основних активних стратегічних сил на різні аспекти розвитку роздрібної торгівлі, включаючи спеціалізацію і типізацію в цій сфері, має багатовекторну спрямованість, за якими можна визначити основні стратегічні пріоритети.

Реструктуризацію роздрібної торгівлі слід вважати одним з важливих пріоритетів в загальному напрямі розвитку торгівлі. У широкому сенсі цей процес виражає структурні зміни, тобто перебудову організаційної, функціональної, територіальної структури роздрібної торгівлі.

Список використаних джерел

1. Копич І. М., Нестуля О. О. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку: монографія. за ред. В. В. Апопія, П. Ю. Балабана . Львів: «Новий світ – 2000», 2014. 565 с.
2. Гуштан Т.В. Теоретико-методичні засади спеціалізації і типізації підприємств роздрібної торгівлі: дис. ... канд. екон. Наук. Львів, 2017. 192 с.
3. Клименко С.М., Дуброва О.С. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник. К: КНЕУ, 2018. 520 с.
4. Співак С. Управління конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах. Соціально-економічні проблеми і держава. 2014. Вип. 1 (10). С. 287-293.

Муштай В.А.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики, доцент
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ СТАБІЛІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах інтенсивної конкурентної боротьби, необхідності адаптації до міжнародних стандартів якості продукції, дослідження запитів споживачів та попиту на продукцію, постійного пошуку нових та утримання опанованих ринків збуту вітчизняні підприємства мають вирішувати актуальну проблему щодо визначення напрямів, котрі були б адекватні змінам оточуючого

середовища, враховуючи безумовно при цьому й стан внутрішнього потенціалу самого підприємства. Слідування обґрунтовано визначеному стратегічному напрямку розвитку є передумовою довготривалого та конкурентоспроможного функціонування підприємства будь – якої галузі економіки.

Сучасні підприємства постійно стикаються з невизначеністю в межах власної виробничо – комерційної діяльності. При цьому, важливо розуміти, що розмір суб'єкта господарювання також має вплив на кількість чинників впливу на результативність його функціонування. Невеликі підприємства, можуть в межах здійснення оперативної діяльності реагувати на зміни зовнішнього середовища, в той час, як більш потужні підприємства – середні, великі та об'єднання суб'єктів господарювання мають здійснювати власне стратегічне управління, розробляючи та втілюючи власні стратегії розвитку обрані за результатами аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища.

Виходячи з вище викладеного, стає очевидним, що для сучасних вітчизняних підприємств питання стабілізації їх функціонування з подальшим визначенням стратегічних напрямів розвитку їх діяльності є вкрай важливим.

Погоджуємося з автором Литвиновим О.І., котрий вважає, що загальний механізм формування стратегічних напрямів стабілізації та розвитку підприємств доцільно будувати за наступними елементами: визначення рівня ефективності діяльності підприємства за основними бізнес-процесами; визначення загальних стратегічних напрямів стабілізації та розвитку діяльності підприємства (корпоративної та конкурентних стратегій), виходячи з оцінки його потенційних можливостей і забезпеченості відповідними ресурсами; формування комплексу стратегічних напрямів стабілізації та розвитку діяльності у відповідності до визначених рівнів її ефективності та визначення серед них пріоритетних; формування стратегічних цілей стабілізації та розвитку діяльності підприємства за кожним видом бізнес-процесів [4].

Виокремлюють декілька підходів, щодо визначення напрямів стратегічного розвитку підприємств. Зокрема, Тур О.В. в своїй роботі виокремлює три варіанти стратегічного розвитку підприємств [5, с. 63 - 66]:

І. Без змін. За думкою автора вказану стратегію обирають ті підприємства, діяльність яких несуттєво залежить від факторів оточуючого середовища. Зазвичай, таку стратегію застосовують підприємства з довгим життєвим циклом продукції, медичні заклади, органи самоврядування та інші.

II. Внутрішнє зростання. Ці стратегічні напрями являють собою розвиток ринку або розвиток продукту, одночасно або послідовно за рахунок внутрішніх можливостей підприємства. Як правило, стратегії внутрішнього зростання реалізуються за рахунок змін, що відбуваються з товаром (модифікація товару/інновація); ринком (розширення ринку або його розвиток) [1, с. 307 - 308], організацію (реконструкція, реструктуризація, модернізація), технологіями (реінжиніринг, інновація), персоналом (навчання, мотивація) [3, с. 337 – 339].

III. Зовнішнє зростання. Вибір стратегічних напрямів зовнішнього зростання (горизонтальна інтеграція, вертикальна інтеграція, концентрична та конгломеративна диверсифікація) обумовлюється результатами аналізу оточуючого середовища, коли виявляється можливим ефективно поєднати сильні сторони підприємства з сприятливими для розвитку можливостями.

На особливу увагу заслуговує конгломеративна диверсифікація, як одна з форм диверсифікаційної стратегії. Обираючи вказаний стратегічний напрямок зовнішнього зростання підприємство вдається до нових видів діяльності які ні за товарною ознакою, ні за клієнтською базою не пов'язуються з його основним видом діяльності [2, с. 94].

Кожне підприємство має свій характер розвитку, а отже, вибір того чи іншого стратегічного напрямку розвитку та відповідно конкурентної стратегії залежить від проблем, з якими воно стикається на кожній зі стадій життєвого циклу та поставлених завдань. Це обумовлює необхідність здійснення постійного аналізу стану підприємства та його взаємодії з оточуючим середовищем з метою виявлення кризових явищ та корегування обраних стратегічних напрямів розвитку діяльності залежно від рівня загрози оточення та вагомості поставлених цілей.

Стратегічні напрями розвитку діяльності суб'єктів господарювання як правило формуються в межах корпоративної стратегії їх розвитку. Залежно від темпів розвитку підприємств виокремлюють ряд стратегічних напрямів, а саме стратегію прискореного зростання, стратегію обмеженого зростання, стратегію стабілізації та стратегію скорочення.

За стратегічного напрямку прискореного розвитку передбачається суттєве підвищення рівня як короткострокових, так довгострокових цілей над вже досягнутими показниками попередніх періодів. Такий стратегічний напрямок доцільно обирати підприємствам, що займають стійке положення на ринку, мають потужний потенціал для подальшого розвитку своєї діяльності. При цьому зусилля таких підприємств мають спрямовуватися на використання

їх сильних сторін задля реалізації наявних та потенційних можливостей та знешкодження ризиків, які за окресленої ситуації є досить великим.

За стратегічного напрямку обмеженого зростання, встановлення цілей здійснюється від вже досягнутого рівня. В деяких випадках такий стратегічний напрямок розвитку обирають підприємства, котрі задоволені своїм положенням на ринку, рівнем прибутковості та ефективності діяльності.

Далі, виходячи з більш повільних темпів розвитку, маємо говорити про доцільність застосування стратегії збереження або стабілізації становища, котра спрямована на забезпечення стабільного положення суб'єкта господарювання на ринку, зміцнення його стратегічних позицій. При цьому, показники діяльності господарюючого суб'єкту обумовлюються темпами, котрі прогнозуються та характером зміни ринку діяльності підприємства.

Стратегічні варіанти зростання можуть бути представлені як альтернативи з реалізації ключових факторів успіху. В основі стратегічних альтернатив покладаються можливості підприємства, котрі й дозволяють досягти поставленої мети за обраного напрямку розвитку.

З огляду на викладене, маємо відзначити, що стратегічні напрями стабілізації та розвитку діяльності суб'єктів господарювання більш змістовно проявляються в базових конкурентних стратегіях, котрі обираються підприємствами як засоби конкурентної боротьби на ринках з огляду стан зовнішнього середовища та потенціал самого підприємства в розрізі корпоративних стратегій.

Тож, вибір відповідних стратегічних напрямів розвитку суб'єктами господарювання являється важливим етапом в реалізації процесу стратегічного планування їх діяльності та дозволяє врахувати стратегічні потенційні можливості самого підприємства та його оточуючого конкурентного середовища. При цьому, слід розуміти, що вибір стратегічних напрямів подальшого розвитку для сучасних підприємств залежить від спроможності та готовності їх керівників проводити стратегічний аналіз ринкового середовища та здійснювати систематичні маркетингові дослідження. А для їх успішного втілення мають використовуватися нові методи та підходи в управлінні всіма видами діяльності підприємства. Проте, обґрунтовано обрані підприємствами стратегічні напрями стабілізації та подальшого розвитку їх виробничо – комерційної діяльності сприятимуть формування конкурентних переваг, підвищенню конкурентоспроможності, утриманню та розширенню ринків збуту та їх максимальній адаптації до мінливого оточуючого середовища в майбутньому зокрема.

Список використаних джерел

1. Боярська М.О. Аналіз стратегії розвитку підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 5. С. 306-310. URL:<http://global-national.in.ua/archive/5-2015/61.pdf> (дата звернення: 06.02.2021).
2. Котьялова-Литвин І.В. Розробка стратегії рековерингу бізнес – процесів на основі розширення організаційно – інноваційних горизонтів розвитку підприємства. *Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property*. 2018. Issue 18. С. 92-98. URL:<http://tpa.pstu.edu/article/download/180101/180047> (дата звернення: 06.02.2021).
3. Кореніцина Т.В. Теоретичне обґрунтування поняття фінансово-економічної стійкості торговельних підприємств. *Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. Донецьк : Національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського*. 2012. Вип. 34. С. 335-343. URL: <https://cutt.ly/whP5qFc> (дата звернення: 11.12.2020).
4. Литвинов О.І. Стратегічні напрями стабілізації та розвитку економічної діяльності торговельних підприємств. *Ефективна економіка*. 2013. № 10. URL:<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2421> (дата звернення: 27.01.2021).
5. Тур О.В. Управління стратегічним розвитком підприємства з метою підвищення його ринкової стійкості: дис. на здобуття наук. ступ. канд. екон. наук (доктора філософії): 08.00.04. Запоріжжя, 2019. 336с. URL:http://phd.znu.edu.ua/page//dis/08_2019/Tur_dis.pdf (дата звернення: 27.01.2021).

Назаренко С.В.

аспірант спеціальності 075 «Маркетинг»

Устік Т.В.

д.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики

Сумський національний аграрний університет

м.Суми, Україна

МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ ЕКОНОМІКИ

Вирішення проблеми раціоналізації управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств передбачає впорядкування маркетингових та збутових процедур в управлінні основною діяльністю підприємств,

вирішення проблемних питань збалансування економічних інтересів аграрних підприємств з іншими суб'єктами аграрного ринку, ідентифікацію структурних особливостей побудови систем ринкового розподілу продукції, обґрунтування та імплементацію дієздатних моделей збору, накопичення та використання при прийнятті управлінських рішень маркетингової інформації.

При цьому слід зауважити, що, власне, маркетингова та збутова діяльність є безпосередньо пов'язаними, разом відносяться до стадії розподілу, зокрема, ринкового розподілу, в структурі циклу відтворення. Однак, слід наголосити на пріоритетності маркетингової діяльності в цій сукупності, адже саме маркетингова діяльність дозволяє виконати ідентифікацію напрямів розвитку та економічного зростання підприємства.

Є необхідність розглянути такі дефініції як «маркетингова стратегія розвитку підприємства», «збутова стратегія діяльності підприємства» та «система стратегічного управління маркетинговою та збутовою діяльністю підприємства» на основі доведення системного взаємозв'язку маркетингової та збутової діяльності та обґрунтування пріоритетності стратегічного управління в дотриманні сталого характеру економічного розвитку та зростання підприємства.

Проведені дослідження дали можливість визначати пріоритетність стратегічного управління маркетинговою та збутовою діяльністю аграрних підприємств, адже саме на збутовій стадії формуються доходи товаровиробника, які складають основу відновлення виробничо-комерційного циклу. В свою чергу, маркетингова стратегія визначає напрям розвитку виробничо-комерційної діяльності підприємства, його ринкову орієнтацію та характеризується меншим рівнем деталізації й абстракції по відношенню до збутової стратегії. Збутова ж стратегія підприємства є більш формалізованою, орієнтованою на отримання економічних результатів та такою, що не тільки витікає з маркетингової стратегії, а й надає в ході своєї реалізації фактичну економічну оцінку ефективності маркетингових зусиль підприємства. Відмітимо, що дуалістичний характер управління збутовою стадією виробничо-комерційного циклу, визначення різних ступенів деталізації стратегічних рішень та проведення оцінки їх економічних наслідків дозволяють використовувати саме маркетингову стратегію як комплексний інструмент управління основною діяльністю підприємства, що дозволяє формалізувати концептуальні засади управління маркетингом в менеджменті аграрних підприємств.

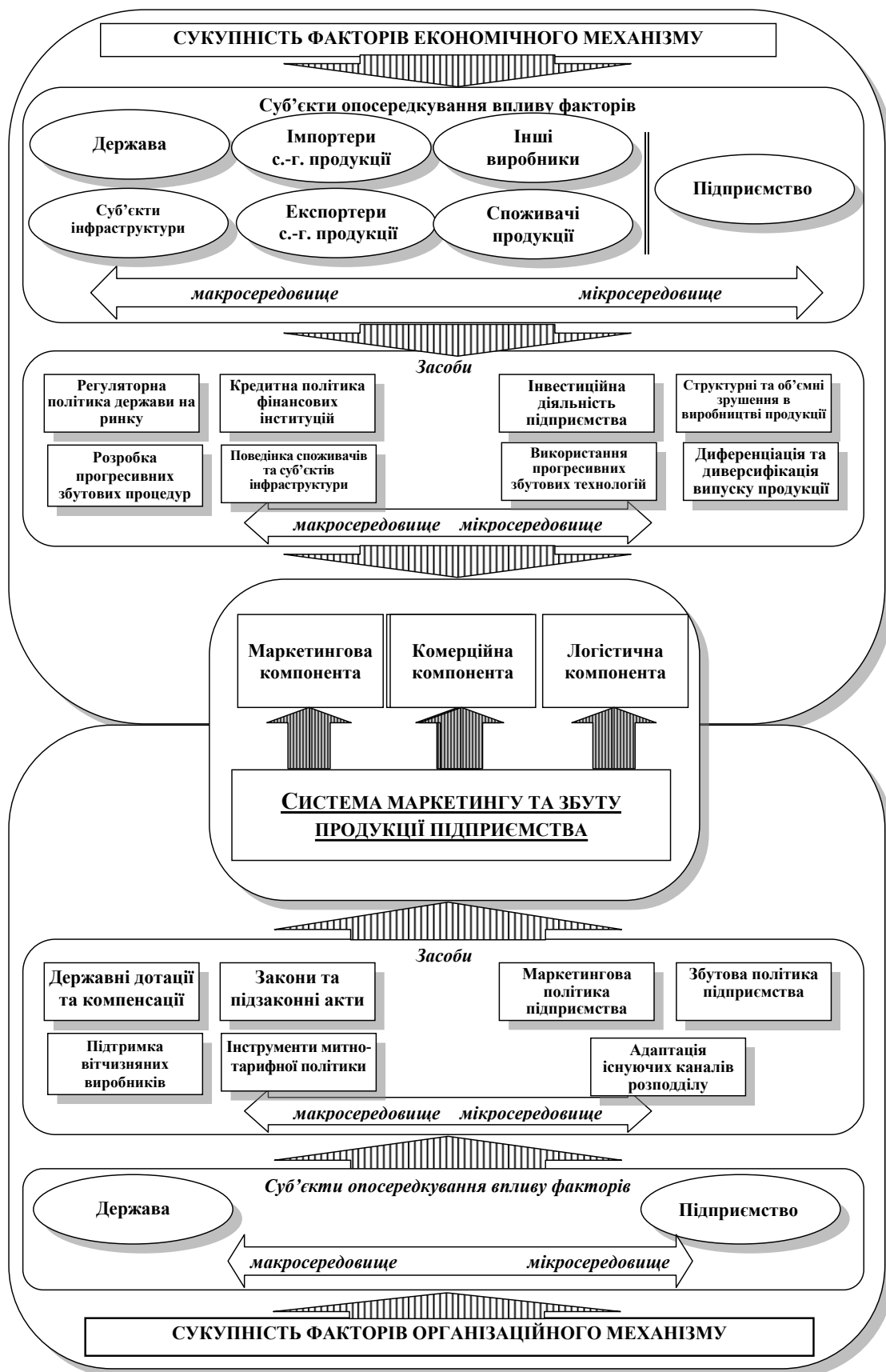


Рис. 1 Організаційно-економічний механізм формування систем маркетингу та збуту продукції аграрного підприємства

Розміри та масштаби виробництва, а отже, значною мірою, ступінь розвитку економічного потенціалу аграрного підприємства, залежать від побудови систем стратегічного управління маркетинговою діяльністю. При цьому, чим значнішими є можливості підприємства до збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, акумулювання її комерційно-значимих товарних партій, тим маємо більші резерви впливу на формування цін та обсягів продажів продукції. Це пояснюється тим, що більші за розмірами, виробничим потенціалом, масштабами виробництва та реалізації продукції, а отже і економічним потенціалом підприємства здатні формувати комерційно значимі товарні партії продукції та реалізовувати їх за вищими цінами посередникам більш високих рівнів маркетингової інфраструктури ринку. Поряд з цим перед підприємством відкриваються можливості для використання інструментів біржової торгівлі, скорочується довжина каналів ринкового розподілу, відкриваються можливості реалізації експортного потенціалу. Вказані обставини формують об'єктивні закономірності та принципи стратегічного управління маркетингом аграрних підприємств.

Реалізація зазначених принципів при побудові та функціонуванні систем стратегічного управління маркетинговою діяльністю аграрного підприємства створює умови для нівелювання негативних проявів дії факторів зовнішнього середовища, елімінування ризиків виробничо-комерційної діяльності та підвищення її економічної ефективності.

Складність конкурентних структур цільових ринків сільськогосподарської продукції визначається побудовою, довжиною та особливостями функціонування каналів ринкового розподілу продукції. Дослідження показали, що на рівні взаємодії аграрних підприємств з першими посередниками, які здійснюють торговельно-закупівельну діяльність конкурентну структуру більшості цільових ринків сільськогосподарської продукції можна представити як ринки олігопсонії або, в деяких випадках, монопсонії. На більш високих рівнях маркетингової інфраструктури ринку конкурентні структури модифікуються в олігополію та, іноді, наближаються до моделі досконалої конкуренції. Вказане обумовлене суттєвою диференційованістю концентрації та ефективності функціонування капіталу аграрних підприємств та підприємств сфери оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією, а отже і рівнем їх ринкової влади та повноти реалізації економічних інтересів.

Список використаних джерел

1. Красноруцький О. О. Оцінка конкурентного розвитку цільових ринків продукції аграрних підприємств / Красноруцький О. О., Богомолова К. С. // Економіка та суспільство. – 2015. – №1. – С. 10 – 17
2. Махмудов Х.З., Устік Т.В. Напрями імплементації стратегії сталого розвитку в аграрному секторі економіки України. Вісник ХНАУ. 2018. Серія: Економічні науки 4. С. 31-41.
1. Устік Т.В. Стратегічне управління маркетингово-збутовою діяльністю аграрних підприємств. Slovak international scientific journal. 2020. № 46, С. 52-55.
<http://sis-journal.com/wp-content/uploads/2020/11/Slovak-internationalscientific-journal-%E2%84%9646-2020-VOL.2.pdf>

Оганесян В. С. ,

к.е.н., старший викладач кафедри ФБСОО
*Камянець-Подільський податковий інститут
м. Камянець-Подільський, Україна*

ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

У сучасних умовах аграрний сектор займає чільне місце в структурі економіки України. Сільськогосподарська галузь для держави завжди була пріоритетною сферою як для зовнішньоекономічного, так і для внутрішньоекономічного розвитку, адже вона є основою самодостатності країни і суспільства [1, с.44].

В умовах інтеграції України до світового економічного простору аграрний сектор є однією з пріоритетних та стратегічно важливих галузей національної економіки. Аграрна галузь України забезпечує 12% валового внутрішнього продукту, 22% зайнятості населення та 38% вартості експорту.

Водночас сучасний стан аграрного сектору характеризується наявністю проблем, що викликані специфікою сільськогосподарського виробництва та зумовлені сезонністю виробництва, великою залежністю від природно-кліматичних факторів, нестабільністю цін на аграрну продукцію, недостатньою інвестиційною привабливістю галузі, складністю залучення кредитних ресурсів.

Сталий розвиток аграрного сектору економіки України значною мірою залежить від ефективності аграрної політики і належної участі держави в її

формуванні та реалізації. В умовах обмеженості бюджетних ресурсів особливого значення набуває необхідність активізації механізму державного регулювання економічних процесів, що реалізується методами правового, адміністративного та фінансово-економічного впливу. Ключове місце в державному регулюванні економіки займають методи фінансового регулювання, які включають використання інструментів бюджетної, податкової, митної, грошовокредитної, цінової та інвестиційної політики.

Тому дослідження фінансового регулювання аграрного сектору економіки набуває особливого значення, з огляду на обмеженість фінансових ресурсів сільськогосподарських підприємств, тенденцію до скорочення бюджетних видатків на розвиток галузі, загострення соціально-економічних проблем внаслідок політичної та економічної нестабільності в країні та інтеграцію України до світового економічного простору [2, с.3].

У сучасних умовах розвитку аграрного сектору України пріоритетним напрямом є посилення конкурентоспроможності фермерських господарств.

Фермерські господарства фактично стали повноправними суб'єктами в аграрній багатоукладній економіці, пройшли свій перший етап формування і становлення та намагаються зайняти своє місце в рішенні проблеми продовольчої безпеки країни.

Реформування економічних відносин, розвиток нових форм господарювання на засадах приватної власності спричинили розвиток фермерських господарств. Нині діяльність фермерських господарств відзначається нестабільністю. Забезпечення ефективної діяльності фермерських господарств вимагає вирішення цілого комплексу питань з підвищення їх конкурентоспроможності, обґрунтування перспектив розвитку, впровадження нових методів управління, розробки відповідних заходів, які б дозволили їм пристосуватися до жорстких умов конкурентної боротьби [3, с.13].

Для досягнення ефективного фінансового регулювання фермерських господарств у аграрному секторі економіки України в умовах євроінтеграції потрібно:

- використати дієву стратегію управління конкурентоспроможністю фермерських господарств на основі європейського досвіду;
- забезпечити конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції;
- зменшити відсоткову ставку кредитування для фермерських господарств;

- збалансувати систему податкових пільг;
- збільшити дотації фермерським господарствам;
- здійснити оцінку стану ринку землі тощо.

Список використаних джерел

1. Демчишак Н. Б., Дубик О. І. Фінансове регулювання інноваційного розвитку аграрного сектору України в умовах інтеграційних процесів / Н. Б. Демчишак, О. І. Дубик // Економічні науки. – 2017. – №23. – С. 43- 48.

2. Зеленський А. В. (2015). Фінансове регулювання аграрного сектору економіки України [Дис. канд. економ. наук, Київський Національний економічний університет імені Вадима Гетьмана]. Інституційний репозитарій Київського Національного економічного університету імені Вадима Гетьмана. https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.04/2016/Zelenskiy_dis_26_05_16.pdf.

3. Горіховський М. В. (2018). Стратегічне управління конкурентоспроможністю фермерських господарств. [Дис. канд. економ. наук, Подільський державний аграрно-технічний університет]. Інституційний репозитарій Подільського державного аграрно-технічного університету. <https://www.pdatu.edu.ua/images/naukova-miznarodna-diyalnist/svr/dissertaciya-gorihovsky.pdf>.

Онопрієнко І. М.

к.е.н., доцент, кафедри маркетингу та логістики, доцент

Назаренко О.О.

магістрантка, кафедри маркетингу та логістики

Сумський національний аграрний університет

м. Суми Україна

ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ НА ЕЛЕВАТОРАХ

Логістична система - це складна організаційно завершена, структурована економічна система, що складається з елементів - ланок, які взаємопов'язані в єдиному процесі управління матеріальними і супутніми їм інформаційними потоками. Логістична система - це система, яка складається з декількох підсистем, які виконують логістичні функції і мають розвинені зв'язки з зовнішнім середовищем, тобто з ринком.

Для вивчення поняття «логістична система» необхідно перш за все виходити з аналізу підсистем, які формують систему, її властивостей і зв'язків. До основних підсистем логістичної системи відносяться наступні дев'ять: закупівля; склади (складське господарство); запаси; транспорт; виробництво; розподіл; збут; інформація; кадри. [1с. 84]

Розглянемо кожну з них. Закупівля це виділена підсистема, яка забезпечує логістичну систему матеріалопотоком у вигляді сировини, матеріалів та інших необхідних складових безпосередньо від першоджерела до кінцевого споживача.

Склади є підсистемою логістичної системи, яка представлена від початку складськими площами у вигляді будівель, споруд, майданчиків, а також необхідними технічними засобами для переміщення та переробки матеріалопотоку в «складському просторі». Основне призначення складів це розміщення та зберігання матеріального потоку, перетвореного в запас, його переробка на складі і формування в необхідний споживачем «формат» для більш зручного транспортування.

Запаси є своєрідним показником життєздатності логістичної системи. Це «кров» логістичної системи. Наявність запасу гарантує системі високу адаптивність до мінливих умов ринкової ситуації. У той же час це одна з витратних підсистем. Економічність системи логістики залежить від економічно обґрунтованої оптимальної величини запасу.

Транспорт пов'язує певні елементи логістичної системи (закупівлю, склади, запаси, виробництво, збут) транспортним процесом, забезпечуючи одночасно безперебійність і своєчасність її функціонування.

Виробництво забезпечує трансформацію (переробку) матеріального потоку, який надходить в затребувану ринком продукцію з мінімальними витратами і заданою якістю.

Розподіл це підсистема, яка забезпечує вибуття матеріального потоку з підсистеми виробництва і надходження його через логістичні канали та ланцюги з мінімальними витратами до місць можливого споживання.

Збут підсистема, інтегрована з маркетингом. Основне її призначення - своєчасна реалізація готової продукції споживачам з супутнім логістичним сервісом в потрібному місці і в призначений час.

Інформація, а точніше, інформаційна підсистема – є однією з основних складових що забезпечують діяльність підсистем логістики. Ця підсистема підтримує інформаційний зв'язок між усіма підсистемами, одночасно виконуючи функцію управління і контролю.

Кадри це важливий елемент системи, задіяний при виконанні всіх логістичних операцій, вони забезпечують цілеспрямовану діяльність логістичної системи. [1с.105]

Наявність елеваторної мережі багато в чому визначає систему логістики зернової продукції в регіоні, а її розвиток дозволяє оптимізувати витрати на

транспортування зерна. При цьому елеватори є ключовою ланкою логістичного ланцюжка, будучи як відправним, так і транзитним, а також кінцевим пунктом перевезення зерна.

Незважаючи на загальне збільшення потужностей зі зберігання зерна, в цілому в Україні їх продовжує бракувати. Тому для багатьох сільгоспвиробників, трейдерів і переробників нагальним завданням є створення власних елеваторних активів, для успішного вирішення якої необхідні зважене обґрунтування і точний розрахунок майбутніх обсягів зберігання. Потрібно враховувати, що власне зберіганням зерна функції елеватора не вичерпуються. Перед прийманням зерно потрібно очистити, просушити, іноді калібрувати, а в завершенні відвантажити споживачеві в найбільш зручний вид транспорту. Чим більше можливостей надає елеватор, тим більше він надає можливостей економити на логістиці, щоб, наприклад, не перевозити зерно для сушки на інший елеватор і для відвантаження в вагон на залізничну станцію.[2]

У пік сезону на Конотопському елеваторі в день приймають більше 150 машин з зерном. На кожную машину, яка в'їжджає в ворота елеватора, закріплюють RFID-позначку - наклейку з електронним чіпом всередині. Після того, як активний ідентифікатор присвоєно транспортному засобу, з'являється можливість зареєструвати товаротransпортну накладну з цим авто в програмі і стартувати процес приймання та відвантаження. З цього моменту RFID-мітка для автомобіля стає первинним пропуском для виконання процесів на всіх його етапах. Вона видається на транспортний засіб один раз. У випадках, коли потрібно для цього ж авто видати нову мітку, відбувається деактивація старої мітки в програмі із зазначенням причини. Тільки після цього з'являється можливість активувати нову мітку для даного авто. Кожна така наклейка унікальна, як відбиток пальця або сітківка ока у людини. Вона дає можливість чітко ідентифікувати транспортний засіб.

Реєстратор за допомогою спеціального пристрою зчитує дані з цієї наклейки і «прив'язує» їх в комп'ютерній програмі «Управління елеватором» до певного транспортному засобу. Так відбувається активація. Користувачі програм з різними бізнес-ролями (оператори ваг, реєстратори, пробовідбирачі, лаборанти) виконують свої функції за допомогою завдань, які відображаються на їх робочому столі. Порядок відображення завдань і контроль їх виконання налаштовуються архітекторами процесів в програмі «Управління елеватором». Якщо не виконано завдання попередньої роллю, для користувача з подальшою роллю завдання не відобразиться. Наприклад, поки лабораторія

не виконає завдання по проведенню аналізу якості і не дозволить вивантаження, завдання у оператора ваг по визначенню маси бруто не з'явиться [3].

Таким чином, одна людина не може взяти і провести в системі обліку операцію приймання або відвантаження. Операція потрапляє в облік після виконання всіх завдань бізнес-процесу різними користувачами. Кожен користувач, виконуючи свою функцію, наповнює цю операцію своїми даними. Ризик змови посадових осіб і проведення нетоварної операції при такому методі введення даних в облікову систему значно знижується. Встановлені два автоматичних пробовідбірника Rakoraf з вбудованим подільником проб. На етапі візування встановлені антени для кожного місця відбору проб. Система ідентифікує машину і перевіряє, що є цій в цій машині, і що відповідно до бізнес-процесу, це авто має бути на етапі візування. Якщо ці умови виконуються, то відображається завдання у відбирача проб із зазначенням місць відбору проб, де відбулася ідентифікація. При цьому відбирачу проб абсолютно не потрібно знати, що за автомобіль він відбирає, кому належить тощо. Все це вже зафіксовано в системі. Його завдання відібрати пробу і передати її зі штрих-кодом, що згенерував системою при завершенні завдання. Після цього завдання з проведення аналізу відобразиться у лаборанта. Він відкріє її за допомогою зчитування того ж штрих-коду проби.

Транспортні потоки регулюються за допомогою світлофорів, які також інтегровані в нову систему обліку. У деяких випадках світлофори спрацьовують після виконання завдання, а в деяких - автоматично, наприклад, після з'їзду автомобіля з ваг. Така логістична система має на меті «Контрольний периметр» - мінімізувати ризики шахрайства та розкрадання. Ідея полягає в тому, що в'їхати на виробничу ділянку і виїхати з нього можна тільки через вагову платформу. Така виробнича ділянка умовно називається «контрольний периметр». За умови, коли дані з вагового процесора передаються в систему автономно і постійно, можна говорити про контроль над усім потоком транспорту всередину та ззовні контрольного периметра.

Таким чином, логістична система на елеваторах - це впорядкована високо інтегрована система, за допомогою якої можливо здійснювати планування, управління та реалізацію логістичних функцій та основних завдань функціонування елеваторів. Процеси руху зерна є узгодженими та оптимізованими. Це забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства та пристосовує його до зовнішніх макроекономічних систем.

Список використаних джерел

1. Крикавський Є. В. Логістичні системи: навч. посібник / Крикавський Є. В., Чернописька Н. В. Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. 264 с.
2. Колодійчук В. А. Концептуальна модель оптимізації логістичної системи у зерно продуктовому під комплексі АПК України. *Економіка АПК*. 2016. № 5. С. 60–65.
3. Елеватори - центральна ланка логістичної інфраструктури зернового ринку. URL. <http://agro-business.com.ua/agro/zberihannia/item/16905-elevatory-tsentralna-lanka-lohistychnoi-infrastruktury-zernovoho-rynku.html>.

Онопрієнко І. М.

к.е.н., доцент, кафедри маркетингу та логістики, доцент

Петренко О.І.

магістрант, кафедри маркетингу та логістики

Сумський національний аграрний університет

м. Суми Україна

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Банківський маркетинг – це пошук найбільш вигідних ринків банківських продуктів з урахуванням реальних потреб клієнтури. Поняття маркетингу в банківській сфері включає в себе: виявлення існуючих і потенційних ринків для надання послуг; вибір сфер найбільш вигідної пропозиції банківських послуг і виявлення потреб клієнтів в цих сферах; встановлення коротко і довгострокових цілей розвитку існуючих і створення нових видів послуг; пропозицію послуг для привернення уваги клієнтів, дотримуючись умови постійного контролю з боку банку за якісним їх виконанням і отриманням прибутку від їх реалізації [2 с.153].

Особливістю маркетингу в банківській сфері є те, що кращим є інтегрований маркетинг, спрямований з одного боку, на розширення кола клієнтів шляхом створення умов, які поліпшують їх обслуговування, з іншого на покращення якості банківських продуктів, що сприяють збільшенню кількості клієнтів.

Ще однією особливістю є те, що комерційні банки зацікавлені не тільки в залученні коштів клієнтів, але і в активному використанні коштів за допомогою кредитування, інвестиційної діяльності. Це викликає необхідність комплексного розвитку маркетингу як у сфері відносин комерційних банків з вкладниками коштів, так і в сфері великих вкладень та інвестицій. В результаті

досягається єдина мета: раціональне і ефективне використання ресурсів банку, що дозволяє отримувати достатній прибуток.

Маркетинг в банківській сфері передбачає використання в якості основного методу стимулювання процентної політики, метою якої є ефективне кредитування галузей, фірм, малого бізнесу та одночасне стимулювання накопичення ними фінансових ресурсів як бази депозитів в комерційних банках.

Особливістю сучасного маркетингу в банківській сфері є також і те, що він повинен бути спрямований на визначення ступеня ризику при проведенні банківських операцій. Тому одним з елементів банківського маркетингу є розробка і реалізація стратегічних напрямів розвитку.

Банківська продукція розглядається в трьох вимірах: банківська послуга – це виконання банком певних дій в інтересах клієнтів; банківська операція – це виконання банком певних дій у власних інтересах.

У зв'язку зі значним розширенням банківської діяльності з'явилося поняття «банківський продукт» тобто певна банківська послуга або банківська операція, яка надається банком клієнтам (зовнішній продукт) або має внутрішнє значення для роботи банку (внутрішній продукт), здатна задовольняти сукупність потреб клієнта або самого банку. Банківський продукт включає в себе: економічну характеристику (цільове призначення, зміст, роль); повний набір банківських документів, що супроводжують реалізацію (договори, бланки тощо); порядок організації уявлення і ефективної реалізації (ціна, термін, правила документообігу, порядок обліку тощо).

Для визначення стратегічних напрямів маркетингової діяльності банку, доцільно визначити особливості банківського продукту:

- як і інші послуги, банківські послуги в основі своїй абстрактні, не мають матеріальної субстанції;
- надання банківських послуг пов'язано з використанням грошей в різних формах і якостях;
- абстрактні банківські послуги набувають зримі риси за допомогою договірних відносин;
- купівля продаж більшості банківських послуг має протяжність в часі.[1]

Всю сукупність методів маркетингової діяльності можна поділити на дві групи: методи активного маркетингу та методи пасивного маркетингу.

Методами активного маркетингу є:

- персональне обслуговування клієнта, яке припускає постійний тривалий контакт банку з клієнтом;

- комплексне обслуговування клієнта, яке дає йому можливість отримати не тільки основний вид послуг, але і сукупність додаткових «сервісних» послуг. Цей метод в практиці маркетингу називається методом перехресного продажу.

- прямий маркетинг, що передбачає створення цілісної програми банку, орієнтованої не лише на повне інформування перспективного клієнта про банківські продукти з використанням різних засобів зв'язку (друку, кабельного телебачення, телефону, Інтернету тощо), але і змушує клієнта діяти негайно; телемаркетинг, який використовує в якості засобу зв'язку телефон; «банківське обслуговування на дому» передбачає обслуговування через мережу персональних комп'ютерів; метод «фокус - групи», передбачає створення груп з клієнтів банку для виявлення їх потреби в певній сфері діяльності банку, щодо конкретних видів «банківських продуктів»; «ревізія іміджу», припускає вивчення громадської думки про роботу банку.

Застосування методів пасивного маркетингу передбачає вироблення довіри клієнтів до банку. Для цього використовуються: публікація в пресі звітів про діяльність банку; роз'яснення процентної політики; показ реальних переваг ощадних операцій банку перед інвестиціями тощо.

Світ фінансових послуг змінюється дуже швидко, а високо конкурентний банківський ринок стимулює нас знаходити все більш ефективні рішення маркетингових комунікацій. Відтак, основними стратегічними напрямками банків є:

1. Загострення конкуренції. Незважаючи на скорочення кількість банків на ринку України, конкуренція в банківському секторі загострилася. Новими конкурентами банків стали мобільні оператори («Смарт-гроші» від Київстар) і платіжні сервіси (Apple Pay, Google Pay, Portmone, Easy pay). Спостерігається агресивна політика небанківських установ: технологічних гігантів, телекомунікаційних компаній, платіжних систем з виведення на ринок технологічних продуктів і цифрових інновацій.

2. Безготівкові розрахунки. Частка безготівкових платежів в Україні згідно з даними НБУ зростає з кожним роком. Простота, безпека, можливість отримувати бонуси і cashback є ключовими мотиваторами клієнтів платити безготівково. Основними передумовами є: платежі з використанням мобільного телефону (NFC, мобільні банки, віртуальні гаманці); сервіси з вбудованою оплатою (Uber, iTunes Store).

Стратегічні рішення полягають в підвищенні грамотності своїх клієнтів і популяризації безготівкових платежів на масових заходах: концертах, фестивалях, виставках; розробці, впровадженні та популяризації бонусних програм для утримувачів карт, наприклад, Мастеркард, Бонус Плюс від Приват Банку, Cash'U CLUB від Альфа-Банку Україна та інших; Ко-брендингові програми з небанківськими фінансовими установами (Apple Pay, G Pay).

3. Омолодження аудиторії. Згідно демографічних досліджень 2019 року, найчисленніший віковий сегмент в Україні - це люди від 15-44 років. Майже половина всього населення (41,6%) - це представники двох поколінь: покоління у віці 36-45 років і покоління - у віці 15-35 років. Помітно помолодшала і реклама Банків. Метою маркетологів стає з'єднання бренду з більш молодією аудиторією. Головним каналом стає Діджитал. Банки виходять в маси, щоб поговорити з аудиторією на їхній мові (участь в концертах, фестивалях).[3]

4. Фокус на утримання клієнта. Банки збільшують частку активностей по розробці і впровадженню програм, націлених на утримання і розвиток клієнта. Утримання клієнтів обходиться дешевше, ніж залучення нових. Наявність небанківських фінансових сервісів, зміна поколінь клієнтів і технологічний прогрес змушують банки переглядати свої програми і придумувати нові способи завоювання лояльності клієнтів. Стратегічні рішення: 1) глибинна сегментація і дослідження цільової аудиторії, «кастомізація» продукту і комунікації під кожну цільову групу. Кожному сегменту клієнтів - своя програма лояльності (Мастеркард, Rewards).

2) вивчення своїх споживачів та їх потреб, створення еко-системи Банку, яка допоможе клієнтам заощадити і краще управляти грошима в своєму повсякденному житті. Такий підхід передбачає залучення партнерів і створення взаємовигідних ко-брендингових продуктів. При цьому банк стає системоутворюючим і сполучною ланкою різних бізнес інтересів, і як результат, обслуговує великі грошові потоки клієнтів.[4]

Таким чином, всі стратегічні напрями мають свій життєвий цикл, який залежить від ритму, в якому живе банківська індустрія. Однак важливо моніторити ринок дуже уважно, бо завжди є ризик появи нового технологічного прориву, який вплине на ринок, його кон'юнктуру і, як результат, стратегію маркетингових комунікацій.

Список використаних джерел

1. Гірняк В. В. Сучасні інструменти маркетингу в продажу банківських продуктів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. Вип. 2 (23). С. 55-58.
2. Лютий І. О. Банківський маркетинг. Світовий досвід банківського маркетингу. Київ, 2014. 254 с.
3. Онищенко Ю. Г. Банківська діяльність в умовах розвитку цифрових технологій. *Вісник ОНУ ім. І. Мечникова*. 2018. Т. 23. Вип. 8(73). С. 160-165.
4. McKinsey&Company. (2016). Strategic choices for banks in the digital age. URL: <http://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/strategic-choices-for-banks-in-the-digital-age>.

Павлишин С. В.

бакалавр кафедри менеджменту

Науковий керівник: к.е.н., доц. кафедри менеджменту **Виклюк М. І.**

Львівського національного університету імені Івана Франка

м. Львів, Україна

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Необхідність теоретичного обґрунтування та впровадження системи екологічного страхування зумовлена зростанням кількості техногенно-екологічних аварій та катастроф, ядерних інцидентів, об'єктів та видів діяльності, які є джерелами підвищеної небезпеки для навколишнього природного середовища, актуалізацією проблеми зберігання та знешкодження екологічно небезпечних відходів, а також посиленням негативних впливів господарської діяльності на стан екосистеми.

У наукових джерелах автори по різному трактують поняття «екологічного страхування», деякі з них подано у таблиці 1.

Сутність екологічного страхування виражається в його функціях. По-перше, у превентивній, що передбачає запобігання негативних наслідків, спричинених аварійним забрудненням навколишнього природного середовища за допомогою економічного стимулювання. По-друге, у компенсації збитків третім особам. Серед інших важливих функцій – соціальна, контрольна та інформаційна.

Таблиця 1

Трактування поняття «Екологічне страхування» [1-5]

Автор	Визначення
Базилевич В. Д.	Механізм захисту екологічних прав громадян, захисту майнових інтересів суб'єктів підприємницької діяльності, що створюють небезпеку для навколишнього природного середовища.
Галушкіна Т. П.	Страховання цивільної відповідальності підприємств, установ і організацій за шкоду, завдану інтересам третіх осіб внаслідок аварійного забруднення навколишнього природного середовища діяльністю, що створює підвищену екологічну небезпеку.
Давидова Р. Т.	Відносини із захисту майнової відповідальності страхувальника за спричинену шкоду третім особам в різних видах страхового відшкодування, а також відповідальність за ризик, пов'язаний з природно-ресурсним і природоохоронним правом.
Макар С. В.	Страховання відповідальності об'єктів – потенційних винуватців аварійного, ненавмисного забруднення середовища та страхування власних збитків, що виникають у джерел такого забруднення.
Сафранов Т. А.	Страховання цивільно-правової відповідальності виробництв – джерел підвищеної небезпеки для довкілля за заподіяну шкоду, яка може бути завдана громадянам та юридичним особам, внаслідок аварійного забруднення навколишнього природного середовища.

У більшості розвинених країн функціонують два різновиди страхування, пов'язані із екологічними ризиками:

– страхування довкілля – вид страхування, який має на меті забезпечити збереження біорізноманіття, яке може постраждати від екологічних катастроф;

– екологічне страхування – вид страхування, який покликаний забезпечувати страховий захист у разі заподіяння збитків майну страхувальника, третіх осіб, або його знищення, при ушкодженнях здоров'я третіх осіб, зупинення бізнесу, накладання на винуватця штрафних санкцій, при необхідності очистки від забруднення території страхувальника та третіх осіб, а також у випадку виникнення потреби з вивезення забруднень, особам у результаті раптового, ненавмисного й несподіваного забруднення навколишнього природного середовища або стихійного лиха [3].

Враховуючи вищесказане, завданнями екологічного страхування мають бути управління екологічними ризиками та захист від їх проявів, а саме від: матеріальної шкоди, завданої власності фізичних та юридичних осіб, а також шкоди, пов'язаної з втратою доходу, прибутку, перервою у виробництві – в Україні зазначене є предметом договорів майнового страхування та страхування цивільно-правової відповідальності; шкоди, заподіяної життю, здоров'ю та працездатності людини – в Україні це предмет договорів особового страхування; шкоди, спричиненої довкіллю, тобто нанесеної

природним елементам (грунтам, поверхневим і підземним водам, природному середовищу існування рослин і тварин, безпосередньо живим організмам) – зараз в Україні не підлягає страхуванню, а компенсується з державних коштів [3].

Екологічне страхування здійснюється в обов'язковій та добровільній формах. Обов'язковому екологічному страхуванню підлягає діяльність підприємств, установ та організацій, що є джерелом підвищеної небезпеки для навколишнього природного середовища. Переліки видів діяльності, а також конкретних підприємств, установ та організацій – джерел підвищеної небезпеки, що підлягають обов'язковому екологічному страхуванню, повинен затверджувати Кабінет Міністрів України. Добровільне екострахування здійснюється відповідно до законодавства України. Перелік видів діяльності, що підлягають добровільному екологічному страхуванню, визначається відповідним договором між страховиком та страхувальником [1].

Відповідно до чинного законодавства України відповідальність та зобов'язання відшкодувати заподіяні збитки передбачена більш ніж десятьма законами, які регулюють окремі питання, що стосуються екологічного страхування. Проте, на сьогодні, підприємства не несуть такої відповідальності, обмежуючись сплатою штрафних санкцій за наднормативні викиди у навколишнього середовища. Тому, погоджуємося із думкою науковця Олещенко І. В. про необхідність прийняти Закон України «Про екологічне страхування», який «буде визначати єдині умови та порядок проведення екострахування в Україні в обов'язковій формі, регулювати відносини у зазначеній сфері та спрямовувати на відшкодування збитків, заподіяних майновим інтересам юридичних та фізичних осіб, унаслідок аварійного забруднення навколишнього природного середовища» [2].

Інші проблеми розвитку екологічного страхування пов'язані безпосередньо з об'єктами, що підлягають страхуванню (рис. 1).

Отже, отримані результати дослідження дають підстави виділити характерні ознаки «екологічного страхування»:

- гарантування права фізичних осіб, які понесли збитки в результаті аварії на потенційно небезпечному об'єкті, на отримання відшкодування шкоди, спричиненої їх здоров'ю та майну;
- захист майнових інтересів власників джерел підвищеної небезпеки у зв'язку з пред'явленням їм претензій особами, які понесли збитки в результаті;
- сприяння попередженню виникнення аварій, підвищенню безпеки потенційно небезпечних об'єктів за рахунок упровадження диференційного

розміру страхових платежів, аудиторських перевірок, застосування превентивних заходів, застосування екологічно безпечного виробництва та сприяння впровадженню екологічно чистих технологій;

– використання в якості ефективного інструменту забезпечення та відновлення нормативної якості довкілля [3].

Фінансове становище підприємств	Екологічне страхування не є дешевим видом страхування, деякі підприємства не можуть укласти договори у зв'язку з відсутністю коштів, а ті, хто мають їх, надають перевагу сплаті штрафних санкцій за наднормативні викиди.
Необхідність дотримання певних норм	Укладання договорів можливе за умови дотримання таких норм, як: зношеність основних фондів, стан природоохоронного обладнання, очисних споруд або їх відсутність чи недостатність, частота проведення ремонтів.
Поодинокі випадки подання позовів третіми особами	Ті, хто зазнав збитків, внаслідок забруднень довкілля певними підприємствами, зазвичай ігнорують проблему або надають перевагу її локальному вирішенню.
Відсутність достатніх статистичних даних щодо забруднення	Запровадженню та розвитку екологічного страхування перешкоджає відсутність достатніх статистичних даних щодо забруднення, збитків заподіяних довкіллю та третім особам.
Складність вимірювання екологічного збитку	Екологічний збиток містить в собі багато елементів, які не можна точно оцінити чи виміряти. Його не завжди можна підрахувати за допомогою ринкової вартості.
Вартість екологічного аудиту	Необхідність проведення екологічного аудиту, що є досить дорогим, пов'язана з оцінкою ризику при укладанні договору страхування, за чий рахунок він повинен здійснюватися?

Рис. 1. Об'єктивні проблеми розвитку екологічного страхування в Україні.
Джерело: [5].

Система екологічного страхування в Україні перебуває на стадії формування і потребує розробки ефективних механізмів її реалізації. Для вирішення вищезазначених проблем практичного розвитку ринку екологічного страхування в Україні необхідно вжити наступних заходів:

- удосконалити законодавчу базу, що встановить обов'язковість екологічного страхування;
- покращити механізм використання екологічного аудиту;
- впровадити державну підтримку екострахування, оскільки сьогодні практично відсутня взаємодія між державними структурами, науковими та комерційними установами, підприємствами, організаціями з даного питання;
- уніфікувати збір інформації про техногенні аварії для того, щоб адекватно оцінити збитки та ризики їх настання; визначити наукову, організаційну й економічну основи аналізу й управління екологічним ризиком, що передбачає розробку концепції екологічного ризику, визначення та закріплення соціально прийнятих критеріїв екологічної безпеки країни та територій,
- розробити методологію аналізу ризику, реалізації науково-технічних та інвестиційних проектів, спрямованих на пом'якшення наслідків екологічних ризиків тощо [1-5].

Список використаних джерел

1. Базилевич В. Д. Страховий ринок України: монографія. Київ : Товариство «Знання», КОО, 2005. 374 с.
2. Олещенко І. В. Проблеми правового регулювання екологічного страхування в Україні. Олещенко. *Підприємництво, господарство і право : науково-практичний господарсько-правовий журнал*. 2016/2. № 10. С. 83-86.
3. Проценко О. Л. Екологічне страхування: український аспект. *Вісник ТНЕУ*. 2012. № 3. С. 41-48.
4. Сааджан І. А., Дейнеко А. М. Екологічна безпека та «зелена економіка» у регіональному вимірі . *Економічні інновації*. 2013. Вип. 53. С. 213-220.

Палій М.О., Крайник В.Г.

ЗВО факультету обліку та фінансів

Науковий керівник: Тютюнник С.В., к.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю

*Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна*

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА: СУТНІСТЬ ТА ФОРМУВАННЯ

Прийняття Україною рішення щодо ринкової економіки зумовило суттєві зміни в області бухгалтерського обліку. Необхідно приймати до уваги те, що потреба у формуванні облікової політики на підприємстві спричинена

врахуванням всіх можливих особливостей діяльності, адже внаслідок їх специфічності вони не можуть бути відображені в повній мірі у нормативних документах та підзаконних актах (інструкціях, положеннях, рекомендаціях, директивах, наказах тощо).

Сучасне існування підприємства важко уявити без професійного бухгалтера, як наявного в штаті працівників, так і в колі контрагентів підприємства. Головний бухгалтер розробляє проект наказу та подає його на затвердження керівнику. Документ про облікову політику та відповідні зміни до нього відображаються у примітках до річної фінансової звітності та направляються на затвердження разом із річною фінансовою звітністю. Процес формування облікової політики – складний та відповідальний, адже підприємству доводиться обліковувати власні активи і зобов'язання відповідно до розробленої облікової політики. Що в свою чергу потребує зваженого підходу до розробки облікової політики, яка відповідає особливостям його діяльності. Однак на сьогодні дедалі частіше спостерігається формальний, вузько спрямований підхід до формування облікової політики, який зводиться до складання фінансової звітності відповідно до загальних вимог НП(С)БО та зовнішніх користувачів. На таку ситуацію впливають, як відсутність достатнього практичного досвіду управління в ринкових умовах, так і недостатнє законодавче врегулювання цього питання.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [2] облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, які використовуються підприємством для складання і подання фінансової звітності. Її затвердження відбувається через створення відповідного наказу на підприємстві. Безліч джерел визначає даний наказ, як документ номер 1 на підприємстві. Аспекти створення облікової політики підкріпленні не лише нормативною базою, а й працями представників наукового світу.

Облікова політика підприємства є тим важливим інструментом, завдяки якому існує можливість розумного поєднання державного регулювання і власної ініціативи підприємства в питаннях організації та ведення бухгалтерського обліку. Формування та застосування облікової політики відбувається на п'яти рівнях, до яких відносяться: міжнародна облікова політика, міждержавна облікова політика, державна облікова політика, галузева облікова політика, облікова політика підприємства. Кожен рівень

облікової політики передбачає наявність нормативно-правового забезпечення, спрямованого на регламентацію різних аспектів облікової політики [1, с. 285].

Поняття «облікова політика» має бути переглянуто на законодавчому рівні та повинно включати наступні аспекти: визначати необхідність використання облікової політики не лише при складанні та поданні фінансової звітності, а й при веденні бухгалтерського обліку; містити складові облікової політики, що встановлені (або мають бути встановлені) чинним законодавством; враховувати направленість облікової політики на задоволення інформаційних потреб не тільки зовнішніх користувачів, а й внутрішніх, тобто обґрунтовувати управлінський характер облікової політики.

Список використаних джерел

1. Кулик В.А. Облікова політика підприємства: набутий досвід та перспективи розвитку: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2014. 373 с.

2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV /Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 18.03.2021).

Пасічник Ю. В.

д.е.н., професор, головний науковий співробітник
відділу фінансово-кредитної та податкової політики
*Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»
м. Київ, Україна*

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИКІВ ОВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Україна має сприятливі кліматичні, ґрунтові, виробничі, організаційні умови для вирощування овочів, проте протягом останніх років на вітчизняному споживчому ринку масово з'являються овочі із сусідніх країн, зокрема і ті, які є традиційними для вирощування в Україні. Для з'ясування ситуації проаналізуємо динаміку вирощування та споживання овочів в Україні (табл. 1).

Проаналізуємо ці статистичні дані з виокремленням резервів збільшення виробництва та експортних поставок. Передусім, зазначимо що площі, на яких вирощуються овочі з 2010 р. дещо скоротились, проте починаючи з 2019 р. фіксується зростання. Також негативним чинником є перманентно зростаючі обсяги імпорту, які протягом 2016-2019 суттєво зросли.

Таблиця 1

Динаміка щодо овочів

	2000	2010	2015	2016	2017	2018	2019
I. Площа, з якої зібрано овочі, тис га	519	468	447	447	446	440	452
II. Виробництво, тис т	5821	8122	9214	9415	9286	9440	9688
підприємствами	986	964	1282	1323	1344	1357	1421
населенням	4835	7158	7932	8092	7942	8083	8267
III. Баланс овочів і баштанних, тис т	6023	9206	10100	10061	9889	10050	*
в т.ч. споживання	5002	6581	6890	6984	6783	6927	*
імпорт	29	311	95	136	129	188	*
експорт	30	355	212	224	444	434	*
корм	728	1337	1564	1548	1953	1535	*
втрати	177	835	1203	1195	1050	1052	*

Джерело: [1, С. 291, 292, 294; 2, С. 11, 12, 40].

Примітка: * офіційні дані станом на 20 березня 2021 р. не оприлюднено

Для більшої інформативності виявимо окремі тенденції поставок овочів (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка щодо експорту і імпорту овочів

	2018		2019		2020	
	імпорт	експорт	імпорт	експорт	імпорт	експорт
Помідори, тис т	55,5	15,2	62,7	8,5	86,7	10,3
млн дол США	37,2	10,4	41,2	5,1	77,9	4,8
Цибуля, тис т	18,9	21,3	83,2	11,1	37,6	33,9
млн дол США	8,5	6,2	25,5	4	21,6	5,6
Морква, тис т	8,4	2,6	8,9	2,1	1,6	6,2
млн дол США	2	0,8	2,5	1,2	0,8	1,6
Огірки, тис т	12,6	4,4	12	3,4	20,6	4,2
млн дол США	8,9	5,2	8,9	3,2	18,3	4,5
Інші овочі, тис т	15,5	4,4	20,4	3,3	22,6	4,4
млн дол США	18,6	7,0	25,8	5,1	34,5	6,7
Всього зазначених видів овочів, тис т	110,9	48,2	187,3	28,4	169,1	59
млн дол США	75,2	29,6	103,8	18,6	153,1	23,2

Джерело: [3].

Оцінюючи ці дані, можна дійти висновку, що така ситуація склалась згідно таких причин: втрата оптимального менеджменту сільським господарством, коли у вересні 2019 р. було ліквідовано Міністерство аграрної політики і продовольства, а частину його повноважень було передано об'єднаному Міністерству розвитку економіки, торгівлі та сільського

господарства, що як виявилось було хибним рішенням і у березні 2021 р. профільне аграрне міністерство відновлюється; беручи до уваги, що майже 85 % овочів вирощується населенням, втрата різноманітних ринків збуту, особливо на відкритих торгівельних майданчиках, обумовлених періодичним припиненням діяльності цих майданчиків у процесі карантинних заходів у боротьбі із COVID 19, призвело до масових гуртових закупівель від зарубіжних постачальників для забезпечення продаж у стаціонарних закладах торгівлі. Варто також зазначити, що негативну роль відіграло відсутність налагодженої інформації у виробників та реалізаторів цієї продукції щодо обсягів.

Принагідно зазначимо, що інформатизація, як складова процесу управління, є ефективною у структурованій системі, але якщо виокремлена система, якою є овочівництво, має певні «прогалини», то відповідно, результативність є незначною. Наскільки Україна відстає у овочевому секторі економіки, порівняно із іншими країнами, повідомляють експерти Української плодоовочевої асоціації (УПОА): «За обсягом експорту плодоовочевої продукції Україна не входить навіть в топ-50 світових лідерів. Для прикладу, маленька Литва з не найсприятливішим для фруктів і овочів кліматом, експортує більше плодоовочевої продукції, ніж вся Україна. Сусідня з Україною Польща експортує овочів і фруктів на \$2,6 млрд – у 8 разів більше, ніж Україна. Причому сюди входить і реекспорт українських ягід та інших продуктів плодової та овочевої групи. Тобто Польща заробляє на нашому експорті овочів і фруктів, а значить і українські компанії можуть навчитися це робити» [4].

Аналізуючи таку ситуацію, виокремимо одну із основних причин інформаційного змісту, а саме – відсутність прогнозного балансу овочів в розрізі регіонів, зокрема: видів продукції; сортового складу; цінової політики; обсягів споживання; промислових потужностей щодо тепличного господарства, сховищ; комплексних наукових розробок щодо нових технологій, сортів, які можливо впровадити вітчизняними виробниками; кон'юнктури на зовнішніх ринках.

Для виявлення потенційних вітчизняних можливостей виробництва овочів, зіставимо окремі критерії Польщі та України (табл. 3).

Таблиця 3

Критерії сільськогосподарського виробництва у 2020 р.

Показники	Польща	Україна	
		Всього	% до Польщі
Територія, тис кв км	312,7	603,5	193
Населення, млн осіб	37,9	42,2	196,3
ВВП номінальний, млрд дол США	500	141	28,2
Площа сільськогосподарських угідь, млн га	18,7	42,2	225,7
Розораність території, %	36,5	53,9	-
Експорт сільськогосподарської продукції, млрд євро	34	19	55,9
Державна підтримка аграріїв, млрд євро	4,1	0,39	9,5

Джерело: [1;5; 6; 7; 8; 9]

Отже, Україна, незважаючи на потенційно більші можливості сільськогосподарського виробництва, зокрема і овочів, суттєво відстає від Польщі в інтенсифікації виробництва. Зауважимо, що вагому роль в інформуванні польських аграріїв відіграє Міністерства сільськогосподарства і розвитку сільських районів, яке з використанням Інтегрованої інформаційної системи сільськогосподарського ринку щочетверга оприлюднює Інформаційні бюлетені, де є дані про рівень цін на агропродовольчі товари, які збирають штатні співробітники із залученням сільськогосподарських консультаційних центрів, сільськогосподарських палат, оптових ринків і бірж, де також міститься інформація на ринку свіжих фруктів і овочів [10].

Беручи до уваги польський досвід, вітчизняному профільному міністерству також доцільно організувати таку систему, залучаючи до цих процесів галузеві громадські організації, територіальні громади.

Список використаних джерел

1. Статистичний щорічник України за 2019 рік. Державна служба статистики України. За редакцією Вернера. Київ. ДП «Держаналітиформ», 2020. 464 с.
2. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України. Статистичний щорічник. Київ – 2019. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/07/zb_bsoph2018_pdf.pdf. (дата звернення: 17.03.2021).
3. Державна фіскальна служба України. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД. 2018-2019. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f11>. Статистичний експорт та імпорт товарів. 2020. URL: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestr>. (дата звернення: 09.03.2021).

4. Україна оновила рекорд по експорту овочів та фруктів в 2019. *Mind*. 4 лютого 2020. URL: <https://mind.ua/news/20207364-ukrayina-onovila-rekord-po-eksportu-ovochiv-ta-fruktiv-v-2019>. (дата звернення: 07.03.2021).

5. Держпідтримка АПК-2020: програми, механізми, терміни. *Інформаційно-аналітичний портал АПК України*. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/news/derzhpid-trimka-apk-2020-programi-mehanizmi-termini>. (дата звернення: 02.03.2021).

6. НБУ оценил падение ВВП Украины в 2020г в 4,4%, сохранил прогноз его роста на 4,2% в 2021. Информационное агентство «Интерфакс Украина». 21.01.2021. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/717769.html>.

7. Wysokość płatności bezpośrednich stosowanych w 2020 r. Ministerstwo rolnictwa i rozwoju wsi. URL: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/platnosci-bezposrednie-w-2020-r>. (дата звернення 20.03.2021).

8. Eksport polskich artykułów rolno-spożywczych w 2020 r. Przez Ogrodinfo 24 lutego 2021 URL: <https://www.ogrodinfo.pl/rynki-i-prawo/eksport-polskich-artykulow-rolno-spozywczych-w-2020-r/>. (дата звернення 20.03.2021).

9. Polska w liczbach. Polska Agencja Inwestycji I Handlu. URL: https://www.paih.gov.pl/polska_w_liczbach#:~:text=3%20mld%20EUR%20%2D%20tyle%20w%202019%20r. (дата звернення 20.03.2021).

10. Informacje dotyczące Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej. Ministerstwo rolnictwa i rozwoju wsi. URL: <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/informacje-dotyczace-zintegrowanego-systemu-rolniczej-informacji-rynkowej>. (дата звернення 20.03.2021).

Пасічник Ю.В.

д.е.н., головний науковий співробітник відділу
фінансово-кредитної та податкової політики, професор
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»
м. Київ, Україна

РЕЗЕРВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

М'ясні продукти є важливою складовою харчування людини, тому що їх склад включає білки, макро- та мікроелементи, інші речовини що забезпечують нормальне існування. Саме тому розвитку тваринної галузі, включаючи виготовлення готових продуктів, урядами всіх країн світу приділяється належна увага, проте не завжди вдається досягти необхідної норми споживання. Зауважимо, що існують різні підходи щодо фізіологічної норми споживання м'яса в кілограмах для однієї середньостатистичної

людини в розрахунку на рік – від 52 (мінімальна) до 80 (максимальна) [1, С. 196]. Водночас, існують і інші підходи щодо цієї норми. Так, згідно дієтичних рекомендацій, прийнятих у США, передбачено вживання 150 г нежирного м'яса або бобових у складі щоденної дієти, розрахованої на 2000 ккал, що складає орієнтовно 55 кг в розрахунку на рік [2]. Зусиллями медичних працівників, зокрема дієтологів, тепер розроблено безліч рекомендацій щодо вживання видів м'ясних продуктів в залежності від ментальних особливостей нації, статі, віку, професії, фізіології людини, особистих уподобань тощо, в тому числі і повної відмови від них, але в цьому контексті універсальних рекомендацій бути не може, про що повідомляє редактор наукового журналу *Annals of Internal Medicine* доктор Крістін Лейн: «Ми не зможемо провести широке контрольоване дослідження, яке точно відповість на це питання. Ми просто повинні бути чесними з людьми про те, чого ми насправді не знаємо» [3]. Оцінюючи динаміку споживання м'яса населенням Землі, скористаємось інформацією видання [DW](#) «М'ясний атлас 2021», де повідомляється: «З 1960 р. обсяги споживання м'яса у світі збільшилися. Так, до зростання глобального попиту на м'ясо призвели два чинники: збільшення населення світу та економічне зростання. У 1960 р. планету населяли три мільярди людей, і споживання м'яса тоді в середньому відповідало 23 кілограмам на людину щороку. Вже у 2018 р., коли населення Землі виросло до 7,6 мільярда людей, а споживання м'яса зросло в сім разів – до 350 мільйонів тонн, що відповідає 46 кілограмам м'яса на людину впродовж року[4]. Отже, зважаючи на перманентно зростаючі обсяги споживання м'яса у світовому вимірі, з'ясуємо ситуацію в Україні, для чого проаналізуємо динаміку поголів'я тварин, що є визначальним показником стану тваринництва та основою вітчизняної сировини, що надходить на переробку (табл.1.)

Таблиця 1

Кількість сільськогосподарських тварин, тис голів

	1990	2000	2010	2017	2018	2019
Велика рогата худоба	24623	9424	4494	3531	3333	3092
в т.ч. корови	8378	4558	2631	2018	1919	1789
Свині	19427	7652	7960	6110	6025	5727
Вівці та кози	8419	1875	1732	1309	1269	1205
в т. ч. вівці	7896	963	1101	727	699	659
Коні	738	701	414	265	244	244
Птиця (млн голів)	246,1	123,2	203,6	204,8	211,7	220,5

Джерело: [5, с. 308].

Згідно цих даних за тридцять років незалежної України відбулось суттєве скорочення поголів'я, і лише по птиці фіксується поступове відновлення, починаючи із початку другого десятиліття ХХІ ст. Зазначимо, що не зовсім коректно механічно порівнювати ці показники у 90-х рр. ХХ ст., із теперішньою ситуацією згідно таких аргументів: перманентне скорочення населення, зокрема сільського; зміни у структурі харчування; широке варіювання доходів населення. Продовжуючи дослідження щодо стану м'ясопереробних підприємств, проаналізуємо окремі показники по виробництву продукції, продуктивності тварин тощо і відповідні дані подамо у табл. 2.

Таблиця 2

Окремі показники продукції тваринництва (тис тонн)

	2000	2010	2015	2016	2017	2018	2019
I. М'ясо у забійній вазі, всього	1663	2059	2323	2334	2318	2355	2492
II. Жива маса тварин, яка надійшла на переробку, всього	451,9	1442,9	1689,9	1621	1717,6	1752,3	1891,5
від підприємств	213,4	406,6	376,5	331,4	316,6	302,7	300
від населення	238,5	106,1	18,7	22,3	25,2	24,8	21,3
Велика рогата худоба	341,9	224,7	123,8	141,2	129,2	124,4	120,6
Середня маса однієї ВРХ, кг	320	427	448	447	452	464	470
Птиця	16,7	947,8	1203,3	1136,1	1257,4	1317,8	1451,7
III. Експорт	163	48	245	303	351	399	477
IV. Імпорт	38	378	158	182	233	283	237
V. Споживання м'яса на 1 особу, кг в рік	32,5	52,0	50,9	51,4	51,7	52,8	45,6

Джерело: [5; 6].

Оцінюючи ці показники, визначимо позитивні та негативні тенденції, які сформувались протягом 2000-2019 рр. До позитивних віднесемо збільшення: виробництва обсягів м'яса у забійній вазі в 1,5 рази; в тому числі того, яке поступає на переробку – 4,2 рази, а особливо птиці – 87 разів; середньої маси однієї великої рогатої худоби – 1,5 рази. Відповідно, до негативних віднесемо зменшення: обсягів живої маси тварин, які надійшли на переробку від населення в 11,2 рази, а особливо великої рогатої худоби від усіх постачальників – 2,8 рази. Також суттєвою проблемою є дисбаланс у експортно-імпортних поставках, де обсяги експорту зросли лише у 2,9 рази, а імпорту у 6,2 рази. Отже, зменшення надходжень великої рогатої худоби, як одного із основних видів вітчизняної сировини, зумовлює проблеми у забезпеченні ритмічної роботи м'ясопереробних підприємств. Оскільки

м'ясопереробні підприємства виготовляють широкий асортимент продукції, зосередимось лише на ковбасних виробках та м'ясних консервах (табл.3).

Таблиця 3

Динаміка виробництва ковбас та консервів (тис тонн)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ковбаси, всього	297	456,8	472,2	500,2	501,3	485,7
Консерви м'ясні, всього	124,9	128,3	98,7	91,4	91	91,5

Джерело: [7].

Згідно виконаного дослідження виявлено такі резерви м'ясопереробних підприємств: збільшення обсягів сировини, що надходить на переробку, що сприятиме збільшення готових виробів; можливість більш ефективного використання виробничих потужностей; розширення асортименту з використанням наукових розробок; збільшення виробництва із сировини населення, зокрема кролів, індичок, куріпок тощо. Щодо перспектив, то згідно Національної економічної стратегії на період до 2030 року передбачено збільшення частки переробленої продукції в агропромисловому секторі економіки до 50 відсотків, [8] що також безпосередньо зачіпає м'ясопереробні підприємства, беручи до уваги, що у 2019 р. частка ковбас та м'ясних консервів складала лише 30,5 % від живої маси тварин, яка надійшла на переробку. Для збільшення обсягів продукції, яка буде конкурентоспроможною на міжнародних ринках необхідно використовувати нове сучасне обладнання та прогресивні технології, що дасть змогу освоїти нові види продукції, в тому числі консервів дієтичного харчування та дитячих м'ясних консервів, які тепер не виготовляються в Україні, що можливо реалізувати або модернізацією діючих, або будівництвом нових підприємств, а згідно Стратегії передбачено збільшення обсягів експорту агропродукції до 40 млрд доларів США до 2030 р. [8] (У 2019 р. 22,4 млрд доларів США).

Отже, можливо зробити узагальнюючий висновок, що м'ясопереробні підприємства тепер недостатньо використовують наявний потенціал, мають відповідні резерви і за належної державної підтримки в перспективі можуть значно збільшити випуск продукції.

Список використаних джерел

1. Сегеда С.А. Оцінка споживання основних продовольчих продуктів в Україні. *Збірник наукових праць ВНАУ Серія: Економічні науки*. 2012. №3 (69). С. 195-199.

2. Про затвердження Методичних рекомендацій для лікарів загальної практики – сімейної медицини з приводу консультування пацієнтів щодо

здорового харчування. Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 14.01.2013 № 16. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0016282-13#Text>. (дата звернення: 19.02.2021).

3. Їсти чи не їсти? Нові дослідження про шкodu червоного м'яса викликали скандал в науковому світі. *НВ здоров'я*. 1 жовтня 2019. URL: <https://nv.ua/ukr/health/nutrition/shkoda-vid-chervonogo-m-yasa-vcheni-proveli-nove-doslidzhennya-50045697.html>. (дата звернення: 5.03.2021).

4. М'ясний атлас 2021: Настав час переосмислити те, що ми їм. *DW*. 08.01.2021. URL: <https://www.dw.com/uk/miasnyi-atlas-2021/a-56162776>. (дата звернення: 5.03.2021).

5. Статщорічник України за 2019 рік. Державна служба статистики України. За редакцією І. В. Вернера. Київ. ДП «Держаналітінформ», 2020. 464 с.

6. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України. Статистичний щорічник. Київ – 2019. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/07/zb_bsoph2018_pdf.pdf (дата звернення: 5.03.2021).

7. Виробництво промислової продукції за видами 2013-2019 рр. Архів. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/pr/vr_rea_ovpp/vr_rea_ovpp_u/arh_vppv_u.html. (дата звернення: 5.03.2021).

8. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року. Постанова Кабінет Міністрів України від 03 березня 2021 р. № 179. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179>. (дата звернення: 6 .03.2021)

Пахолюк О.В.

к.т.н., завідувачка кафедрою товарознавства
та експертизи в митній справі, доцент

Передрій О.І.

к.т.н., доцент кафедри товарознавства
та експертизи в митній справі, доцент

*Луцький національний технічний університет
м. Луцьк, Україна*

РОЗУМНИЙ НАНОТЕКСТИЛЬ ТА СФЕРИ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ

За рівнем розвитку нанонауки і нанотехнологій та обсягом випуску нанопродукції Україна ще дещо поступається провідним країнам світу. Подальшого поглиблення вимагає нанонаука, нанотехнології з розвитку

вітчизняного ринку текстильної нанопродукції. Відомо, що доцільність і ефективність впровадження нових нанотехнологій в окремі галузі господарства України, як правило, визначається успіхом і популярністю, рівнем якості та безпечності на ринках цієї продукції, яка випускається на основі цих нанотехнологій. Це свідчить про те, що питання розвитку нанонауки, нанотехнологій і ринку нанопродукції необхідно розглядати комплексно [1,2].

За допомогою застосування нанорозмірних компонентів, текстильні матеріали можуть отримувати «розумні» функціональні властивості, не погіршуючи їх характеристики. Розумні наноматеріали та пристрої, які вносяться в текстиль, повинні аналізувати та визначати стан людини-носія або навколишнього середовища та реагувати на них. Отримавши певний стимул, розумна система обробляє вхідні дані, а отже регулює його стан, функціональність або наявні заздалегідь визначені властивості.

Розумний текстиль також повинен відповідати вимогам щодо носіння. Розумний нанотекстиль та одяг, повинен бути сенсором, і при цьому зберігати розумну вартість, довговічність, відповідність моді та комфорт.

«Розумність» означає здатність відчувати і реагувати на зовнішні подразники. Подразники можуть бути електричними, механічними, хімічними, тепловими, магнітними або світловими. Розумні системи пропонують можливість зондування та реагування на подразники навколишнього середовища, бажано «оборотним» способом, тобто вони повертаються до свого початкового стану, коли стимул «вимкнений».

Результати досліджень свідчать [1], що останнє покоління текстилю, а саме розумний текстиль, здатний зробити крок вперед: відчувати та реагувати на подразники навколишнього середовища, тому, розумний текстиль також можна назвати «чутливим до подразників» або «екологічно чутливим».

Розумні текстильні компоненти виконують різні функції, такі як зондування, обробка даних, передача, накопичення енергії та активація. У цих напрямках текстильні конструкції мають значні переваги, такі як пристосованість до людського тіла в спокої та в русі, комфорт при тісному контакті зі шкірою та придатність як основи для розумних компонентів.

Для забезпечення визначених функціональних властивостей та відповідності певним вимогам моди, виробники все частіше застосовують провідні волокна, провідні полімери, провідні фарби і барвники, металеві сплави, оптичні волокна, чутливі до навколишнього середовища гідро-гелі, матеріали з фазовою зміною та матеріали з пам'яттю форми. Ці компоненти

використовуються при формуванні датчиків, електричних провідників, елементів зв'язку та передачі даних. Провідні матеріали додані до волокон, пряжі чи готових текстильних матеріалів, можуть включати включають електропровідні полімери, вуглецеві нанотрубки, вуглецеві нановолокна або металеві наночастинки [4, 24–26].

«Розумність» може бути включена в текстиль на різних етапах виробництва та обробки, включаючи прядіння, ткацтво, в'язання, трикотажне виробництво, неткане виробництво, пошиття, вишивання, покриття, ламінування та друк. Традиційно провідні волокна та нитки виробляються шляхом додавання провідних матеріалів до волокон, або шляхом включення металевих проводів з нержавіючої сталі або інші металеві сплави.

Інший спосіб виготовлення розумного текстилю – шляхом включення електропровідних ниток у тканини під час ткання. Недоліками цього методу є складність, нерівномірність, а також проблемність у підтримці комфортних текстильних властивостей. Виходячи з рівня «розумності», розумний текстиль можна поділити на три категорії [3]:

- пасивний розумний текстиль
- активний розумний текстиль;
- дуже активний розумний текстиль.

Перша група може виявляти лише подразники навколишнього середовища (датчик), тоді як друга група відчуває і реагує на подразники навколишнього середовища (сенсор плюс привід). З іншого боку, третя група відчуває і реагує на подразники навколишнього середовища, а також додатково пристосовується залежно від обставин (датчик, привід та блок управління).

На даний час, розумний текстиль розширив свої функціональні властивості і, отже, сфери застосування звичайного текстилю. Передбачаються значні перспективи використання його в різних галузях виробництва і споживання, а саме[3-5]:

- біомедицина;
- захист та безпека;
- оборона;
- аерокосмічна промисловість;
- зберігання та збирання енергії;
- мода;
- спорт;

- відпочинок;
- бездротовий зв'язок та інші.

Крім того, вони можуть використовуватися військовими та іншими співробітниками служби безпеки для зв'язку.

Оскільки текстиль тісно контактує з тілом людини на великій поверхні площі, датчики можна розміщувати в різних місцях, що представляє перевагу для біомедичних застосувань. Цей факт забезпечує більшу гнучкість і індивідуальний віддалений моніторинг змінних стану здоров'я. Розумні текстильні компоненти реагують на тиск, зміни можна використовувати для вимірювання частоти серцевих скорочень, тиску крові, дихання та інших рухів тіла. Відповідно, п'єзорезистивні волокна можуть бути використані як датчики тиску. Розумний текстиль також можна використовувати для зондування температури тіла, рухів суглобів, артеріального тиску, серцевих змін, дихання, наявності і концентрації соляного розчину, кисню та забруднення або води. Термопари можуть використовуватися для вимірювання температури, за рахунок використання вуглецевих електродів для виявлення концентрацій різних біологічних рідин.

До основних функцій, які може виконувати розумний текстиль, різними способами та методами, відносяться [3-5]:

- подавання ліків заздалегідь визначеним способом;
- моніторинг змінних показників стану здоров'я;
- дотримання параметрів вагітності;
- сприяння фізичній реабілітації;
- регулювання температури тіла;
- сприяння загоєнню ран;
- полегшення застосування тканинної інженерії;
- фотокаталітичне видалення плям;
- запобігання утворенню полум'я;
- поглинання мікрохвиль;
- втручання в електромагнітне випромінювання;
- бездротовий зв'язок між людьми, між людьми та пристроями, а також між пристроями;
- збирання та зберігання енергії.

Отже, потенційні галузі застосування розумного текстилю незліченні. З точки зору особистого користування, вони можуть допомогти нам почуватись комфортно, попереджати та захищати від небезпек, контролювати біометричні

дані, лікувати захворювання та травми, та покращити спортивні результати завдяки використанню вбудованого в одяг сенсору.

Список використаних джерел

1. Кричевский Г. Е. Нано-, био-, химические технологии и производство нового поколения волокон, текстиля и одежды. М.: Изд-во «Известия», 2011. 528 с.
2. Галик І. С., Семак Б. Д. Товарознавчі аспекти формування й оцінювання асортименту, якості та безпечності нанотекстилю. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки. 2016. Вип. 17. С. 5-10.
3. Пахолук О.В., Пушкар Г.О., Галик І.С., Семак Б.Д. Стратегічні напрямки розвитку нанонауки, нанотехнологій та ринку нанопродукції в Україні за останні десятиріччя. Вісник Хмельницького національного університету. Хмельницький, 2020. № 5. С. 274-279.
4. Пахолук О.В., Лубенець В.І., Мартирисян І.А. Дослідження ефективності біоцидних речовин для оброблення одягових текстильних матеріалів спеціального призначення. Товарознавчий вісник : збірник наукових праць Луцького НТУ. 2018. Випуск 11. С.100-108.
5. Пахолук О.В., Передрій О.І. Особливості використання лляних волокон у виготовленні медичного текстилю. Вісник ХНУ: науковий журнал (технічні науки). Хмельницький: РВВ ХНУ, 2017. № 1. С. 56-60.

Пелик Л.В.

д.т.н., професор кафедри товарознавства та експертизи у митній справі,
професор,
*Львівський торговельно-економічний університет,
м. Львів, Україна*

Пелех Ю.А.

к.т.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, доцент,
*Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут,
м. Хмельницький, Україна*

ЕКОЛОГІЧНІСТЬ ТА БЕЗПЕКА ТЕКСТИЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Останнім часом люди все частіше стали звертати увагу на екологічність текстильної продукції. Тому виробникам довелося посилити заходи екологічного контролю. Рішенням може стати використання текстильних матеріалів, що виробляють мінімальну кількість шкідливих речовин. Натуральні «органічні» тканини виготовляються з природних волокон: бавовни, льону, коноплі, рамі тощо. Зменшення шкоди довікілью досягається

шляхом відмови від хімічних добрив. Використання для виготовлення одягу таких тканин, які не викликають побічних захворювань і легко підлягають утилізації є одною із вимог текстильних матеріалів. Адже до недавнього часу до матеріалів, що використовуються для виготовлення одягу, ставилися наступні вимоги: тканина повинна відповідати модним тенденціям, бути недорогою, формостійкою, приємною на дотик тощо. Але питання про те, наскільки шкідлива вона для людини, піднімали в останню чергу. Використання хімічних речовин при виробництві тканин може бути небезпечно для людини, адже синтетичні барвники і шкідливі хімічні реагенти, наприклад, формальдегід, призводять до екологічного дисбалансу, що тягне за собою послаблення імунітету людини. Такі наслідки вже проявляються у захворюваннях шкіри нейродермітом, алергією на нікель, на шерсть, й, окрім того, часто спостерігаються несприйняття деяких синтетичних волокон, наприклад, лавсану і поліамідних ниток тощо.

Сьогодні існує певна класифікація тканин, які за окремими показниками можна вважати екологічно чистими. Передусім, це можливість поновлювати ресурси, тобто ця сировина повинна відновлюватися у відносно короткий термін. Другий чинник – це необхідна площа землі, що затрачена на вирощування певного продукту. Й третій чинник – це кількість хімікатів, що використовуються на всьому технологічному ланцюгу – від вирощування волокна до виробництва готового продукту [1].

Текстильна промисловість створює чимало проблем екологічного характеру. Щоб зменшити кількість шкідливих відходів використовують натуральні барвники, які можна отримати з різних видів рослин, тварин організмів, або шляхом мікробіологічних технологій. Найбільш перспективними для текстильного оздоблювального виробництва виявилися рослинні барвники, оскільки тваринні важко виробляти, а бактеріальні використовуються в галузях харчової промисловості.

Використання рослинних барвників для підвищення екологічної безпеки текстильних матеріалів і виробів обумовлюється низкою причин, а саме: відсутністю в цих барвниках солей важких металів та інших шкідливих для людини речовин; здатністю рослинних барвників гальмувати або подавляти життєдіяльність целюлозоруйнуючих і патогенних мікроорганізмів; здатності їх до щорічного відновлення у природі; можливістю використання рослинних барвників текстильного призначення з відходів окремих галузей промисловості (харчової, деревообробної, фармацевтичної, парфумерної та інших); здатністю забезпечувати високоякісні забарвлення на текстильних

матеріалах одягового і декоративного призначення; можливістю екологізації технології текстильного обробного виробництва.

Притаманні рослинним барвникам і деякі недоліки, які обмежують сферу їх використання в текстильному (масовому) виробництві: за широтою колірної гами та яскравістю забарвлень на текстильних матеріалах рослинні барвники ще поступаються синтетичним; застосування багатьох видів рослинних барвників у різних підгалузях текстильного виробництва вимагає обґрунтованого підбору екологічно безпечних видів протравлювачів; на пофарбованих рослинними барвниками текстильних матеріалах не завжди можна отримати задану (стандартизовану) гаму кольорів, оскільки у складі рослин барвників, як правило, міститься декілька фарбуючих речовин.

Таким чином, на сьогодні головними детермінантами розвитку текстильної галузі виступають: використання чистої екологічної сировини для виробництва текстильної промисловості; використання продуктів первинної та вторинної переробки для виготовлення товарів текстильної промисловості; енергоефективність і енергозберігання; використання характерної кольорової палітри при проектуванні одягу.

Список використаних джерел

1. Кириченко О.В. Екоефективність текстильного виробництва / О.В. Кириченко, Л.В.Пелик// Економічний, організаційний та правовий механізм підтримки і розвитку підприємництва: колективна монографія / за ред. О.В. Калашник, Х.З.Махмудова, І.О.Яснолюб – П. : Видавництво ПП «Астроя», 2019. – 371с.,С.259-265.

Перун С.В.,
викладач

*ВСП «Фаховий коледж управління, економіки і права Полтавської
державної аграрної академії»
м. Полтава, Україна*

ТРУДОВИЙ ДОГОВІР В ЕЛЕКТРОННІЙ ФОРМІ. ТЕНДЕНЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ДО НАЦІОНАЛЬНОГО ТРУДОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА

У сучасних умовах розвитку Україна прагне до європейської інтеграції у зв'язку з перспективами, які відкриває перед нами європейський ринок. Кожна країна ЄС дбайливо ставиться до реалізації соціальної політики на своїй території, створює належні та прогресивні умови для розвитку суспільства шляхом впровадження нових механізмів гарантування та реалізації прав людини в соціально-економічній сфері. У нашій державі також

активно проводиться реформування соціального сектору. У зв'язку з розробкою проекту Трудового кодексу України вбачається необхідність осучаснення трудового законодавства та його адаптування до теперішнього рівня розвитку трудових правовідносин [1, с. 84].

Ознакою сучасного світу є його стрімкий розвиток: кожен день з'являються нові технології, вдосконалюються механізми та процеси, посилюються глобалізаційні процеси, що зумовлюють завдяки новим технологіям швидкий обмін інформацією. Очевидно, що трудові права відтепер є одним із головних та визначальних чинників подальшого розвитку міжнародного співробітництва. І якщо раніше трудові права були лише декларативними можливостями людини, то тепер від рівня їхнього визнання та забезпечення залежить і становище країни на міжнародній арені, розвиток та встановлення з нею політичних, економічних зв'язків.

Одним із основоположних інститутів трудового права є інститут трудового договору, адже саме він слугує підставою виникнення трудових правовідносин між працівником і роботодавцем. Проте форми укладення такого договору залишаються незмінними, що суперечить повноцінному реформуванню та вдосконаленню зазначеного інституту.

Так, наприклад, у ч. 1 ст. 24 КЗпП передбачено, що «трудовий договір укладається, як правило, в письмовій формі», і додатково визначається перелік пунктів щодо обов'язковості дотримання суто письмової форми сторонами договору [2].

Трудовий договір є угодою між працівником і власником підприємства, установи, організації або уповноваженим ним органом чи фізичною особою, за якою працівник зобов'язується виконувати роботу, визначену цією угодою, з підляганням внутрішньому розпорядкові, а власник підприємства, установи, організації або уповноважений ним орган чи фізична особа зобов'язується виплачувати працівникові заробітну плату і забезпечувати умови праці, необхідні для виконання роботи, передбачені законодавством про працю, колективним договором і угодою сторін.

Проте з розвитком технологій, впровадженням нових систем комунікації за допомогою всесвітньої мережі «Інтернет», виникла можливість укладення трудового договору в електронному вигляді та необхідність закріплення такої можливості на законодавчому рівні.

У ч. 1 ст. 5 Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» надається чітке визначення електронного документа: ним

визначається документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включаючи обов'язкові реквізити документа [3].

За законодавством України, видається можливим укладення трудового договору шляхом оформлення його у формі електронного документа, який за дотримання необхідних умов, ураховуючи загальні уявлення про зміст договору, буде вважатися дійсним. Тобто структура трудового договору буде цілком збережена, основною відмінністю стане тільки спосіб закріплення прав та обов'язків сторін та істотних умов, без яких такий договір буде вважатися неукладеним.

Однак, чинним законодавством передбачено укладання трудового договору в письмовій та усній формах, та перевага все ж надається саме письмовій.

Також у ч. 4 ст. 5 зазначеного Закону указано, що візуальною формою подання електронного документа є відображення даних, які він містить, електронними засобами або на папері у формі, придатній для приймання його змісту людиною. Тобто суб'єкти трудових правовідносин можуть укласти трудовий договір в електронній формі, а потім для зручності вже укладений документ роздрукувати на папері.

Сучасний досвід європейських країн, зокрема Данії, Німеччини та Великобританії, демонструє високу ефективність використання на практиці електронного документообігу у різних сферах трудової діяльності працівників. Якщо раніше вся документальна база містилась виключно в паперовому вигляді, то наразі як альтернатива існує електронний варіант документів [4, с. 145–146].

Такий підхід дозволяє, як засвідчує практика, спростити саму процедуру укладення трудових договорів, оскільки працівники можуть розпочинати виконання своїх трудових обов'язків, не витрачаючи час на особисту присутність під час їх укладення з роботодавцем. Безперечна перевага електронного документообігу полягає також у тому, що він поступово буде зменшувати обсяг паперових документів і проблем, пов'язаних із їх використанням, таких, наприклад, як втрата документа, складність внесення змін тощо. На додачу, комп'ютеризація, що стане необхідним наслідком такої перебудови, дозволить зменшити витрати на додаткові штатні одиниці, до кола обов'язків яких входить робота з паперовими носіями.

Враховуючи вищенаведене, слід підсумувати, що в контексті реформування трудового законодавства, доцільно було б врахувати світову

технологізацію та запровадити законодавчі підстави для використання електронних форм трудових договорів, що буде сприяти подальшому розвитку соціально-трудових відносин.

Список використаних джерел

1. Швець Н., Черняченко Д. Електронна форма трудового договору в контексті реформування законодавства про працю. Підприємництво, господарство і право. № 1. 2019. С. 84–89.

2. Кодекс законів про працю України : Закон УРСР від 10 грудня 1971 р. № 322-VIII // Відомості Верховної Ради . – 1971. – № 50. – Ст. 375.

3. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003. № 851-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 36. – Ст. 275.

4. Бурчак А.Ю. Електронна форма трудового договору. Журнал східноєвропейського права. 2018. № 52. С. 144–148.

Петлін І.В.

к.е.н., доцент кафедри туризму і готельної справи, доцент
*Львівський інститут економіки і туризму
м. Львів, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ОЦІНКА ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ

Вступ. Актуальним питання розвитку персоналу, на сьогоднішній день, є пошук та впровадження прогресивних технологій управління. Оскільки традиційні методи управління розвитком персоналу вичерпали свій потенціал, то з розвитком цифрових технологій розпочалася епоха HR-менеджменту, що позитивно позначилося оперативності пошуку та ефективності відбору і навчання персоналу. Тому особливої актуальності набуває впровадження крауд-технологій в систему управління персоналом.

Виклад основного матеріалу. Крауд-технологія – це взаємодія підприємства з широким колом осіб (що на англійській мові визначається як “crowd”) за допомогою інтернет-технологій задля використання ресурсів широкого загалу для вирішення специфічних завдань підприємств або організацій [1].

В сфері управління персоналом варто окреслити такі крауд-технології як: краудрекрутинг, краудстафінг, краудтренінг, краудворкінг, краудтренінг, краудасесмент.

Краудрекрутинг – це спосіб відбору найбільш перспективних носіїв професійних компетенцій, необхідних конкретному підприємству, на основі

показників їх роботи в краудсорсинговому проекті, шляхом спостереження та оцінювання діяльності учасників у ситуації, що імітує робочий процес [2].

Краудстаффінг – технологія пошуку і відбору персоналу заснована на залученні зовнішніх рекрутерів для роботи на спеціалізовані віртуальній платформі, з метою оцінки кандидатів на вакантні посади [3, с.20].

Краудтренінг – метод навчання персоналу, в основі якого лежить аналіз і обґрунтування оцінки запропонованих варіантів вирішення завдання іншими учасниками процесу і розробка власної ідеї [3, с. 20].

Краудворкінг – залучення трудових ресурсів ззовні для прискорення процесів виробництва. Цей метод передбачає виконання платних, короткотермінових завдань, що передаються через інтернет-платформи.

Краудтренінг – метод навчання персоналу, в основі якого лежить аналіз і обґрунтування оцінки запропонованих варіантів вирішення завдання іншими учасниками процесу і розробка власної ідеї [3, с. 20].

Краудасесмент (“crowdassessment”), що є формуванням оцінки компетенцій співробітників за результатами їх роботи на краудсорсингових платформах [4, с. 76].

Крауд-технології щодо управління персоналом мають певні особливості.

Краудворкінг включає відбір та оцінку персоналу для короткотермінового виконання певних завдань, що передаються через Інтернет-платформи.

Краудрекрутинг передбачає пошук кандидатів на вакантну посаду внутрішнім рекрутером, тобто працівником компанії в процесі реалізації крауд-проекту на власних чи орендованих крауд-платформах.

Технологія краудстаффіngu передбачає окреслення роботодавцем вимог до кандидата на вакантну посаду та оплату послуг зовнішньому рекрутеру. Фактично відбувається пошук і підбір персоналу та формування кадрового резерву.

Краудтренінг полягає в відборі потрібних фахівців та їх навчанні та формуванні корпоративної культури.

Краудасесмент включає оцінку персоналу через безліч оцінних процедур: інтерв'ю, психологічні тести, ділові ігри і т. д., що дає можливість визначити професійний рівень персоналу, сформувати кадровий резерв та приймати виважені управлінські рішення.

Оцінка ефективності крауд-технологій у сфері управління персоналом повинна включати ряд таких показників (табл. 1).

Таблиця 1

Перелік основних показників ефективності крауд-технологій у сфері управління персоналом

Види ефективності	Найменування показника
Соціальна	Швидкість підбору персоналу
	Час, затрачений на пошук кандидата
	Проміжок часу від початку пошуку кандидата до початку трудової діяльності
	Швидкість адаптації нового працівника
	Тестування на предмет освоєння набутих знань, навиків та компетенцій
	Індекс задоволеності клієнтів компанії
Економічна	Кількість потенційних кандидатів
	Активність потенційних кандидатів
	Виконання плану набору персоналу
	Кількість поданих ідей
	Витрати на підготовку і реалізацію крауд-проекту
	Розрахунок плинності кадрів
	Показник співвідношення росту витрат на пошук та підбір персоналу до росту прибутку
	Кількість працівників, котрі звільнилися в період проходження випробувального терміну
	Продуктивність праці нового працівника
	Ефективність праці нового працівника

Висновки. Оцінка соціально-економічної ефективності крауд-технологій у сфері управління персоналом повинна відповідати наступним критеріям: повнота використання фонду робочого часу; відсутність претензій до працівника; досягнення запланованих цілей і завдань; обґрунтування необхідності реалізації та терміну окупності крауд-проекту, що дозволить покращити фінансові показники організації тощо.

Ефект від застосування крауд-технологій в сфері управління персоналом очевидний. Для роботодавця він проявлятиметься в скороченні часу і витрат на пошук кваліфікованого персоналу та підвищенні оперативності виконання поставлених завдань. Для краудворкерів – можливість самореалізації та отримання досвіду. Для працівників ефект проявлятиметься через підвищення їх компетентностей, отримання досвіду, підвищення продуктивності праці тощо.

Список використаних джерел

1. Голубовская Т.В. Крупную рыбу одному не вытащить или крауд-технологии в действии URL: <http://2013.404fest.ru/reports/bigfish>

2. Краудрекрутинг – новая технология массового поиска талантов. URL: <https://companion.ua/208489/>

3. Полякова Ю.М. Управление персоналом на основе современных крауд-технологий: краудстаффинг, краудрекрутинг и краудинвестинг. Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал, 2020. Том 12. Выпуск 3. С. 16-30.

4. Кіреєва О.В. Краудсорсинг як інноваційний інструмент участі громадськості в публічному управлінні. Державне управління та місцеве самоврядування. 2016. Вип. 3. С. 72–78.

Піскорська Г.О.

викладач кафедри управління повсякденною діяльністю військ та
тилового забезпечення

*Національна академія сухопутних військ ім. гетьмана П. Сагайдачного
м. Львів, Україна*

ГУМАНІЗМ В ПЕНІТЕНЦІАРНИХ СИСТЕМАХ СУЧАСНОСТІ ЯК ПОКАЗНИК ПРАВОВОЇ ДЕРЖАВИ

Пенітенціарна система кожної держави залежить від морального стану суспільства, певного рівня правової свідомості людей. Недарма вважається, що організація та стан пенітенціарної системи країни є мірилом рівня її цивілізованості та рівня демократизму. Тільки там, де в'язням залишені більшість основних прав вільних громадян, а також забезпечені специфічні права, зумовлені їх статусом ув'язнених, можна говорити про дотримання головних засад гуманізму. Головними критеріями оцінки пенітенціарної політики демократичної держави повинні бути відповідність її змісту природі людини, нормам права і моралі суспільства; забезпечення збалансованого задоволення та гарантій законних прав та інтересів громадянина, суспільства та держави; системне вирішення певного комплексу основних складових проблем пенітенціарної функції держави; максимальне і ефективне використання у справі ресоціалізації злочинців усього національного потенціалу держави. Саме тому пенітенціарна політика України, повинна бути невід'ємною складовою частиною її загальної правової політики. Вона покликана забезпечити основні права та свободи ув'язнених, сприяти гармонізації системи національного права і законодавства з міжнародними нормами та стандартами, побудованих на демократичних принципах та всесвітньо-визнаних цінностях.

Пенітенціарна система має в своїй основі засадничі положення – принципи, ті основні ідеї, керівні положення, які визначають стратегію та

основні напрями розвитку державних установ та органів виконання покарань, забезпечують системність правового регулювання суспільних відносин, що виникають при виконанні покарань. найбільш значущим серед них і є принцип гуманізму.

Принцип гуманізму знаходить своє відображення в Конституції України, яка проголошує, що «людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю»[1, с.7]. Згідно з ч.2 ст.28 Основного Закону, «Ніхто не може бути підданий катуванню, жорстокому, нелюдському або такому, що принижує його гідність, поводженню чи покаранню». Він також відображений і в Кримінальному кодексі України: «Покарання не має на меті завдати фізичних страждань або принизити людську гідність» [2, с.21].

Принцип гуманізму пов'язаний із піклуванням держави про безпеку людини, з людяністю, повагою до людської гідності. В юридичній літературі існує ідея про подвійний характер гуманізму, тобто одна його сторона проявляється в захисті інтересів інших правослухняних громадян, держави і суспільства в цілому. В такому розумінні гуманізму відповідають суворі заходи покарання, які застосовуються до осіб, які вчинили злочин. Інша сторона гуманізму звернена до злочинця і означає людське ставлення до особистості, відмові від жорстоких покарань з урахуванням пом'якшуючих обставин [3, с.56].

Отже гуманізм щодо засуджених означає перш за все «людяне» відношення держави і суспільства до них і зводиться до всеможливих напрямків пом'якшення при відбуванні засудженими покарання. Принцип гуманізму і його реалізація при призначенні покарання – це політика держави по відношенню до осіб, які вчинили кримінальне правопорушення.

Гуманізм перш за все виражається в можливості кожного засудженого вернутись до законослухняного життя в суспільстві, це визнання співробітниками пенітенціарної системи, засуджених як рівних собі за їх людською природою і сутністю [4, с.17].

Однак в той же час принцип гуманізму не означає всепрощення, суворість режиму виконання покарань може навіть посилюватись, але дані заходи не повинні призводити до руйнації людяного у людині, підривати здоров'я засудженого, перетворювати його в об'єкт маніпуляції. Принцип гуманізму відображається в міжнародних документах про поводження з засудженими. Таким чином принцип гуманізму заперечує твердження, що тюрма робить погану людину жакливою, а хорошу – поганою.

Сьогодні особи, які знаходяться в ув'язненні, перебувають під прицільною увагою міжнародної спільноти. Причому пенітенціарні установи, в яких утримуються ув'язнені, перебувають під наглядом не тільки міжнародних, але й громадських і релігійних організацій.

Підсумовуючи вищесказане, можна дійти висновків, що розбудова відкритого суспільства неможлива без відповідної гуманізації пенітенціарної системи, її реформування з метою дотримання прав людини, міжнародних стандартів поведінки із засудженими та переорієнтації її діяльності на гуманне ставлення до засуджених та їх соціальне збереження. Ефективність пенітенціарної системи будь-якої демократичної країни, буде на пряму залежати від дотримання прав ув'язнених. Як колись доречно зазначив видатний англійський державний і політичний діяч Уїнстон Черчилль: «Покажіть мені ваші в'язниці, і я скажу, в якому суспільстві ви живете» [5, с.105].

Список використаних джерел:

1. Конституція України: зі змінами. Х.: Право, 2015. 68 с.
2. Кримінальний кодекс України: чинне законодавство із змінами та допов. на 25 вересня 2020 року: Офіц. текст. Київ: Алерта, 2020. 226с.
3. Ющик О.І. Значення принципу гуманізму при призначенні покарання. Науковий Вісник Чернівецького університету: Правознавство №273. 2005.
4. Козлов С. Кримінальне судочинство: шляхом гуманізації. Юридична газета. 2004. № 19 (31).
5. Уинстон Черчилль: цитаты, остроты и афоризмы: Пер. с англ. /Сост. Д. Энрайт. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. 188 с.

Писаренко С. В.

к.с.-г.н, доцент кафедри підприємництва і права, доцент,

Тошко Крістев,

професор, директор Інституту європейської освіти (Болгарія, Софія)

Кацага Е.

ЗВО спеціальності 051 СВО «Бакалавр»,

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ТЕХНОЛОГІЧНІ ІНОВАЦІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ

У сучасному світі новітні технології впроваджуються в усіх галузях і вони є основою економічного зростання підприємств та країни в цілому.

На сьогодні головним елементом світових інноваційно-технологічних процесів є розвиток сільського господарства, який спрямований на покращення виробничих процесів у сільському господарстві за рахунок впровадження іноваційних технологій [2].

Аналіз наукових джерел дає можливість стверджувати, що інновація - це процес, у якому винахід, або ідея набуває економічного змісту і приносить прибуток.

Технологічна інновація – характеризується, як кінцевий результат інноваційної діяльності, що втілюється у вигляді нового чи удосконаленого продукту, удосконаленого процесу або способу виробництва, та використовуються в практичній діяльності.

Головною метою технологічних інновацій в аграрних підприємствах є повне забезпечення ефективного та екологічного виробництва [4].

Результати впровадження інновацій відображається в зростанні обсягів продажу, зниженні собівартості продукції, зростанні фондоозброєності та продуктивності праці, підвищенні рентабельності й інших виробничо-фінансових показників діяльності аграрних підприємств.

У сільському господарстві розвиток інноваційних процесів та їх впровадження пов'язано переважно з новими сортами рослин, виведенням нових порід тварин, нової техніки, новими ресурсозберігаючими технологіями, застосування яких у більшості випадків змінює характерні властивості сільськогосподарської продукції, що виробляється, але не призводять до появи нових видів продукції.

За впровадженням інноваційних процесів у галузі, види продукції, як правило, не змінюються, тільки набувають покращених властивостей. Інноваційну діяльність у сільському господарстві запропоновано розглядати на чотирьох етапах: розробка новацій, їх апробація та перевірка, відтворення новацій, а також впровадження їх у виробництво.

Якщо планується впроваджувати інновацій у діяльність сільськогосподарських підприємств, то важливою умовою є наявність інноваційного потенціалу. Саме інноваційний потенціал - це здатність до зміни, покращення, прогресу, це джерело розвитку. Тобто це здатність підприємства виробляти нову, науково містку продукцію з покращеними властивостями. Існує ряд елементів інноваційного потенціалу: природно-кліматичний, матеріалотехнічний, науковий, кадровий, організаційний [3].

До основних особливостей формування і розвитку інноваційного процесу у сільському господарстві відносяться наступні:

- 1) значні відмінності регіонів країни за природно-кліматичними умовами і спеціалізації виробництва;
- 2) різноманітність видів виробляємої сільськогосподарської продукції, продуктів її переробки, істотна різниця в технології обробки продукції, утримуванні і годівлі тварин;
- 3) велика різниця в періодах виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки;
- 4) наявність великої різноманітності типів виробництва за різними організаційно-правовими формами та формами власності, розмірами, спеціалізації, підпорядкованості, кооперації тощо;
- 5) велика залежність технологій виробництва в сільському господарстві від природно – кліматичних умов, дорожно-транспортних мереж, віддаленості від постачальницьких центрів і ринків збуту продукції і інших факторів;
- 6) відособленість сільськогосподарських товаровиробників, віддаленість від інформаційно – консультаційних служб і організацій, які виробляють науково-технічну продукцію;
- 7) різний соціально-освітній рівень робітників сільського господарства;
- 8) відсутність чіткого і науково-обумовленого організаційно-економічного механізму передачі досягнень науки сільськогосподарським товаровиробникам і як наслідок, суттєве відставання галузі по освоєнню інновацій у виробництві [1, с.62].

Отже, слід зробити висновок, що для ефективного існування сільськогосподарського підприємства, та нарощування обсягів виробництва конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції, одним із перспективних напрямів є використання інноваційних технологій. Для зростання розробок новітніх вітчизняних технологій необхідно підвищувати підтримку і фінансування з боку держави, та зацікавлювати кваліфікованих фахівців у реалізації власних проєктів на батьківщині.

Список використаних джерел

1. Кириченко В.В., Тимчук В.М. Ринкові моделі реалізації селекційних інновацій. Вісник аграрної науки. 2008. №8. С. 62-64.
2. Крачок Л. І. Новітні технології в сільському господарстві: проблеми і перспективи впровадження. Сталий розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал. 2013. № 3 Режим доступу: <https://cutt.ly/Tx8CO3V>.
3. Мартинюк М. А. Інновації в сільському господарстві. Наука й економіка. 2014. № 2 (34). С. 94-98.

4. Чабан В.Г. Інновації як умова підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору. Економіка АПК. 2006. № 7. С. 68.

Пожилов-Несміян Г.М.,
аспірант,
Супрун Н.П.,
д.т.н., професор,
Чумак Л.Ю.
аспірант

*Київський національний університет технологій та дизайну,
м. Київ, Україна*

РОЗРОБКА ОДЯГУ ДЛЯ МАЛОМОБІЛЬНИХ ВЕРСТВ НАСЕЛЕННЯ

За останнє десятиріччя соціальна політика більшості розвинених країн стосовно осіб з інвалідністю зазнала суттєвих змін. Ставлення до цієї соціальної групи людей, як до пацієнтів, якими необхідно лише опікуватися, і які не можуть долучатися до активного суспільного життя, змінилося на ставлення до них, як до повноправних членів суспільства, що мають рівні права з іншими громадянами країни. Дискримінація інвалідів нерідко заснована на тому, що їх відмінності від інших іноді просто не беруться до уваги й тим самим вони позбавляються рівного доступу до тих благ, які мають усі люди, в тому числі, і до можливості одягатися зручно, модно і красиво. Аналіз вітчизняного ринку показав, що наявність великої кількості людей з особливими потребами зумовлює необхідність виробництва спеціально прилаштованого одягу та предметів догляду із текстилю, які сприятимуть вирішенню частини їх побутових проблем, самообслуговуванню, а також залученню до повноцінної суспільно-корисної праці. Проблема проектування одягу для інвалідів недостатньо вивчена, відсутня науково обґрунтована методика конфекціювання матеріалів для ергономічних, прилаштованих до умов експлуатації текстильних виробів даного призначення. Одяг, який використовується, найчастіше не виконує функції нівелювання наслідків інвалідності та не забезпечує комфортності у користуванні. Розробка адаптаційного одягу, який може бути віднесений до швейних виробів категорії «Екіпіровка та засоби реабілітації, призначені для полегшення переміщення інвалідів з порушенням мобільності», сприятиме підвищенню загального комфорту та психологічної адаптації.

Для уточнення вимог з метою подальшого їх врахування при проектуванні одягу і конфекціюванні матеріалів для його виготовлення нами було проведено опитування потенційних споживачів на базі Ірпінського

шпиталю у відділенні реабілітації хворих з наслідками травм і захворювань хребта і спинного мозку. Дослідження проводилися серед трьох груп респондентів - людей, що пересуваються на інвалідних візках (чоловіки середньої вікової групи, з обмеженою здатністю до самообслуговування та самостійного пересування), осіб, що доглядають за ними і медичного персоналу. Форма дослідження – усне опитування з відкритими прямими і непрямими питаннями. У ході опитування виявилися пріоритети, які віддаються потенційними споживачами при визначенні загальних вимог до одягу, при виборі матеріалу, конструктивних особливостей та ін. У результаті опитування встановлено, що для людей з хворобами опорно-рухового апарату інвалідні крісла-коляски механічного типу, які приводяться в рух ободом коліс, є основним засобом для пересування по вулиці і всередині приміщення. Даний вибір обумовлений ціновими і габаритними характеристиками, зручністю при користуванні і ступенем зусиль, що докладаються для переміщення. Експлуатація цих пристроїв зумовлює специфічний характер дій корпусом і руками при пересуванні, що робить некомфортним використання звичайного побутового одягу. Середній час безперервного перебування людини в інвалідному візку становить близько 15 годин в день.

Щоденна фізична активність є неодмінною умовою успішної реабілітації та підтримання здоров'я людей, які пересуваються за допомогою інвалідного візка, тому одним з найбільш затребуваних виробів є спортивний костюм. При відповіді на питання «Як часто Ви займаєтеся фізичною культурою і спортом» 68.4 % респондентів відповіли - щоденно, 21% іноді, 4.2% - дуже рідко, 6,4% - ніколи. Тобто, більшість із опитуваних постійно займається фізичною культурою і спортом, що дозволяє їм об'єктивно відповідати на подальші питання. Результати опитування засвідчили, що існуючі спортивні костюми для даної категорії споживачів не забезпечують зручності у користуванні, захисні (захист від переохолодження, перегріву та бактеріального зараження), комунікативні та сенсорні властивості, довговічність тощо. По комплектації одягу все групи респондентів виділили в якості пріоритетних для знаходження в приміщенні і для прогулянок комплекти, що складаються з куртки, фужайки і штанів. За гігієнічними властивостями у всіх групах респондентів перевагу віддано матеріалам з високим ступенем вологоємності і повітропроникності.

З огляду впливу кольору на психофізіологічний стан людини, до анкетування були включені питання щодо бажаних колірних рішень в

спортивному костюмі, результати якого (Рис.1) засвідчили перевагу сірого кольору, який обрали 45% опитуваних.

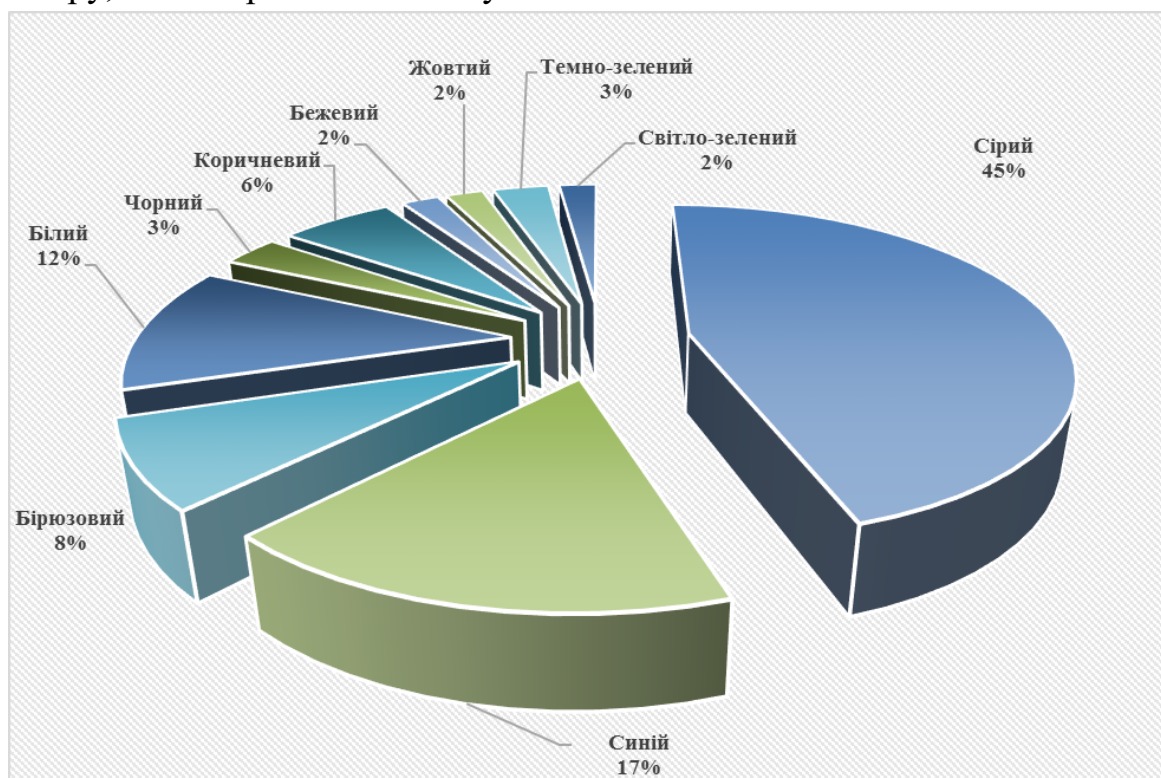


Рис. 1. Кольори тканин спортивного костюму, яким віддають перевагу опитувані

В результаті опитування визначено топографію локальних зон травмування шкірних покривів одягом, а також зони костюму, які при експлуатації в найбільшому ступені піддаються дії стирання і розтягування, підвищеного потовиділення. До них віднесені наступні ділянки: пройма - рукав (з боку спинки), нижня частина рукава від лінії низу до лінії ліктя і манжети, розриву піддається зона динамічної відповідності «пройма-рукав». У брюках відбувається стирання і забруднення передніх частин від лінії стегон до коліна, а також розрив крокового шва і шва сидіння. Присутній також тиск одягу на задню поверхню стегон, крижі і сідниці. Відзначено, що, зважаючи на довготривалий щоденний термін користування спортивним костюмом, а також на встановлену в результаті опитування середню частоту його очищення шляхом прання (прання раз на тиждень проводять 62% респондентів), для обґрунтованого вибору матеріалів також необхідно враховувати їх основні фактори зношування та зміну лінійних розмірів після волого-теплової обробки.

З урахуванням проведеного аналізу наукових публікацій та результатів проведеного опитування серед потенційних споживачів, порад і побажань

медичних працівників та осіб, що допомагають у догляді, нами розроблено реабілітаційний спортивний костюм для людей з травмами хребта, новизна якого підтверджена патентом [1]. Він відрізняється сучасним дизайном та максимальною прилаштованістю до умов експлуатації, розрахований як на самотійне одягання, так і на одягання при сторонній допомозі [2]. Штани повністю роз'єднуються по лінії стегон за допомогою застібок у вигляді кнопок, передня частина штанів в області сидіння виконана заниженою, а задня частина виконана завищеною, і до неї приєднаний за допомогою допоміжних текстильних застібок жорсткий корегуючий корсет, що фіксує положення хребта людини, по шаговій лінії розмішений прорізний вентиляційний отвір, оснащений тонким трикотажним сітчастим полотном, який регулюється за допомогою застібки-блискавки, кишені розташовані на штанах по лінії стегон і по лінії, що нижче колін мають текстильні застібки-блискавки, що робить їх зручними для доступу при переміщенні в сидячому положенні в інвалідному візку. Куртка виконана з розширеною нижньою частиною, передбачено можливість відстібання нижньої частини рукава за допомогою застібок-блискавок, по бокових лініях в області пройми переходячи на лінію рукава розташовуються прорізні вентиляційні отвори, затягнені тонким трикотажним сітчастим полотном для забезпечення клімат-контролю підодягового простору. До нововведень, реалізованих в запропонованому костюмі, можна також віднести те, що у місцях, де за рахунок постійного здавлювання на тілі створюються пролежні, передбачено розташування сорбуючих лікувальних аплікаційних накладок, які закріплюються у відповідних ділянках першого шару костюму за допомогою текстильних застібок [3]. Враховуючи можливі зміни погоди, в комплект до розробленого спортивного костюму включено утеплюючий жилет з автономним підігрівом (Рис. 2.б,в), який при силі току 2А і напруженні 5V забезпечує 3 рівня підігріву: 36, 40 і 45⁰С. Система нагрівальних пластин з еластичних вуглецевих волокон розташовується у пілочках і спинці. Живлення пластин здійснюється від гнучких сонячних батарей, які знаходяться у верхній частині спинки, в місці найбільшого потрапляння сонячного світла (Рис.2,б). Застосована система одягу зумовлює певну автономність знаходження людини в інвалідному візку, оскільки генерована сонячною батареєю енергія є достатньою як для підігріву одягу за допомогою нагрівальних елементів в жилеті, так і для підзарядки мобільного телефону, планшету, CD та DVD плеєрів, ліхтаря та інших мобільних електричних пристроїв за допомогою USB виходу (Рис.2,в).



Рис.2. Складові спортивного костюму для інвалідів-спинальників

За розробленою конструкцією було виготовлено експериментальний екземпляр універсального спортивного комплекту, який надано для дослідної експлуатації із здійсненням регулярного моніторингу ключових показників якості. Оцінка здійснювалася шляхом визначення в балах комфортності від експлуатації протягом досліду - тепловідчуття, відображення соматичного стану здоров'я шкіри людини після трьох місяців носіння, а також порівняльним аналізом зміни ряду експлуатаційних характеристик в результаті експлуатації упродовж року.

Список використаних джерел

1. Пожилов-Несміян Г. М., Іванов І. О., Супрун Н. П., Гаврусенко Н. Ф. «Реабілітаційний спортивний костюм для людей з травмами хребта (інвалідів-спинальників)» Патент на корисну модель №134987. Заявл.11.01.2019. Опубл.10.06.2019. Бюл.№11.
2. Супрун Н.П., Зубкова Л. І, Пожилов-Несміян Г. М., Ващенко Ю.О.. Розробка сучасного одягу для людей з інвалідністю. Індустрія моди. Fashion industry. 2019. № 2. С. 47-53.
3. Пожилов-Несміян Г.М., Супрун Н.П., Гірна Т.В. Розробка аплікаційних вкладок у швейні вироби для людей з інвалідністю. Вісник КНУТД. Серія Технічні науки. 2020. № 1 (142). С. 63-70.

Полятикіна Л. І.

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування

Ахтирцева Г. О.

ОС «Магістр» спеціальності «Облік і оподаткування»

Сумський національний аграрний університет м. Суми, Україна

ОЦІНКА В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Відображення господарських засобів, їх джерел та господарських процесів у грошовому виразі, тобто у вартісному вимірюванні, є особливістю бухгалтерського обліку, яка відрізняє його від інших видів обліку.

Засоби, процеси та явища, які підлягають вартісному вимірюванню, відображає бухгалтерський облік. З цією метою використовують такий елемент методу бухгалтерського обліку як оцінка. Можливість виразити майно, капітал та зобов'язання підприємства в єдиному грошовому вимірнику дає можливість раціонального управління процесом господарювання.

В умовах ринкових відносин найбільших змін зазнала оцінка як складова методу бухгалтерського обліку. Її функції суттєво розширились, урізноманітнилися методики та види розрахунку.

Оцінка – спосіб грошового вимірювання господарських засобів і джерел їх утворення, господарських процесів та їх результатів. Принципи оцінки майна в Україні регламентуються законодавством і обов'язкові для підприємств усіх форм власності. [1, с. 373]

Оцінка в бухгалтерському обліку необхідна у процесі господарської діяльності: при надходженні й вибутті активів; при виникненні прав і зобов'язань; при здійсненні таких операцій, як купівля-продаж, оренда майна, застава, страхування, інвестування, переоцінка активів тощо.

Функції оцінки вимагають використання двох видів оцінок - якісних і вартісних. Відповідно якісні оцінки забезпечують визначення критеріїв визнання об'єктів бухгалтерського обліку, інформаційне підґрунтя оцінки фінансового стану та оцінки менеджменту підприємства. Вартісні – вимірювання вартості об'єктів бухгалтерського обліку, а саме, активів, зобов'язань, капіталу, доходів, витрат та фінансових результатів. [2, с. 126]

Оцінка повинна здійснюватися своєчасно, щоб не втратити доцільність. Оцінка повинна забезпечувати порівняння об'єктів обліку в різні періоди часу з метою виявлення тенденцій зміни у фінансовому стані і фінансових результатах діяльності підприємства; враховувала господарське положення, не зупиняючись перед необхідністю облікових оцінок, що вже склалися за даними бухгалтерського обліку, якщо останні встановлюють відхилення від

тих або інших об'єктивних показників чи норм. [4, с. 224] Такими показниками можуть бути останні ціни ринку, реалізаційні і відновлені ціни.

Як один з елементів методу бухгалтерського обліку, важливість оцінки, визначається створенням передумов для виникнення і можливості використання наукового наряду такого, як економічний аналіз. В системі обліку з'являється можливість приведення результатів діяльності соціально відповідальних підприємств із фактів господарського життя в розрахункові фінансові показники, розробка їх планових і нормативних значень та можливість аналізу діяльності підприємства в цілому, лише завдяки вартісному вимірюванню. [3, с. 41]

Однією із найважливіших передумов для формування достовірної інформації системи бухгалтерського обліку, є здійснення оцінки об'єктів бухгалтерського обліку соціально відповідальних підприємств. Прийняття ефективних управлінських рішень сприяють сутність даних і відомостей, що підлягають розкриттю у бухгалтерській звітності.

Отже, загальноприйнятим принципом оцінки активів і зобов'язань в облікових стандартах стає оцінка за справедливою вартістю. Має бути кінцевою метою задоволення інформаційних потреб інвесторів, розкриття інформації у фінансовій звітності з метою залучення капіталу.

Список використаних джерел:

1. Бруханський Р. Ф. Б 89 Бухгалтерський облік : підруч. Тернопіль : ТНЕУ, 2016. 480 с.
2. Давидюк Т. В., Манойленко О. В., Ломаченко Т. І., Резніченко А. В. Бухгалтерський облік : навч. Посібник. Харків, Видавничий дім «Гельветика», 2016. 392 с.
3. Малюга Н. М., Пархоменко В. М. Бухгалтерський облік (загальна теорія): конспект лекцій в схемах і таблицях: Навчальний посібник. Київ: ТОВ «Видавництво «Консультант», 2017. 66 с.
4. Давидов Г. М., Савченко В. М., Пальчук О.В. та ін. Облікова політика: навч. посіб. Кропивницький: ПП «Ексклюзив-Систем», 2017. 362 с.

Полятикiна Л.І.

к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування

Гузь С.І.

магістр спеціальності «Облік і оподаткування»

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛЬНО-РЕВІЗІЙНОЇ РОБОТИ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

Функції бюджетних установ є різноманітними в сьогоdnішніх умовах діяльності. Особливістю функціонування бюджетних установ є те, що вона здійснюється за рахунок фінансування з місцевого та державного бюджетів. Метою їх діяльності є набуття передбачених планами та кошторисами показників, досягнення вказаних в статуті чи програмі фінансування функцій та завдань.

Нормативна база, що висвітлює питання діяльності бюджетних установ дуже різноманітна. До цих нормативних документів відносяться Конституція України, Господарський Кодекс, Цивільний Кодекс, Закон України «Про банки і банківську діяльність»; Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні», Закон України «Про державне регулювання ринку цінних паперів». Інструкції Національного Банку України «Про безготівкові розрахунки в господарському обороті України», «Про порядок відкриття, використання і закриття рахунків в національній та іноземній валютах» та ряд інших законодавчих нормативних документів [1].

В бюджетних установах організація обліку є системою контролю за наявністю та рухом активів. Вона побудована на прийнятих у міжнародній практиці принципах. Одночасно вона виконує управлінську, контрольну і інформаційну функції. Облік в бюджетних установах представляє собою особливий вид діяльності.

Бюджетний бухгалтерський облік формує систематичний контроль за рухом, внутрішнім обігом та застосовуванням активів, їх збереженням, підтримує удосконалення фінансово-господарської діяльності та розвитку суспільної сфери бюджетних установ.

Заклади бюджетного сектору, аналогічно до інших суб'єктів господарювання, відрізняються характерними особливостями. Практика має місце у наступних сферах: формування послуг соціально-культурного, наукового та іншого характеру. Провідною передумовою високоякісного, постійного та вчасного надання цих послуг є забезпеченість бюджетних

установ засобами праці, які являють собою окремий об'єкт бухгалтерського обліку.

Бухгалтерський облік відображає собою засади будови підприємства. Актуально певно схарактеризувати значення повної та достовірної інформації про фінансовий стан та наслідки діяльності виробництва при вирішенні повсякденних та далекосяжних планів.

При формулюванні суми збитків, що відшкодовуються винною особою, потрібно керуватися Порядком визначення суми збитків від розкрадання, недостачі, знищення (псування) матеріальних цінностей. Величина збитків від цих дій розраховується за балансовою оцінкою таких цінностей, але не менше 50 відсотків від балансової вартості при виявленні таких результатів, з урахуванням індексів інфляції та податків.

Вагомим організаційним питанням є закріплення виробничих активів за матеріально відповідальними особами. В цьому випадку з завідуючими складами та матеріально відповідальними особами в місцях зберігання формують договори про повну матеріальну відповідальність. Виняткову увагу в будові контролю за рухом потрібно присвятити реалізації безперервного контролю за їх вибуттям. При перевірці органами контролю на заклад можуть бути накладені штрафні санкції [2, с.11].

Аналітичний облік касових видатків формують по кожному поточному чи реєстраційному рахунку за кодом економічної класифікації. Регістром аналітичного обліку представлені картки аналітичного обліку касових видатків. Доцільно розглянути провідні шляхи удосконалення контролю державної установи за двома спрямуваннями: по-перше, внутрішній контроль – формування заходів щодо знаходження та попередження помилок, та їх виправлення, які пов'язані з видатками і доходами державної установи, по-друге, зовнішній контроль – виконання відповідними контролюючими органами державного аудиту та ревізій.

Контролюючий фінансовий орган в теперішніх умовах не може комплексно розв'язати питання шахрайства з державними ресурсами, розтрачанню державних коштів і відповідно мати позитивний вплив на оптимізацію бюджетного процесу та всебічний розвиток соціально-економічних зв'язків. Варто відзначити, що кількість зловживань та порушень, які пов'язано з державними ресурсами, щорічно не зменшується, незважаючи на проведення регулярних перевірок з фінансового контролю [3, с. 125].

Бюджетні установи уміють виконувати господарську діяльність. Вони включають надання послуг за кошти, виручку від оренди державного майна,

надходження не використовуваних установою основних засобів чи матеріалів та інше. Спеціальні кошти бюджетних установ привносяться також за рахунок наукової роботи за господарськими договорами. Останнім часом Міністерство фінансів України супроводжує міри щодо уніфікації бухгалтерського обліку бюджетних установ, а тому приймаються нормативні документи Міністерства фінансів спільно з Державним казначейством про використання положень (стандартів) бухгалтерського обліку [4, с. 191].

З метою збільшення рівня ефективності діяльності бюджетних та небюджетних неприбуткових організацій доцільно розв'язати низку важливих проблем, зокрема: уніфікувати методи визнання доходів і витрат у формах фінансової та податкової звітності; аргументувати механізм оподаткування результатів проведення операцій неосновної статутної діяльності; дослідити методи аналізу отриманого фінансування; врегулювати правове поле проведення контролю за ефективністю використання отриманих коштів [5].

Установи бюджетного сектору, подібно до інших суб'єктів господарювання, характеризуються певними особливостями. В основу їх діяльності покладено сфери: надання послуг соціально-культурного, наукового та іншого характеру. Найважливішою передумовою високоякісного, безперервного та своєчасного надання цих послуг є забезпеченість бюджетних установ засобами праці, які становлять окремий об'єкт бухгалтерського обліку.

Основою ефективної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання виступає чітко налагоджена система урахування і контролю. Незалежно від форми власності підприємства бухгалтерський облік є основою, що підтверджує юридичну і фінансову обґрунтованість дій підприємства, його взаємодії з органами державного керування і правопорядку та дотримання встановлених норм і правил.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі: Наказ міністерства фінансів УКРАЇНИ від 31.12.2013 № 1203 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14> (дата звернення: 06.03.2021р.)
2. Михайлов М.Г., Телегунь М.І., Славкова О.П. Бухгалтерський облік у бюджетних установах. Навчальний посібник.-К.: Центр учбової літератури, 2011. – 384 с.

3. Плаксієнко В.М., Назаренко І.М., Гаркуша С.А. Безпаперова бухгалтерія на підприємстві: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 252 с.

4. Писарчук О. В., Ковальова І.В. Особливості формування облікової політики бюджетних установ. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2010. Вип. 18(2). С. 189-195.

5. Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в державному секторі на період до 2025 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 20.06.2018 року №437-р. / Кабінет Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/437-2018-%D1%80> (дата звернення: 10.03.2021р.).

Полятикіна Л.І.

к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування

Ніколаєнко А.Л.

магістр спеціальності «Облік і оподаткування»

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

Нинішня потреба в оптимальних змінах загального процесу регулювання обліку та оподаткування результатів діяльності неприбуткових організацій зумовили необхідність реалізації демократичних принципів суспільного розвитку в Україні. Затвердженням Бюджетного кодексу України зумовило ріст вимог до обліку, контролю, аналізу використання бюджетного фінансування установами та організаціями. Це в свою чергу пов'язано з поетапним здійсненням програмно-цільового методу планування бюджетів. Доцільність розв'язання цих питань для розвитку неприбуткових організацій спричинили потребу у їх системному досліджуванні з урахуванням міжнародної практики та відзнак вітчизняного економічного розвитку[1, с. 129].

Особливістю бухгалтерського обліку виконання кошторису доходів і видатків бюджетних установ є те, що вони суттєво відрізняються від обліку господарської діяльності підприємств виробничої сфери. Це зумовлено самою специфікою їх діяльності. Перш за все вони працюють не заради отримання прибутку, а з метою задоволення соціальних, культурних та інших потреб суспільства. Робота цих установ фінансується за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів. Ці кошти надаються їм безповоротно.

Оскільки до бюджетної сфери належать установи різних галузей і видів діяльності, то це зумовлює необхідність враховувати специфіку їхньої діяльності.

В період з 2000 року в бюджетній сфері держави було зроблено значні зміни в організації обліку: заведено облік за новим планом рахунків, удосконалено облікові реєстри та форми звітності, трансформовано порядок закриття рахунків та складання звітності та інше. Це привело до необхідності спеціальної підготовки фахівців з обліку в бюджетних установах.

На сьогодні в державі складається сучасна прибуткова система, яка заснована на ринкових відносинах. В цій системі провідне місце в управлінні підприємством посідає сучасний бухгалтер.

Нинішні умови та особливості фінансово-господарської діяльності бюджетних установ, фінансування їх за кошти бюджету, формування позабюджетних коштів, покриття фактичних видатків і багато інших чинників визначили їх форму бухгалтерського обліку. Як впорядковану систему збирання, реєстрації та узагальнення інформації про майно та зобов'язання установи при допомозі безперервної та документальної реєстрації господарських операцій можна представити організацію бухгалтерського обліку в бюджетних установах.

Для кожної бюджетної установи ефективна та раціональна організація бухгалтерського обліку розпочинається з розроблення його облікової політики. Цей процес визначає обґрунтований вибір переліку прийомів та процедур структури та організації обліку з переліку загальноприйнятих державою.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» поняття облікової політики характеризує сукупність принципів, процедур та методів, які використовуються для складання та надання фінансової звітності до відповідних органів. Крім того облікова політика характеризує потрібні прийоми введення обліку в установі, з рахуванням конкретних умов його ведення.

Законодавчо встановлюються загальні правила бухгалтерського обліку в Україні. Окрім того, на будь-кому підприємстві, залежно від галузі господарства, умов роботи, кваліфікації персоналу, технічного забезпечення вони абстрагуються його обліковою політикою.[2, с. 201].

Функціонування системи бухгалтерського обліку характеризує уживання такої складової обліку як облікова політика. З досвіду обліку багатьох держав світу термін «облікова політика» застосовується тривалий час

і значить як сукупність прийомів організації обліку установою. В Україні можливість його вживання з'явилась з введенням Положення про організацію бухгалтерського обліку і звітності. За цим Положенням було визначено, що підприємства уміють самотужки узаконювати форму обліку, характеризувати методи його ведення, розробляти систему внутрішньогосподарського обліку, звітності й контролю тощо.

На сучасний період використання інформаційних технологій зостається проблематичним для підприємств сільськогосподарського напрямку. Враховуючи це з часом їх рівень піднесення значно знижується, що спричиняє занепад і зубожіння. Запровадження в практику автоматизованих систем обліку, сприятиме комплексному розв'язуванню задач не тільки по обліку, а й по прогнозуванню та моделюванню стану виробництва.[3, с. 308].

В угодах нинішньої економічної ситуації за сприянням сучасних комп'ютерних програм дозволено прорахувати, як за мінімальних витрат досягти максимальних прибутків, що є провідною метою діяльності будь-якого підприємства. Інформаційні технології даному випадку сприяють через маркетингову діяльність. Лише в гармонії неухильного поліпшення поточного виробництва і невтомного розшукуванню майбутніх вирішень, можна досягнути витривалого функціонування і піднесення підприємства. Таким чином, не далека перспектива за сучасними інформаційними технологіями.

Список використаних джерел

1.Акімова О. В., Гаврилюк Л. О. Проблеми бухгалтерського обліку в державному секторі в умовах модернізації. *Научный вестник ДГМА*. № 2. 2017. С. 127-132.

2.Писарчук О. В., Жулій С.В. Послідовність формування облікової політики бюджетної установи. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2011. Вип. 20(1). С. 199-204.

3.Бутинець Ф.Ф. Інформаційні системи бухгалтерського обліку: / Ф.Ф. Бутинець, С.В. Івахненко, Т.В. Давидюк, Т.В. Шахрайчук; за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця.// 2-е вид., перероб. і доп. Житомир: ПП «Рута», 2012. С. 303 – 310.

Пономаренко В.О.

викладач економічно-комерційних дисциплін, спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії,

Кухта К.О.

к.е.н., викладач обліково-фінансових дисциплін, методист, спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії,

*Відокремлений структурний підрозділ «Лубенський фінансово-економічний фаховий коледж Полтавського державного аграрного університету»,
м. Лубни, Україна*

ЯК ПРАВИЛЬНО ОФОРМИТИ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ДЛЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ?

Інтернет-торгівля набуває все більших темпів популярності. Що можна замовити і придбати через Інтернет? Дизельний електрогенератор? Без проблем! Кошик з продуктами на уїкенд? Будь ласка! В мережі безліч пропозицій від інтернет-магазинів, служб доставки та невеличких онлайн-магазинів, супермаркетів. І з кожним новим днем бізнес та споживачі все більше і більше занурюються у море можливостей та отримують все нові і нові пропозиції, які надає Інтернет та супутні цифрові технології. Чому б не долучитися до цього процесу?

Роздрібна і оптова торгівля сільськогосподарською продукцією тісно пов'язана з використанням сучасних інформаційних технологій. Поширення Інтернет-комерції суттєво вплинуло на способи продажу продукції фермерських господарств і невеличких сільськогосподарських підприємств.

Перед нами постало питання – як правильно оформити Інтернет-магазин для продажу товарів в Україні? Адже торгівля через Інтернет це не тільки замовлення і запуск сайту Інтернет-магазину. Це, передусім, юридично правильне оформлення роботи бізнесу – від моменту реєстрації до продажу товару кінцевому споживачу.

Важливою складовою сайту, яка залучає клієнтів і партнерів, є зовнішній вигляд. Якісний, пророблений дизайн сайту допомагає вирішити більшість завдань бізнесу.

Крім того, дизайн сайту є візитною карткою компанії. Клієнт бачить зручну візуальну складову, яка дозволяє швидко і просто зробити замовлення. «Хорошоп» - це сучасна платформа і комплекс послуг із запуску інтернет-магазинів.

Успішний сайт виконує такі завдання:

- Товари та послуги успішно реалізуються;
- Web-сторінка залучає нових клієнтів і партнерів;
- Клієнти, які звернулися вперше, стають постійними;
- Сайт формує власний бренд;
- Впізнаваність компанії підвищується;
- Конкурентоспроможність підвищується.

Залежно від індивідуальних побажань клієнта, створюючи сайт можна зробити упор як на зовнішню складову, так і на внутрішній зміст. Індивідуальний підхід до кожного клієнта гарантує створення якісних сайтів. Перед початком роботи фірма проводить аналіз цільової аудиторії і потреб компанії замовника.

У «Хорошоп» є реалізована інтеграція з багатьма популярними сервісами, необхідними для автоматизації процесів бізнесу: маркетплейсами, сервісами оплати, службами доставки, обліковими системами, CRM, 1 С та інші.

Перейдемо також до наступної платформи, яка має можливість самостійно допомогти розробити різні інтернет продукти для збуту товарів та послуг. Тепер кожен хто має пристрасть до улюбленої справи може створити свій сайт для бізнесу, лендінгу, інтернет-магазин або редакторський спецпроект. Спеціальна програма «Тільда» допоможе це зробити швидко і легко.

У процесі створення сайту потрібно тільки зосередитись на контенті, адже вже все продумано про його подачу на сторінці створення. У кожен блок на «Тільда» закладені гармонійні пропорції, зручна ширина рядка, розмір шрифту, комбінації заголовків, що спрощують читання тексту.

Навіть новачку пройшовши навчання по відеоуроку може легко створити свій власний проект використовуючи готові шаблони або спеціальні блоки для інтернет-комерції. Обирається спосіб прийому платежів: оплата картою, мобільним телефоном, Яндекс, грошима або через PayPal. Дані про замовлення будуть приходити на пошту, в GoogleDrive або в CRM. Створити інтернет-магазин просто за кілька годин.

«Тільда» - хороший інструмент, який дозволяє створювати сайти за пару хвилин без спеціальних знань в даній області. Для створення сторінки необов'язково бути програмістом або верстальником, досить уявляти собі, яким ти хочеш бачити свій сайт. Платформа дозволяє створювати і змінювати лендінги швидко, просто і зручно.

Характерні ознаки інтернет-магазину:

- 1) Ви (Ваш суб'єкт господарювання) виступаєте продавцем товарів;
- 2) Ваш клієнт, зазвичай, є кінцевим споживачем. Хоча, слід визнати, що торгівля через інтернет-магазини – це не завжди роздрібна торгівля. Нерідко Вашими покупцями будуть інші суб'єкти господарювання.

Чим відрізняється маркетплейси у чому юридична особливність їх оформлення? Маркетплейс – це цифровий майданчик, де свою продукцію розміщують інші суб'єкти господарювання, а Ви лише є адміністратором. Відповідно, власник маркетплейсу це не продавець продукції (хоча існують

поодинокі приклади виключень з цього правила). Власник маркетплейсу виступає адміністратором веб-ресурсу, через який продавці розміщують інформацію про товар, способи оплати і доставки, договір оферти, політику конфіденційності. найважливішим цифровим документом є публічна оферта.

Згідно з ч. 1 і 2 ст. 633 Цивільного Кодексу України, публічний договір – це договір, в якому одна сторона взяла на себе обов’язок здійснювати надання послуг кожному, хто до неї звернеться. Умови публічного договору встановлюються однаковими для всіх споживачів.

Публічна оферта – пропозиція суб’єкта господарювання, адресована будь-якій особі у відповідності зі статтею 633 Цивільного кодексу України, спрямована невизначеному колу осіб, укласти з ним договір про надання послуги на умовах, що містяться в публічній оферті.

Закони і нормативно-правові акти, якими слід керуватися власникам інтернет-магазинів і маркетплейсів:

- **Цивільний кодекс України** містить важливі норми, які стосуються публічних оферт – договорів приєднання та публічних угод. Регулює питання оформлення і захисту прав інтелектуальної власності (логотип, сайт маркетплейсу або Інтернет-магазину, знак для товарів і послуг) [1].

- **Господарський кодекс України** визначає організаційно-правові форми ведення бізнесу та способи договірного оформлення відносин з контрагентами, наприклад, вендорами товарів [2].

- **Податковий кодекс України** допоможе у виборі системи оподаткування і подання податкової звітності [3].

- **Закон України «Про авторське право і суміжні права»** потрібний на етапі розробки сайту Інтернет-магазину і оформлення майнових прав інтелектуальної власності на нього [4].

- **Закон України «Про захист персональних даних»** стане в нагоді про порядок збору і обробки персональних даних клієнтів і відвідувачів сайту Інтернет-магазину чи маркетплейсу [5].

- **Закон України «Про захист прав споживачів»** допоможе в частині забезпечення прав і гарантій клієнтів інтернет-магазинів [6].

Для вірного оформлення Інтернет-магазину для продажу товарів в Україні необхідно перевірити себе з правилами встановленими цими та іншими нормативно-правовими актами або доручити цю роботу юристу. Такий підхід гарантує відсутність суперечок з податковою, Держпродспоживслужбою і Вашими клієнтами.

Список використаних джерел

1. Цивільний кодекс України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення 05.03.2021 р.)
2. Господарський кодекс України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення 05.03.2021 р.)
3. Податковий кодекс України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення 05.03.2021 р.)
4. Закон України «Про авторське право і суміжні права» № 3792-XII від 14.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text> (дата звернення 05.03.2021 р.)
5. Закон України «Про захист персональних даних» № 2297-VI від 20.03.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text> (дата звернення 05.03.2021 р.)
6. Закон України «Про захист прав споживачів» № 1023-XII від 16.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення 05.03.2021 р.)

Похиленко Н.М.,
к.е.н., старший науковий співробітник відділу організації менеджменту,
публічного управління та адміністрування
ННЦ «Інститут аграрної економіки»
м. Київ, Україна

ШЛЯХИ РОЗБУДОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ СИСТЕМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ДОРАДНИЦТВА В УКРАЇНІ

Нині триває процес формування інформаційного суспільства, серед учасників якого інтенсивно здійснюється цифровізація економічних відносин. Це забезпечує глобалізацію економічних процесів та сприяє процесам інтеграції організацій до єдиного світового цифрового ринку, що вимагає забезпечення доступу до вільних потоків знань, гнучкості та збільшення темпів праці [1, с. 71-73]. В цьому контексті розбудова національної системи сільськогосподарського дорадництва як частини системи сільськогосподарських знань та інновацій (Agricultural Knowledge and Innovation System) довкола інтелектуальних потреб виробників сільськогосподарської продукції та розвитку підприємницької активності

сільського населення виступає запорукою доступу широкого кола учасників до інноваційних рішень, в тому числі щодо застосування нових технологій і засобів виробництва продовольства, організації комунікаційних зв'язків з постійним обміном інформацією і знаннями та сприяння змінам практик господарювання.

Однак, низький рівень фінансової стійкості сільськогосподарської дорадчої діяльності в комплексі з невирішеними організаційними, правовими та психологічними проблемами перешкоджають розбудові мережі осередків сільськогосподарських дорадчих служб в Україні. Низький рівень впізнаваності суб'єктів сільськогосподарської діяльності та доходів цільової аудиторії мінімізують спроможність останніх оплачувати комерційні дорадчі послуги, а започатковане з 2007 року фінансування соціально спрямованих

Декларативність підтримки ідеї створення державної системи сільськогосподарського дорадництва організаційна структура, якої б мала забезпечити охоплення в загальнодержавному масштабі, а фінансова дієвість мала б забезпечуватись через утримання з державного бюджету [3, 4] вимагає пошуку нових шляхів розбудови інституційної бази національної

Тому, пропонуємо розбудовувати національну систему сільськогосподарського дорадництва в Україні на двох рівнях за схемою «знизу-вверх». Основою її інституційної бази на первинному рівні мають виступити «Школи фермерства» на базі ОТГ та «Школи підприємництва» на базі відокремлених підрозділів ВНЗ аграрного спрямування, організовані за командним підходом до побудови організаційної структури. Натомість, на вторинному рівні мають розбудовуватись організаційні структури наявних і створюваних сільськогосподарських дорадчих служб за мережевим підходом в використанні системи бінарного дорадництва [5]. Підвищення рівня довіри між первинним і вторинним рівнями може бути досягнуто через їх координацію загальнонаціональною громадською організацією (НАСДСУ).

Функціонування системи первинної дорадчої допомоги має передбачати доєднання концепцій сталого розвитку, де діяльність агропромислового виробництва гармонійно узгоджується з соціально-екологічними викликами сільських територій, інтерактивного навчання на основі спільного з дослідниками напрацювання інноваційних продуктів та розвитку суспільства через спонукання сільського населення до ініціативності та лідерства.

Первинна дорадча допомога має реалізовуватись спільно суб'єктами сільськогосподарської дорадчої діяльності та суб'єктами господарювання, які здійснюють діяльність у сільській місцевості в аграрній та пов'язаній з нею сферах. Метою діяльності «Школи фермерства» є формування спроможності фермерів аналізувати їх виробничі системи для визначення стримуючих факторів їх розвитку, перевіряти можливі варіанти усунення проблем та заохочувати учасників навчання застосовувати найбільш адаптовані до місцевих умов практики господарювання на основі порівняння традиційних та нових технологій сталого землекористування. Їх основна увага має зосередитись на питаннях управління, в тому числі щодо формування виробничих груп з виходу на нові ринки збуту через кооперування чи кластеризацію, а також організації надання інформації відповідно до виробничих потреб господарств, правової та організаційної підтримки їх діяльності.

Діяльність «Школи фермерства» пропонуємо регулювати контрактними відносинами між органами місцевого самоврядування як замовниками соціально спрямованих дорадчих послуг з однієї сторони та суб'єктами сільськогосподарської дорадчої діяльності як їх виконавцями з іншої. Мінімальний термін дії такого контракту не може бути менше ніж 7 років. Фінансова стійкість «Школи фермерства» забезпечується через диверсифікацію джерел фінансування з Державного бюджету, бюджетів ОТГ коштів, суб'єктів господарювання (споживачів дорадчих послуг). Так, інвестиційні витрати на створення «Шкіл фермерства» мають бути розподілені між Державним бюджетом (50%) та бюджетами ОТГ (50%). А операційні витрати мають забезпечуватись з Державного бюджету (40%) та бюджетами ОТГ (40%) в частині фінансування соціально спрямованих дорадчих послуг, а також коштів суб'єктів господарювання (10%) в частині фінансування комерційних дорадчих послуг та часткової компенсації вартості соціально спрямованих дорадчих послуг (10%).

З метою сприяння розвитку соціально-психологічної та професійної компетентності сільської молоді (напр., навичок креативного мислення, управління інформацією, уміння формувати власну думку і прийняття оптимальних рішень, самопрезентації, ведення переговорів, тощо) через культивування цінності дбайливого ставлення до довкілля, органічного виробництва та циклічності використання наявних ресурсів на базі відокремлених підрозділів вищих навчальних закладів (далі – ВНЗ) аграрного спрямування створити «Школи підприємництва».

На другому рівні систему сільськогосподарського дорадництва мають формувати науково-технічний і кадровий потенціал державних установ аграрної науки на основі використання цифрових технологій консультування (на базі платформи бінарного дорадництва). Метою її діяльності є популяризація ефективних практик виробництва сільськогосподарської продукції, комерціалізація інноваційних продуктів, аналітичні дослідження ринкових тенденцій, розвиток навиків управління бізнесом та сприяння розвитку аналітичних здібностей сільськогосподарських товаровиробників, в тому числі сільського населення, відносно раціонального використання наявних ресурсів. З дотриманням норм Закону України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» в системі НААН необхідно створити:

- регіональні державні сільськогосподарські дорадчі служби з відокремленими підрозділами у територіальних громадах в складі регіональних державних наукових установ аграрної науки або/і вищих навчальних закладів аграрної;
- спеціалізовані державні сільськогосподарські дорадчі служби в складі галузових державних наукових установ аграрної науки;
- Національний центр сільськогосподарського дорадництва в складі НААН з завданнями методичного забезпечення діяльності державної, громадської та приватної складових національної системи сільськогосподарського дорадництва та координації діяльності регіональних та галузових наукових установ аграрної науки з одного боку та суб'єктами сільськогосподарської дорадчої діяльності, що діють як неурядові організації з іншого.

Ключову увагу в процесі розбудови інституційної бази національної системи сільськогосподарського дорадництва слід приділити системі підготовки кадрів, забезпеченні оперативного обміну знаннями та відкритості інформації, в тому числі фінансової, створенні механізмів матеріального та нематеріального стимулювання праці, що має забезпечити створення сприятливих умов формування самоврядних робочих команд для оперативного вирішення організаційних питань, швидкого і творчого реагування на виникаючі загрози і відкриті можливості.

Список використаних джерел

1. Дафт Р. «Менеджмент» / Ричард Л. Дафт М.:Питер, 2009.

2. Похиленко Н. М., Корінець Р. Я. Фінансування системи сільськогосподарського дорадництва. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 23. С. 109-115.

3. Похиленко Н.М. Організація системи сільськогосподарського дорадництва в Україні : автореф. дис.. на здобуття наук.ступеня кан-та економ.наук : 08.00.03. Київ, 2019. 18 с.

4. Концепція (проект) та техніко-економічне обґрунтування створення Державної системи сільськогосподарського дорадництва в Україні / І. М. Синявська, Р. М. Шмідт, М. Ф. Кропивко, Л. А. Ставнича, С. В. Шмідт, Н. М. Похиленко; за ред. М. Ф. Кропивка. К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки НААН України», 2010. 59 с.

5. Бакун Ю.О., Сапіян С.П. Шляхи цифрової трансформації сільськогосподарського дорадництва в Україні. *Економіка АПК*. 2020. №4. С. 80-93

7. Jose Rene C. Gayo A new paradigm for agricultural extension. INQUIRER.net. URL: <http://business.inquirer.net/72689/a-new-paradigm-for-agricultural-extension>

8. Hagiwara, T., Ogawa, Sh., Kariuki, P. M., Ndeti, J. N. and Kimondo, J. M. (2011) Key Principles of Farmer Field School. *Farmer Field School Implementation Guide FARM FORESTRY AND LIVELIHOOD DEVELOPMENT* (pp. 25-39). FAO, Rome, Italy: Viale delle Terme di Caracalla. URL: <http://www.fao.org/3/i2561e/i2561e.pdf>

Прокопишин О.С.

к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування, доцент,

Хлібун С.І.

здобувач вищої освіти СВО бакалавр, ОП облік і оподаткування

Львівський національний аграрний університет

м. Львів-Дубляни, Україна

ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ ДЛЯ УКРАЇНИ ЯК СПОСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ

Базові національні інтереси та геополітичні пріоритети – основа для формування стратегічних завдань і цілей зовнішньополітичного курсу України. На сьогодні це розвиток України як незалежної держави разом із збереженням національних цінностей, соціально-культурної ідентичності, забезпеченням економічної безпеки та політичного суверенітету. Реалізація цього базового національного інтересу – важлива передумова гарантування

безпеки, добробуту, соціального й культурного прогресу для всіх громадян України.

Укріплення державного суверенітету України у площині зовнішньої політики означає повноцінне представлення нашої держави в межах світового цивілізаційного простору як активного суб'єкта геополітики. Це можливо за умови розвитку динамічного діалогу країни з іншими державами, що базуватиметься на дотриманні норм та принципів міжнародного права, взаємовигідній співпраці, розумінні державою суті її національних інтересів.

Актуальне також питання становлення дружніх, партнерських відносин між ЄС та Україною, адже Європейський Союз – активний актор у сучасному геополітичному просторі. Геополітичне майбутнє європейського проєкту та його роль у світовій політиці передусім залежать від ефективності співпраці з країнами та регіонами – безпосередніми сусідами Євросоюзу. Отож, співпраця між Україною та ЄС має велике значення для обох сторін [1].

Правова основа відносин між Україною та ЄС – Угода про партнерство та співробітництво від 14 червня 1994 р. (набула чинності 1 березня 1998 р.), що започаткувала співробітництво з широкого кола політичних, торговельно-економічних та гуманітарних питань. Крім того, укладено низку галузевих угод та документів міжнародно-правового характеру, згідно з якими здійснюється співробітництво між Україною та ЄС [2].

Європейський вибір відкриває нові перспективи для співпраці України з розвиненими країнами континенту, економічного розвитку, соціального й інтелектуального прогресу, зміцнення позицій держави в міжнародній системі координат. Відтак, для України європейська інтеграція – це шлях модернізації економіки, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, підвищення конкурентоспроможності українського товаровиробника, можливість виходу на єдиний внутрішній ринок ЄС. У політичному аспекті європейська інтеграція детермінує модернізацію правового поля української держави, демократизацію її політичної та інституціональної систем. Співпраця з ЄС сприятиме наближенню соціальних умов України до високих європейських стандартів, підвищенню рівня життя. У культурно-цивілізаційному аспекті євроінтеграція – шлях до активізації взаємообміну між українською й західноєвропейською гуманістичною культурами, одночасне становлення України як інтегрованої частки глобального суспільства, так і національної держави [3].

Державна політика України у сфері Європейської інтеграції почала формуватися з проголошенням незалежності. Європейський Союз визнав

створення нашої держави одною з найважливіших подій в історії сучасної Європи та підтримав незалежність, територіальну цілісність і суверенітет країни у своєму плані дій для України, розробленому в той час [4, с. 6].

Дороговказом внутрішніх реформ стала Угода про асоціацію з ЄС, яка набула чинності 2017р. Хоча є й чимало внутрішніх проблем, що сповільнюють проєвропейські реформи [5].

До позитивних наслідків вступу України до ЄС можна віднести:

- політичні: участь у європейській колективній безпеці та гарантування, за її допомогою, територіальної недоторканості України;
- економічні: макроекономічна стабільність, нові ринки збуту для українських товарів та додаткові інвестиції в українську економіку, надання субсидій деградуєчному сільському господарству, зменшення митних тарифів та отримання позитивного сальдо торговельного балансу;
- соціальні: ефективний захист прав людини в інституціях ЄС, відкриття кордонів для вільного пересування населення та розширення можливостей для освіти, роботи й відпочинку, забезпечення високого рівня життя населення;
- культурні (ідеологічні): широкий доступ до інформаційного потенціалу ЄС.

Основними перевагами вступу України до ЄС є також: стабільність політичної системи та адаптація національного законодавства із законодавством ЄС, реформування недієздатного національного судочинства; забезпечення розвитку середнього й малого бізнесу, впровадження стандартів ЄС у виробництві, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств; реформування освіти, охорони здоров'я тощо.

До негативних наслідків вступу України в ЄС можна віднести:

- політичні: небезпека втягнення України в конфлікт цивілізацій між Заходом і мусульманським світом;
- економічні: можливе переміщення до України шкідливих виробництв; втрата конкурентоспроможності певних галузей, складність переходу на європейський рівень цін; ускладнення візового режиму зі східними сусідами;
- соціальні: поглиблення демографічного спаду, проблема незаконної міграції та відтоку кадрів;
- культурні (ідеологічні): спад духовності; розмивання національної самобутності України;
- політичні: часткова втрата суверенітету, невизначеність стратегії розвитку ЄС, погіршення відносин з країнами СНД та іншими країнами;

Отож, входження до Європейського Союзу – логічний наслідок прагнення України до розбудови демократичного суспільства, обумовлений сучасними реаліями та вимогами об'єктивних суспільно-економічних і політичних законів розвитку [6].

Вагомий внесок в інформування громадськості з питань європейської інтеграції роблять Представництво Європейського Союзу в Україні, посольства країн-членів ЄС та неурядові громадські організації.

Європейська інтеграція України відповідає життєвим інтересам українського народу, оскільки зміцнює безпеку держави та позитивно впливає на відносини України з іншими державами, підвищує рівень гарантій політичної незалежності України, сприяє зміцненню міжнародного авторитету, створює передумови для повноцінної участі України в міжнародному розподілі праці та доступу до зовнішніх ринків, сприяє забезпеченню гарантій верховенства права, дотриманню прав людини, розвитку громадянського суспільства і демократії, побудові соціально орієнтованої ринкової економіки. Успішна реалізація державної політики європейської інтеграції можлива лише за умови її стабільної підтримки більшістю українського суспільства [2].

Україна сьогодні – пріоритетний партнер для Європейського Союзу. ЄС допомагає забезпечити стабільне, процвітаюче та демократичне майбутнє її громадян і незмінний у своїй підтримці незалежності, територіальної цілісності й суверенітету нашої держави. Україна реалізує амбітну програму реформ, спрямованих на прискорення економічного зростання та підвищення рівня життя її громадян: боротьба з корупцією, реформа судових органів, конституційна та виборча реформи, поліпшення ділового клімату й зростання енергоефективності, а також реформа державного управління й децентралізація. З 2014 року ЄС і європейські фінансові інститути виділили пакет допомоги в розмірі понад 15 млрд євро у вигляді грантів і кредитів на підтримку процесу реформ, але за суворої умови подальшого прогресу.

Шлях до європейської інтеграції привабливіший для України. Водночас поточна політична дійсність, пов'язана як із зовнішніми, так і з внутрішньополітичними чинниками, значно сповільнює рух держави в цей бік. Українсько-європейські відносини завжди були досить тісними. І це природне явище, адже Україна – частина європейської цивілізації як територіально, так і зі своїми історико-культурними цінностями. Нині Україна також є членом понад ста міжнародних організацій. Європейська інтеграція для нас означає водночас і спосіб модернізації економіки, і засіб залучення

іноземних інвестицій, важіль підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників та можливість виходу на єдиний внутрішній ринок ЄС. Та європейська інтеграція країни найважливіша з погляду її національної безпеки [7].

Список використаних джерел:

1. Гончаренко О. Н., Багатеренко А. О., Бакал К. В., Винокурова А. І. Проблеми та перспективи європейської інтеграції України. URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/viewFile/5915/6665>
2. Європейська інтеграція України. URL: <https://www.kristti.com.ua/karta-sajtu-2/mizhnarodna-diyalnist/evropejska-integratsiya-ukrayiny/>
3. Осадча Н. В. Характеристика процесу інтеграції України до Європейського Союзу (ЄС). *Економічний вісник Донбасу*. 2011. № 3 (25). С. 71-81.
4. Палаганюк Ю. В. Державна євроінтеграційна політика України: теорія, методологія, механізми : монографія. Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2014. 392 с.
5. Якименко Ю., Пашков М. Україна на шляху до ЄС: оцінки, думки і сподівання громадян. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/ukraina-na-shliakhu-do-yes-otsinky-dumky-i-spodivannia-hromadian>
6. Камінська Н. В., Свиридюк С. Вступ України до європейського союзу: переваги та перспективи. URL: http://elar.naiu.kiev.ua/bitstream/123456789/7065/1/%D0%90%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%B%D0%B5%D0%BC%D0%B8%20%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%B8_p068-070.pdf
7. Хевцуріані А. Т. Основні позитивні та негативні риси євроінтеграції України. URL: <https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/8843>

Прасолов Є.Я.

к.т.н., професор кафедри безпеки життєдіяльності, доцент

Якименко Д.І.

здобувач вищої освіти 4 курсу ІТФ

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОХОРОНИ ОБ'ЄКТІВ БІОТЕХНОЛОГІЙ

Одним із недостатньо досліджених та нормативно врегульованих аспектів правовідносин в сфері інтелектуальної власності є охорона об'єктів біотехнологій. Біотехнологія вивчає методи отримання корисних для людини

речовин і продуктів у керованих умовах, використовуючи мікроорганізми, клітини тварин і рослин, або ізольовані від клітин біологічні структури. В умовах ринкової економіки і конкурентної боротьби витрати на створення біотехнологічних розробок можуть бути компенсовані патентною охороною, що гарантує правовласнику отримання прибутку за рахунок надання виключного права на використання винаходу [1]. Тому існує зацікавленість у надійній правовій охороні результатів досліджень в даній галузі.

Таким чином, дослідження принципів правової охорони сільськогосподарських об'єктів біотехнологій, міжнародного співробітництва та іноземного досвіду в цій сфері є актуальним та необхідним для інноваційного розвитку наукової та виробничої сфери в аграрному секторі.

Мета досліджень - розробка пропозицій по вдосконаленню та гармонізації національного законодавства з охорони сільськогосподарських об'єктів біотехнологій, шляхом вивчення міжнародного та національного досвіду.

Об'єкти біотехнологій є результатом творчої, науково-дослідної роботи людини, тому умовою подальшого розвитку цієї галузі є забезпечення охорони прав інтелектуальної власності творців нових технологій. Проте, з огляду на «молодість» галузі біотехнологій, багато питань правої охорони результатів її діяльності перебувають на стадії становлення.

Розглянемо селекційні досягнення (сорти рослин і породи тварин), які є об'єктами права інтелектуальної власності згідно ст.420 ЦКУ. Слід відмітити, що всі нормативно-правові положення стосуються обох об'єктів у рівній мірі, навіть стосовно формулювання «якщо інше не встановлено законом». При цьому, в національному законодавстві існує Закон України «Про охорону прав на сорти рослин», але не існує аналогічного для порід тварин і автору не відомі відомості про розробку проекту такого законодавчого акту.

Проаналізуємо нормативно-правові положення щодо охорони прав на селекційні досягнення в Україні. Ст. 485 ЦКУ [1] визначає три види прав інтелектуальної власності на сорти рослин та породи тварин: особисті немайнові права засвідчені державною реєстрацією; майнові права інтелектуальної власності засвідчені патентом; майнове право інтелектуальної власності засвідчене державною реєстрацією на поширення сорту. При цьому, згідно ЗУ «Про охорону прав на сорти рослин», в ст. 37, п.4, особисте немайнове право автора, на його вимогу, засвідчується свідоцтвом про авторство на сорт рослин. З цього випливає, що при набутті прав на сорт

відповідний суб'єкт права може отримати від одного до трьох охоронних документів, які в різній ступені визначають його права інтелектуальної власності.

Центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони прав на сорти рослин є Міністерство аграрної політики та продовольства України, а уповноваженим органом є Державна служба з охорони прав на сорти рослин. Таким чином, набуття прав інтелектуальної власності в Україні на сорти рослин має певну законодавчо-нормативну базу та інститути державного регулювання правовідносин в цій сфері. Питання охорони прав на породи тварин на сьогодні залишається відкритим. Таким чином, існує необхідність дослідження положень національного законодавства та його гармонізації з міжнародними нормативно-правовими актами в сфері охорони об'єктів біотехнологій, зокрема охорони прав на породи тварин.

Початок міжнародно-правового регулювання правовідносин в сфері селекційної діяльності було закладено в кінці XIX ст. прийняттям Паризької конвенції з охорони промислової власності від 20 березня 1883. Згідно з п. 3 ст. 1 Конвенції, термін промислова власність мав широкий зміст і поряд з торгівлею та промисловістю включав сферу сільськогосподарського виробництва, зокрема сорти сільськогосподарських культур. Однак, положень Паризької конвенції виявилися недостатньо для врегулювання правовідносин в сфері селекційної діяльності, що зумовило прийняття 2 грудня 1961 в Парижі Міжнародної конвенції з охорони нових сортів рослин (далі – Конвенція УПОВ), що є важливим інструментом міжнародного співробітництва в галузі захисту і охорони прав селекціонерів. На відміну від нових сортів рослин, історично охоронюваних в рамках Конвенції УПОВ, для нових порід тварин такої системи охорони досі не створено. Ряд країн (Індія, Франція та Кенія) заявляють про їх принципову непатентоспроможність. В деяких країнах існує патентна форма охорони нових порід тварин, здійснювана на загальних підставах, в інших – патентування не вирішується, але є форми охорони нових порід тварин, подібні з охороною нових сортів рослин. В даний час склався комплекс міжнародно-правових угод, що регулюють питання правової охорони тільки нових сортів рослин як результату селекційної діяльності. На міжнародному рівні не існує єдиного підходу щодо правової охорони нових порід тварин [2].

На пострадянському просторі селекційна діяльність врегульована в рамках Співдружності Незалежних Держав (далі - СНД) і у більшості зводиться тільки до правової охорони сортів рослин.

Республіка Казахстан відноситься до країн, яка здійснює охорону порід тварин як об'єктів селекційних досягнень. Закон про охорону селекційних досягнень від 13 липня 1999 року №422-1 визначає правові, економічні і організаційні основи діяльності в області селекційних досягнень. Спеціальне законодавство Республіки Казахстан забезпечує охорону порід тварин - об'єктів селекційних досягнень. Відмітним є монопольне майнове право держави на результати селекційної діяльності, що є застарілим і не відповідає сучасним принципам інтелектуальної власності. Проте, на відміну від українського законодавства механізм охорони прав на породи тварин існує.

Найбільш вдалою системою охорони селекційних досягнень країн колишнього Радянського Союзу, володіє Російська Федерація. Федеральний закон від 18.12.2006 № 231-ФЗ (ред. від 2.07.2013) «Про введення в дію частини четвертої Цивільного кодексу Російської Федерації» скасував Закон РФ від 6.08.1993 № 5605-1 «Про селекційні досягнення», об'єднавши всі поправки, закон є достатньо прогресивним і забезпечує комплексну систему охорони прав на селекційні досягнення. Завдяки чітко сформульованим та законодавчо закріпленим пільгам авторів селекційних досягнень, патентовласників та ліцензіатів забезпечується стимулювання селекційної діяльності в галузі тваринництва та рослинництва. Проаналізований законотворчий досвід країн пострадянського простору підтверджує можливість та необхідність створення національної системи охорони прав на селекційні досягнення в галузі тваринництва.

Положенням про Державний реєстр селекційних досягнень в тваринництві, затвердженого наказом Міністерства аграрної політики та продовольства України №385 від 2.07.2012 р., встановлюється порядок державної реєстрації селекційних досягнень. Державний реєстр селекційних досягнень у тваринництві, в певній своїй частині містить відомості щодо породи тварин, подібний до Державного реєстру сортів рослин в Україні. Проте, ведення такого реєстру не передбачає набуття прав інтелектуальної власності на породу тварин. Хоча деякі положення щодо проведення науково-технічної експертизи породи та засвідчення авторства наявні в цьому положенні. Тобто, створення Державного реєстру селекційних досягнень в тваринництві є прогресивним кроком на шляху розробки системи Державної реєстрації та охорони порід тварин, як об'єкту інтелектуальної власності.

Розробка та впровадження Закону України «Про охорону прав на породи тварин». Це є оптимальним рішенням проблем сучасного стану правовідносин в сфері охорони прав на породи тварин, так, як ЦКУ вже визначає породу тварин, як повноцінний об'єкт інтелектуальної власності і створює умови для розробки відповідного законопроекту. Крім того, ЗУ «Про племінну справу в тваринництві» в ст.25 містить положення про визнання селекційного досягнення винаходом, що теж спонукає до розробки такого закону. В Україні вже сформований Державний реєстр селекційних досягнень в тваринництві, що створює передумови для формування системи охорони права породи тварин. Першочерговим завданням при створенні законопроекту щодо охорони прав є: визначення поняття «порода тварин», як об'єкту інтелектуальної власності; встановлення критеріїв та обсягів правової охорони; визначення складу, прав та обов'язків суб'єктів прав та форми та порядку набуття правової охорони на породи тварин; формування інституту державного управління.

При вирішенні поставлених завдань необхідно враховувати існуючі положення законодавства в сфері племінної справи в тваринництві, максимально наближувати нормативні положення до аналогічних у ЗУ «Про охорону прав на сорти рослин», що забезпечить відповідність гл. 42 ЦКУ. Також, обов'язковим є використання передового іноземного досвіду та гармонізації розроблюваних положень із міжнародною нормативно-законодавчою базою в сфері охорони прав на об'єкти біотехнологій.

Список використаних джерел

1. Беловол С.А., Прасолов Є.Я., Бочарова Я.А., Науковий твір «Правова охорона сільськогосподарських об'єктів біотехнологій», Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №54149 від 19 березня 2014 року
2. Беловол С.А., Прасолов Є.Я., Бочарова Я.А., Науковий твір «Особливості державного управління в сфері охорони прав на селекційні досягнення», Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №59009 від 25 березня 2015 року

Протасов В.В.,
викладач економічних дисциплін,
ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ»
м. Житомир, Україна

БІНАРНЕ ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ З БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ НА ТЕМУ «ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ»

При нині діючій педагогічній системі перериваються зв'язки не тільки між предметами, але і всередині тем однієї дисципліни. Здобувачі освітніх послуг, серед яких багато майбутніх підприємців, не бачать зв'язку теорії з практикою. Водночас саме бінарні заняття сприяють тому, щоб знання поставали взаємопов'язаними, формувалася діяльнісний підхід в навчанні, увиразнювалася практична значимість та застосовуваність набутих знань.

Методиці проведення бінарних занять присвячено роботи багатьох відомих педагогів: Т. Вахрушевої, І. Зязюна, Л. Пироженко, О. Пометун, А. Фасолі, В. Химинець та інших, але потребує додаткових досліджень проведення бінарних занять при підготовці фахівців обліково-економічних спеціальностей.

Метою роботи є розгляд деяких особливостей проведення бінарних практичних занять з бухгалтерського обліку та податкової системи при вивченні питань, пов'язаних з податком на додану вартість.

Бінарне заняття є проявом творчості двох педагогів, яка переростає у творчість студентів. Такий тип занять вимагає ґрунтовної підготовки всіх учасників освітнього процесу і проводиться для систематизації знань, формування переконань через поєднання предметів і є важливим етапом у формуванні світогляду студента, розвитку його мислення. Моделюються реальні ситуації обговорення теоретичних і практичних питань двома спеціалістами, наприклад представником двох різних наукових шкіл чи теоретиком і практиком. Наявність двох джерел змушує порівнювати різні точки зору, приймати якусь з них чи формувати власну [3, с. 120].

Для прикладу розглянемо бінарне практичне заняття з бухгалтерського обліку та податкової системи, яке можна провести при вивченні нарахування та сплати податку на додану вартість. Для ефективного проведення заняття для студентів складено робочий зошит зі змістом навчальних завдань, також наведено короткі теоретичні відомості. Особливістю його є те, що навчальні приклади, пов'язані з обліком податку на додану вартість, оформлені у вигляді таблиць, які містять зміст господарської операції, кореспонденцію рахунків та

суму. Завдяки цьому студенти бачать взаємозв'язок даної теми з бухгалтерським обліком та податковою системою, записи не дублюються та економиться час.

На організаційному етапі заняття викладачі повідомляють тему, мету заняття, розкривають міждисциплінарні зв'язки. З метою мотивації навчальної діяльності звертаємо увагу студентів на те, що податок на додану вартість відноситься до групи непрямих податків, є однією з форм універсальних акцизів, який включається до ціни товарів (робіт, послуг), стягується неодноразово, на кожному етапі проходження товарів. На сьогодні цей податок становить вагомую частку в доходах бюджету, тому його вважають одним із стабільних та надійних джерел поповнення доходної частини бюджету [1, с. 136].

На початку основного етапу заняття з метою актуалізації та корекції опорних знань проводимо опитування студентів. Питання стосуються податкового зобов'язання, податкового кредиту, кореспонденції рахунків. Викладач бухгалтерського обліку акцентує увагу на тому, що є облік податку на додану вартість є складним, що пов'язано з визначенням події платежу покупцем продукції, робіт та послуг. Податок на додану вартість розраховується за встановленою ставкою від бази оподаткування і включається в ціну товару. Якщо ж товар експортується за кордон, то такі операції оподатковуються за нульовою ставкою [2, с. 254]. Викладач податкової системи відповідно до Податкового Кодексу України наводить перелік платників податку, дає визначення бази оподаткування. Особлива увага звертається на операції, що є об'єктом оподаткування, які не є об'єктом оподаткування, які звільнені від оподаткування, також повідомляємо діючі ставки податку. Увагу студентів зосереджуємо на понятті податкової накладної, податкового зобов'язання та податкового кредиту, бюджетного відшкодування, звітного податкового періоду, строках подання декларації з податку на додану вартість та строках сплати податку до бюджету.

Викладач бухгалтерського обліку пропонує в робочих зошитах розглянути числові приклади по обліку податку на додану вартість. В наведених господарських операціях маємо декількох покупців та постачальників. Приклади складено за три перших місяці року. При цьому в січні податкове зобов'язання більше, ніж податковий кредит, тому в лютому платимо податок на додану вартість за січень. В лютому податкове зобов'язання менше, ніж податковий кредит, тому виникає переплата з податку на додану вартість, березні податок за лютий не платимо. В березні

податкове зобов'язання більше, ніж податковий кредит, також зараховуємо переоплату лютого, визначаємо суму податку на додану вартість, яку треба перерахувати за березень в квітні. Це є дуже важлива особливість даного заняття, коли студенти бачать послідовність та систематичність обліку податку на додану вартість.

Тому в робочих зошитах окремо за кожен місяць розглядаємо господарські операції по відвантаженню покупцям готової продукції, товарів та одержанню від них оплати. Також наведено господарські операції, в яких спочатку покупець нам перераховує попередню оплату, а потім ми відвантажуюмо йому продукцію, товари. Особлива увага викладачем податкової системи звертається на визначення податкового зобов'язання за першою подією. Студенти під керівництвом викладача бухгалтерського обліку визначають кореспонденцію рахунків та відповідні суми.

В робочих зошитах продовжуємо розгляд числових прикладів. Тепер маємо операції по одержанню від постачальників товарно-матеріальних цінностей, робіт, послуг та перерахуванню їм оплати. Також наведено господарські операції, в яких ми спочатку перераховуємо постачальникам попередню оплату, а потім одержуємо від них товарно-матеріальні цінності, роботи, послуги. Особлива увага викладачем податкової системи звертається на визначення податкового кредиту за першою подією. Також наведено господарські операції, пов'язані з підзвітними особами, які витрачають кошти на придбання для підприємства товарно-матеріальних цінностей та на відрядження. Студенти під керівництвом викладача бухгалтерського обліку визначають кореспонденцію рахунків та відповідні суми. Важливою особливістю заняття є також складання в робочих зошитах окремо за кожен місяць Головної книги по субрахунку «Податок на додану вартість». Студенти пізніше звіряють дані бухгалтерського обліку з податковими деклараціями.

Обов'язково слід заповнити звітність по податку на додану вартість. Викладач податкової системи пояснює особливості заповнення реєстрів виданих та отриманих податкових накладних. Під його керівництвом студенти, використовуючи інформацію про формування податкового зобов'язання, податкового кредиту, заповнюють реєстри за три місяці. Також заповнюємо додатки до декларації з розшифровкою контрагентів за ці три місяці. Викладач податкової системи пояснює порядок заповнення податкової декларації з податку на додану вартість, під його керівництвом студенти заповнюють її окремо за кожен місяць. Якщо є можливість можна заповнити бланки звітності, використовуючи комп'ютерні бухгалтерські програми.

Важливим етапом заняття є узагальнення та контроль знань. Для цього пропонуємо знайти помилки в розрахунках, установити відповідність між терміном та його значенням, тощо. На заключному етапі заняття підводимо підсумки, оголошуємо домашнє завдання.

Інтегровані заняття відповідають провідним тенденціям розвитку освіти, вносять новизну, оригінальність в педагогічний процес навчання студентів при вивченні ними обліково-економічних дисциплін, зокрема бухгалтерського обліку та податкової системи.

Список використаних джерел

1. Волохова І. С., Дубовик О. Ю., Слатвінська М. О. та ін. Податкова система: Навчальний посібник. Харків : Діса плюс, 2019. 402 с.
2. Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, Н. В. Гудзь та ін. Фінансовий облік : підруч. 4-те вид. доп. і перероб. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 451 с.
3. Фіцула М.М. Педагогіка вищої школи: Навч.посіб. Київ : Академвидав, 2006. 352 с.

Процюк Н.Ю.

к.е.н., викладач кафедри менеджменту освіти та педагогіки вищої школи
Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії
м. Хмельницький, Україна

Яснолоб І.О.

к.е.н., доцент кафедри підприємництва і права, доцент,

Черненко К.В.

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
доцент,
Полтавський державний аграрний університет,
м. Полтава, Україна

УПРАВЛІНСЬКЕ РІШЕННЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ КОМПОНЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

Обмеженість виробничих ресурсів і необхідність оперативного реагування на нестабільність ринкових умов призводять до ускладнення підходів до управління господарськими операціями на підприємствах агропродовольчої сфери, виявляють необхідність оптимізації їх виробничих потужностей, а також вимагають прискорення процесів збору, обробки та обміну кон'юнктурної інформацією. На основі отриманих даних про стан зовнішнього і внутрішнього середовища економічний агент може сформувати уявлення про те, наскільки успішно він управляє наявними ресурсами, оцінити

можливості в створенні інноваційної продукції і розробити відповідну програму їх реалізації.

Реалізація механізму управління інвестиційно-інноваційним потенціалом підприємства залежить від якості прийняття управлінських рішень з урахуванням наявних проблем і передумов його інвестиційно-інноваційного розвитку в режимі постійного ускладнення навколишньої ситуації. Ці обставини зумовлюють актуальність дослідження технології прийняття раціональних управлінських рішень щодо використання ресурсів інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства, які прямо задіяні при здійсненні різних інвестиційно-інноваційних проектів. При цьому під інвестиційно-інноваційним проектом розуміють складну систему взаємообумовлених і взаємопов'язаних за ресурсами, термінами і виконавцям заходів, спрямованих на досягнення конкретних цілей і завдань в пріоритетних галузях розвитку науки і техніки.

Проведений аналіз наукових підходів до розуміння сутності управлінського рішення дозволив уточнити його трактування у такий спосіб: «управлінське рішення – це вибір зацікавленою, компетентною і правомочною особою найбільш вірогідної і економічно доцільною альтернативи по використанню ресурсів інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства, яка реалізується у рамках конкретного інвестиційно-інноваційного проекту і сприяє ефективному втіленню прогресивних ідей в умовах ринкових змін».

Слід зазначити, що не тільки конкретизація сутності управлінських рішень, а й виділення їх типів і ключових характеристик є важливими аспектами успішного управління ресурсами та компетенціями інвестиційно-інноваційних проектів. Уточнену класифікацію видів управлінських рішень, реалізованих на підприємствах агропродовольчої сфери, можна представити в табл. 1.

Вважаємо, що управлінське рішення у сфері використання ресурсів інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства повинно бути науково обґрунтованим і інноваційно орієнтованим, раціоналістичним, ініціативним і специфічним, багаторівневим і багатокритеріальним, задокументованим і з помірною часткою ризику. Крім того, воно повинно [1]:

- прийматися колективно в умовах ринкової невизначеності;
- бути конкретним і реалізованим, тобто завдання з управління інвестиційно-інноваційним потенціалом підприємства повинні бути чітко позначені і досяжні;

- бути своєчасним і чітко відповідати потребам і етапам розвитку інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства;
- бути несуперечливим;
- прийматися в складі загальної, довгострокової стратегії з управління інноваційним потенціалом комерційної структури на основі евристичних і алгоритмічних методів обробки інформації.

Таблиця 1

Класифікація управлінських рішень за різними підставами

Підстава	Види управлінських рішень
За змістом	Політичні; організаційні; технічні; економічні; соціальні; технологічні; наукові
За кількістю осіб, які приймають рішення	Індивідуальні, колективні, корпоративні
За способом прийняття рішення	Інтуїтивні; засновані на досвіді і судженнях; раціоналістичні
За методами обробки інформації	Евристичні; алгоритмічні
За часом дії	Короткострокові (оперативні); середньострокові (тактичні); довгострокові (стратегічні)
По відношенню до інновацій і рівень оригінальності прийнятого рішення	Інноваційно орієнтовані (креативні або новаторські) рішення; управлінські рішення, частково пов'язані з менеджментом інновацій; управлінські рішення, які не спрямовані на створення якісно нових товарів, робіт, послуг, знань і технологій (традиційні або рутинні рішення)
За ступенем достовірності використовуваної інформації	Рішення, що приймаються в умовах визначеності; рішення, прийняті в умовах часткової визначеності; рішення, що приймаються в умовах невизначеності
За глибиною впливу	Однорівневі; багаторівневі
За кількістю критеріїв	Однокритеріальні; багатокритеріальні
За способом фіксації	Усні (вербальні, недокументовані); письмові (документовані)
За мотивом прийняття рішення	Вимушені; ініціативні
За ступенем універсальності	Загальні; специфічні
За ступенем ризику	З високим, помірним і мінімальним ризиком (безризикові)

Джерело: складено автором

Отже, можна відзначити, що управлінське рішення являє собою цілеспрямований вибір найкращої з наявних альтернатив. Проте, ринкові умови змінюються вкрай непередбачувано, формуючи велику кількість нових варіантів можливих перетворень в бізнес-середовищі. Відповідно, ризик вибору найменш вдалої альтернативи істотно зростає і може привести до

ситуації недоотримання прибутку або втрати конкурентних переваг господарюючими суб'єктами, що особливо актуально для інноваційно орієнтованих підприємств. В результаті цього управлінське рішення повинне забезпечувати адаптацію управління до змін і нових викликів сучасної економічної реальності з урахуванням принципу мультиплікативності, який актуалізує здатність менеджменту підприємства заглибитися у стан справ, вийти за рамки заданої ситуації залишаючи резерви для маневру і оптимізації в умовах невизначеності.

З вищевикладеного можна зробити висновок, що важливу роль у процесі застосування пропонованої в даному дисертаційному дослідженні методики управління інвестиційно-інноваційним потенціалом підприємств агропродовольчої сфери відіграє концептуальний метод розробки управлінських рішень, прийнятих щодо інвестиційно-інноваційних проектів підприємства в умовах агресивного впливу внутрішніх та зовнішніх факторів із застосуванням технології ускладнення.

У цілому, всю сукупність методів прийняття управлінських рішень можна розділити за двома підставами:

1) формалізовані, які засновані на суворому дотриманні правил, алгоритмів і використовуються для отримання кількісних результатів обчислень, заснованих на розрахунках за формулами й математичних залежностях;

2) неформалізовані, які полягають в описі аналітичних процедур на логічному рівні, з певною часткою суб'єктивізму особи, яка приймає рішення, оскільки в даному випадку ключову роль у виборі оптимальної альтернативи грають інтуїція, досвід і знання.

При цьому відповідно до переліку основних розділів інвестиційно-інноваційного проекту (опис змісту й актуальності проблеми (ідеї); побудова дерева цілей проекту і структуризація проблеми на основі маркетингових досліджень, розробка системи заходів щодо реалізації дерева цілей проекту; комплексне обґрунтування і експертний висновок щодо проекту; уточнення механізму реалізації проекту і системи мотивації; «рефлексивний вихід» – забезпечення реалізації проекту) найбільш оптимальним способом розробки і прийняття управлінських рішень в ході управління інвестиційно-інноваційним проектом на підприємствах агропродовольчої сфери може стати поєднання методів та етапів їх застосування виходячи з рефлексивного сприйняття проблемного простору, як укрупнений алгоритм підходу до розкриття і вирішення складних, неструктурованих проблем, що не

повторюються та які характерні для інвестиційно-інноваційного управління. При чому, основний зміст рефлексивного підходу в прийнятті управлінських рішень полягає в моделюванні поведінки об'єкта управління, опосередкованому здійсненні ефективних впливів на нього, прогнозуванні їх наслідків за рахунок більш глибокого проникнення в реальність і, як наслідок цього, більш глибокого розуміння суті прихованих причин проблем управління інноваційною сферою.

Список використаних джерел

1. Демчук Н. І., Кисельова М. С. Інвестиційне забезпечення сільськогосподарських підприємств. *Агросвіт*. 2016. № 24. С. 21-26.
2. Денисенко М. П., Михайлова Л. І., Грищенко І. М. Інвестиційноінноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: монографія /за ред. д.е.н., проф., акад. М.П. Денисенка, проф. Л.І. Михайлової. Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. - 1050 с.51.
3. Дугієнко Н. О., Лева В. Е. Сучасні тенденції розвитку аграрного сектору України. *Економіка та управління національним господарством*. 2018. Випуск 25. С. 99–107.

Пятаченко А.А.

магістрант спеціальності 075 «Маркетинг»

Устік Т.В.

д.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики

Сумський національний аграрний університет

м.Суми, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМКІВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Серед важливих проблем підприємств аграрної сфери економіки, які працюють в мінливих ринкових умовах є проблема його виживання та забезпечення безупинного розвитку та процвітання. Вирішення даної проблеми можливо лише за рахунок розробки та впровадження ефективної маркетингової конкурентної стратегії, що сприяє покращенню показників фінансово-господарської діяльності підприємства, використовуючи методи управління маркетинговим потенціалом на підприємстві. Вибір правильної маркетингової стратегії та розробка ефективних стратегічних напрямів маркетингової діяльності значно підвищує конкурентоспроможність

аграрного підприємства та сприяє закріпленню його сильної конкурентної позиції.

Період системних суспільних перетворень в аграрному секторі української економіки стає підґрунтям для збалансованого комплексного розвитку окремих підприємств та окремих галузей економіки. Важливе місце займає проблема формування маркетингової стратегії підприємств аграрного сектору економіки, а головне – це вибір механізмів забезпечення її реалізації. Серед інструментаріїв реалізації маркетингової стратегії аграрних підприємств є складові механізмів соціально-економічного зростання та екологічного розвитку (застосування концепції соціально-етичного маркетингу при виробництві екологічно чистої продукції) , гуманізація, запровадження певної системи принципових підходів до питань суспільної діяльності. Запроваджена модель маркетингового розвитку виробництва та маркетингового управління галузі, як і будь-яка соціальна модель в суспільстві, є системою інтегрованих компонентів та їх взаємозв'язків.

Питаннями формування і реалізації маркетингових конкурентних стратегій займалися зарубіжні науковці, серед яких вагомий внесок мали Г. Азоєв, І. Ансоф, Ф. Котлер, Г. Армстронг, М. Портер, А. Стрікланд, А. Томпсон, Р. Фатхутдінова, Г. Хемела, Е. Чемберлен, А. Юданов. Серед класичних праць, значний інтерес мають дослідження вітчизняних науковців: О. Дація, Л. Довгань, Л. Євчук, І. Кириленка, П. Макаренка, М. Маліка, В. Меселя-Веселяка, О.Красноруцького, Ю.Зайцева, В. Перебийніса, Н. Резнік, С. Тивончук, О. Ульяновська, Л. Федулова, О. Шубравська, Б. Язлюк та інших щодо питань формування стратегічних напрямків маркетингової діяльності аграрних підприємств в умовах конкурентної боротьби.

Так, від правильного вибору маркетингової стратегії та стратегічних напрямків розвитку залежить логічний зміст та характер послідовності та циклічності економічних процесів на підприємствах аграрного сектору економіки. Слід відмітити, що характерними рисами маркетингових конкурентних стратегій аграрних підприємств є можливість довгострокового функціонування підприємства та вміння визначати його орієнтованості в мінливому ринковому просторі; правильність вибору оптимальних маркетингових цілей підприємства. А результатами маркетингового стратегічного аналізу є база маркетингової конкурентної стратегії ; слід враховувати певну підпорядкованість щодо ієрархій стратегії діяльності аграрного підприємства та характер ринкових спрямувань щодо функціонування підприємства.

Деякі провідні науковці пропонують в якості множини стратегій розглядати такі різновиди стратегій як стратегія виживання або скорочення, стратегія розвитку і стратегія вдосконалення. Якщо говорити про стратегію вдосконалення, то в основі даної стратегії є апробація нових, сучасних та перспективних напрямів діяльності, мова йде про диверсифікацію виробництва, впровадження інвестиційних проектів та покращення якісного складу, створення належних умов для матеріального стимулювання співробітників. Щодо стратегії розвитку, то її складовими є маркетингова орієнтація підприємства, моніторинг ринку, техніко-технологічна модернізація виробництва, збільшення масштабів виробництва та збутова кооперація. Для стратегії виживання характерно скорочення обсягів збиткових напрямів діяльності, проведення оптимізації структури посівних площ, важлива диверсифікація виробництва та ефективне використання ресурсозберігаючих технологій. Алгоритм передбачає проведення наступних етапів, серед яких належна діагностика поточної стратегії підприємства з урахуванням його економічного та виробничого потенціалу в умовах бізнес-середовища, правильність вибору оптимальної маркетингової конкурентної стратегії діяльності аграрного підприємства та відповідність цілям розвитку, можливість реалізації маркетингової конкурентної стратегії з подальшим стратегічним контролем. коригування. Основою вибору маркетингової стратегії розвитку підприємства виступає інтегрований показник потенціалу конкурентоспроможності продукції, який набуває значень: високий, достатній або незадовільний.

У цілому, розробка стратегії діяльності ФГ «Натон» є її вагомим інструментом для утримання провідних позицій на ринку в умовах в непередбачуваності змін зовнішнього середовища та зростаючого числа конкурентів. Відмітимо, що аграрні підприємства Сумської області у цілому готові до впливу позитивних та негативних факторів зовнішнього середовища (PEST – аналіз та SWOT – аналіз діяльності підприємства).

Економічний розвиток суб'єктів аграрного бізнесу визначає такий рівень економічної ефективності господарської діяльності, який забезпечує розширене відтворення, а також сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності продукції підприємства. Вирішення проблеми підвищення економічної ефективності діяльності підприємств-товаровиробників на ринку сільськогосподарської продукції передбачає здійснення організаційно-економічних змін в двох напрямках, а саме: в напрямі зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції аграрних

підприємств та їх об'єднань, а також в напрямі збільшення економічних результатів збутової діяльності за рахунок реалізації продукції за більш високими цінами, раціональними партіями, в обґрунтовані строки та за розвиненими каналами ринкового розподілу. В свою чергу, збільшення результативності виробництва та збуту продукції аграрних підприємств за рахунок використання маркетингово-збутового інструментарію має значно більший потенціал для стабілізації розвитку суб'єктів аграрного виробництва з огляду на побудову конкурентних структур цільових ринків збуту продукції аграрних підприємств, наявні тенденції поглиблення інтеграційних процесів в агропромисловому виробництві та можливості перерозподілу економічних інтересів та, відповідно, доходів учасників ринку продукції аграрних підприємств.

Таблиця 1.2 - Типологія маркетингових стратегій аграрних підприємств

Різновид стратегії	Тип стратегії	
	Розвиваючі стратегії	Адаптаційні стратегії
Стратегія інтенсивного зростання	+	–
Стратегія інтеграційного зростання	–	+
Стратегія диверсифікації	+	–
Стратегія цінового лідерства	+	–
Стратегія диференціації	–	+
Стратегія концентрації	+	–
Стратегія товарної спеціалізації	–	+
Стратегія сегментної спеціалізації	–	+
Стратегія сегментної концентрації	+	–
Стратегія вибіркової спеціалізації	–	+
Стратегія охоплення	+	–

Джерело: систематизовано автором на основі [3]

Якщо говорити про резерви щодо підвищення конкурентоспроможності та стратегічні напрями маркетингової діяльності, то вони окреслюють площину зниження витрат на створення готової продукції аграрними підприємствами, і витрати досить легко мобілізуються, але достатньо швидко вичерпуються при застосуванні новітніх та прогресивних технологій ведення господарства.

Орієнтаційну стратегію підприємства доцільно вибирати, скориставшись методом SPACE, що дозволяє визначити певний стратегічний курс дій підприємства, враховуючи стратегічну конкурентну позицію, яку воно займає на ринку мінеральних добрив та засобів захисту. Матриця Мак-Кінсі оцінює становище кожного підрозділу в портфелі організації з точки

зору привабливості ринку та займаної на ньому позиції і пропонуючи можливі стратегічні рішення у сфері інвестицій.

На основі матричного методу визначають позиції аграрного підприємства та напрями посилення їх конкурентних переваг за рахунок обраних маркетингових стратегій на основі диференціації складових маркетингового управління інноваційного розвитку, обґрунтовують доцільність впровадження різних варіантів організації маркетингової діяльності підприємств залежно від їх розміру, масштабів діяльності та обраних маркетингових стратегій.

Список використаних джерел

1. Зайцев Ю. О. Маркетингова орієнтація управління збутом продукції аграрних підприємств: стратегії, системи, інструментарій . Харків: Смуґаста типографія, 2016. – 321 с.

2. M.O. Lyshenko, L.I. Mykhailova, T.V. Ustik, H.Z. Makhmydov, L.I. Polityakina, O.S. Mykhailova.. Contemporary marketing concept as a component of sustainable development of the region and rural areas of Ukraine. International Journal of Ecological Economics and Statistics. Volume 40, Issue № 2, 2019. P. 81-91.

3. Устік Т.В. Особливості розробки маркетингової стратегії для аграрних підприємств області. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». №39. 2019 С. 101-112.

Радіонова Я.В.

науковий співробітник

Березницький Є.В.

старший науковий співробітник

Радіонов А.А.

провідний фахівець

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ПЕРСПЕКТИВНІ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЕНЕРГОНЕЗАЛЕЖНИХ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Європейські регіони на чолі з національними урядами та європейськими установами дедалі більше усвідомлюють переваги переходу до відновлюваних джерел енергії та внесок, який вони можуть зробити для розумного, стійкого та інклюзивного зростання.

Однак, хоча більша увага приділяється відновлювальним джерелам енергії, інфраструктура, що належить громаді, залишається недооціненим підходом у багатьох країнах, незважаючи на численні переваги порівняно з

існуючою енергетичною системою, яка переважно приносить користь великим корпораціям за рахунок громад та громадян.

Отже, пошук перспективних моделей розвитку енергонезалежних сільських територій за рахунок залучення ресурсів громади слід розглядати, як одне із пріоритетних завдань, вирішення якого сприятиме розвитку енергетичної інфраструктури.

Однією з перспективних моделей розвитку енергонезалежних сільських територій є формування стратегії «Smart Village», тобто створення розумних екосоціальних сіл.

«Розумні села» – це громади у сільській місцевості, які використовують інноваційні рішення для покращення своєї стійкості, спираючись на місцеві сили та можливості [1, ст. 3].

«Розумні села» розробляють та впроваджують свою стратегію для покращення своїх економічних, соціальних та екологічних умов, покладаючись на підхід відповідальності за участю, зокрема шляхом мобілізації рішень, запропонованих цифровими технологіями.

«Розумні села» отримують вигоду від співпраці та союзу з іншими громадами та учасниками у сільській та міській місцевості.

Ініціація та реалізація стратегій «Smart Village» може базуватися на існуючих ініціативах і може фінансуватися з різних державних та приватних джерел. Громади у сільській місцевості можуть включати одне або кілька населених пунктів, без будь-яких обмежень щодо адміністративних меж або кількості мешканців.

Стратегія «Smart Village» реагує на виклики та потреби своєї території за рахунок власних місцевих сил та активів. Стратегія повинна визначати коротко-, середньо- та довгострокові цілі. Прогрес повинен бути вимірюваним за допомогою показників ефективності, які будуть встановлені в дорожній карті. Ці дорожні карти слід регулярно переглядати, щоб забезпечити їх постійне вдосконалення [1, ст. 2].

Синергетичний підхід означає активну участь місцевої громади у розробці та прийнятті рішень щодо стратегії «Smart Village». На етапі впровадження підхід за участю забезпечить належне задоволення потреб у розвитку потенціалу та навчанні людей.

Стратегія може бути спрямована, наприклад: на поліпшення доступу до послуг (у різних сферах, таких як енергетика, охорона здоров'я, навчання або транспорт), розширення можливостей для бізнесу та створення робочих місць, розвиток коротких ланцюгів постачання продуктів харчування та

фермерських практик, розвиток відновлюваних джерел енергії, розвиток кругової економіки, ефективніше використання природних ресурсів, адаптації до кліматичних змін, збереження довкілля та біорізноманіття.

Прикладом впровадження стратегії «Smart Village» в Великобританії є організація Fintry Development Trust, яка має на меті покращити стійкість сільської громади шляхом пом'якшення наслідків зміни клімату та зменшення рівня паливної бідності. Fintry Development Trust надає постійні послуги з енергетичного консультування місцевих будинків та підприємств та підтримує розвиток енергетичних проєктів громади, використовуючи інноваційні способи роботи із залученням внутрішніх та зовнішніх зацікавлених сторін (наприклад, шотландський уряд та приватні компанії) [1, ст. 4].

Наступним прикладом стратегії «Smart Village» є Comune di Ville d'Anaunia (Італія), яка прагне надати своїм громадянам безліч можливостей для свого майбутнього. Кілька державних послуг, таких як управління місцевими громадськими просторами, надаються громаді за допомогою інноваційних рішень та інструментів. Більше того, створення цифрового концентратора сприяє використанню можливостей телемереж.

Прикладом використання цифрових технологій як інструменту стратегії «Smart Village» є Los Corrales de Buelna (Іспанія), яка використовує цифрові технології для більш ефективного управління комунальною інфраструктурою (освітлення, водопостачання, відходи тощо), а також пропонує нові послуги громадянам (наприклад, відкритий та загальнодоступний доступ до точки доступу Wi-Fi) [2, ст. 6].

З метою стимулювання підприємництва, Bras-sur-Meuse (Франція) було створено центри дистанційної роботи із високошвидкісним інтернетом та коворкінг-простіром для громадян.

Наприклад, у Killorglin (Ірландія) активне залучення зацікавлених сторін і участь були в центрі підготовки стратегії «Smart Village». Державний сектор відігравав роль посередника між різними зацікавленими сторонами, узгоджуючи різноманітні інтереси місцевих жителів із загальними цілями.

Svärdsjö (Швеція): село побудувало свою стратегію на спільному баченні та розробило її, співпрацюючи з різними місцевими органами. Громада активно бере участь у реалізації плану місцевого розвитку, зокрема через асоціації, які керують ініціюванням стратегії розвитку [4, ст 8].

Найбільш поширеним підходом до фінансування стратегії «Smart Village» є використання можливостей фінансування з різних інституційних рівнів, включаючи ЄС, національні та регіональні джерела.

Отже, стратегія «Smart Village» має на меті спрямувати ресурси своєї громади на вирішення ключових проблем, що стикаються з місцевим контекстом. Як правило, стратегія пропонує нові рішення місцевих викликів, «спираючись на власні місцеві сили та активи».

Список використаних джерел

1. Rural Innovation: Developing real solutions for smart and resilient rural areas in Europe URL: Rural Innovation: Developing real solutions for smart and resilient rural areas in Europe | The European Network for Rural Development (ENRD) (europa.eu) (дата звернення 17.03.2021).
2. Smart Villages and Renewable Energy Communities URL: smart_villages-capacity_tools-renewable_energy_communities-v08.pdf (europa.eu) (дата звернення 15.03.2021).
3. Ilona Yasnolob, Oleg Gorb, Nadiia Opara, Serhii Shejko, Svitlana Pysarenko, Olena Mykhailova, Tetyana Mokiienko. The Formation of the Efficient System of Ecological Enterprise. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2019. [S.l.] vol. 9, no. 5, pp. 1052–1061. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/2595>. (дата звернення: 10.03.2021).
4. Renewable energy in Europe 2016 Recent growth and knock-on effects: *EEA Report No 4/2016 / Luxembourg: Publications Office of the European Union*, 2016. doi:10.2800/6803.

Рекунов В. С.

здобувач вищої освіти СВО бакалавр
спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Мороз С.Е.

к.п.н., доцент, доцент кафедри підприємництва і права
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна

ВПЛИВ ОСОБИСТІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПІДПРИЄМЦЯ НА СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Підприємницька діяльність є основою економічного добробуту країни. Підприємці створюють робочі місця, впливають на динаміку ринків, сприяють економічному зростанню держави. У той час як роль підприємницьких структур у розвитку економіки країни висвітлюється у великій кількості наукових досліджень, особистості підприємця здебільшого надається набагато менше значення.

Однак, на наш погляд, особистість підприємця нерозривно пов'язана із процесом започаткування бізнесу й істотно впливає на те, як цей бізнес буде функціонувати і які результати діяльності демонструватиме, тому проблема оцінювання особистісних характеристик підприємця на становлення і розвиток підприємницьких структур є актуальною.

Наявні дослідження особистісних рис підприємців фокусуються в основному на виявленні характеристик, традиційно властивих суб'єктам підприємницької діяльності, які характеризують їх схильність до самозайнятості, а також ймовірність успіху їх підприємницьких починань і досягнення високих результатів діяльності створюваної фірми. До таких рис зазвичай відносять готовність до ризику, креативність, самоефективність, впевненість у власних знаннях і навичках.

Крім цього, дослідники [1, 2] підкреслюють важливість особистої мотивації підприємців і часто детально аналізують особистісні характеристики підприємців та навички, якими вони повинні володіти. Як правило, наукові дослідження сфокусовані на: виявленні характеристик, що відрізняють підприємців від не підприємців; вивченні характеристик, які дозволяють диференціювати підприємців на різні типи.

Дослідники висловлюють думку, що підприємці володіють особливими особистісними якостями, які впливають на їх схильність до підприємницької діяльності [2]. Однією з таких характерних рис вважається готовність до ризику. Важливість цієї риси обумовлена тим, що підприємці частіше, ніж наймані працівники, вимушені ухвалювати рішення в умовах високого рівня невизначеності. Крім цього, серед основних рис, які характеризують людей, схильних до підприємницької діяльності, відзначають відкритість новим ідеям і прагнення набувати нового досвіду і знань, сумлінність, екстраверсійність, емоційну стабільність.

Цікавою є позиція науковців [1-3], які наголошують на важливості таких рис, як прагнення підприємців до професійних досягнень, терпимість до ризикових ситуацій, креативність, самоефективність, впевненість у власних силах і здатність вирішувати різні завдання в умовах невизначеності, прагнення до автономії та уникнення обмежень, а також проактивність, що дозволяє не просто слідувати тенденціям зовнішнього середовища, а й впливати на їх формування. Дослідники у своїх публікаціях демонструють характерні підприємницькі риси на прикладах діяльності таких успішних підприємців, як Стів Джобс (створив комп'ютер, який став одним з найуспішніших брендів); Реймонд Альберт Крок (один з найвідоміших американських підприємців, засновник

мережі ресторанів швидкого харчування McDonald's,); Марк Елліот Цукерберг (засновник соціальної мережі Facebook) та інших [3]. Примітним є те, що у кожного з цих підприємців були різні мотиви, якими вони керувалися, започатковуючи бізнес.

Як показав аналіз літературних джерел, існує безліч причин і мотивів, які спонукають людей займатися бізнесом. Одна група дослідників вважає, що всі вони можуть бути згруповані у чотири великі групи факторів: гроші; азарт; творчість; влада. У рамках проекту Global Entrepreneurship Monitor експерти поділяють підприємців на *добровільних* (opportunity-driven entrepreneurs) і *вимушених* (necessity-driven entrepreneurs). Перший тип підприємців за цією класифікацією орієнтується на можливості зовнішнього середовища і намагається отримати з нього вигоду, тоді як другий тип обирає кар'єру підприємця через відсутність альтернативних джерел доходу.

Більшість сучасних аналітиків дотримуються думки, що у разі, коли підприємець, започатковуючи свою справу, прагне задовольнити лише один з вищезначених мотивів, то він практично приречений на провал у бізнесі. Відбувається це тому, що на ринку виживає найсильніший, а не той, у кого більше грошей, або амбіцій, або таланту. Виживає в бізнесі той, хто готовий жертвувати своїми особистими мотивами для досягнення цілей компанії.

Якщо підприємцю потрібні лише гроші, але він не хоче і не вміє керувати, не готовий ризикувати і генерувати нові ідеї, то його підприємство не зможе бути конкурентоспроможним. Швидше за все, воно просто перестане існувати після перших же невдач. Підприємство повинне постійно розвиватися, розширюватися, пропонувати нові товари, послуги, бути попереду конкурентів. Успішний підприємець завжди особисто зацікавлений у розвитку своєї справи.

Підсумовуючи зазначимо, що особистісні характеристики підприємця, на наш погляд, здатні суттєво впливати на процеси створення і розвитку бізнесу, проте, питання про взаємозв'язок різних психологічних рис підприємця з особливостями внутрішнього середовища і результативністю його підприємницької структури залишається відкритим і потребує подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Лугова В. М., Єрмоленко О. А. Соціально-психологічні аспекти мотивації підприємницької діяльності. URL : <https://bit.ly/3fw46OP> (дата звернення 17.03.2021).

2. Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353-385.

3. Риси характеру, якими повинен володіти кожен підприємець. URL : <https://bit.ly/3mdbJuL> (дата звернення 17.03.2021).

4. Історії успіху різних людей. URL : <https://bit.ly/3u7wXgv> (дата звернення 17.03.2021).

Рилєєв С. В.

к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування, доцент
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці, Україна

ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність функціонування підприємства значною мірою залежить від організації системи управління грошовими потоками. Така система функціонує з метою забезпечення: виконання оперативних, тактичних та стратегічних планів; плато-, конкуренто- та кредитоспроможності, фінансової стійкості; раціонального формування та використання фінансово-майнового потенціалу; оптимізації витрат та доходів від операційної (основної), фінансової та інвестиційної діяльності, а отже й прибутковості та рентабельності підприємства.

Сьогодні все це відбувається в умовах світових кризових явищ, викликаних поширенням та мутацією інфекції COVID-19, які підвищують рівень невизначеності та ризику не лише ведення бізнесу окремими суб'єктами господарювання, але й взагалі його виживання та існування.

В даних умовах особливо актуалізується питання оптимізації управлінської діяльності в цілому, а також в розрізі відповідних функцій та інструментів управління, зокрема контролінгу.

За функціональними сферами, а отже і об'єктами управління, виділяють фінансовий, інвестиційний, маркетинговий, виробничий, інноваційний, логістичний, кадровий контролінг тощо.

Фінансовий контролінг на підприємстві є тим інструментом, який дозволяє керівництву та власникам отримати необхідну інформацію щодо виконання відповідних бюджетів та/або планів (управління та планування на підприємстві може відбуватися за концепцією «За рамками бюджетів» Beyond

Budgeting).

Фінансовий контролінг, як різновид контролінгу, формувався під впливом становлення та розвитку класичної німецької та англо-американської економічної школи. Представники першої школи у зміст категорії «контролінг» вкладають систему координації планування та контролю або інформаційної підтримки менеджменту, в якій управлінський облік є складовою контролінгу. В англо-американському варіанті контролінг розглядається виключно як підсистема управлінського обліку.

Одним з об'єктів фінансового контролінгу виступає грошовий потік – надходження та вибуття грошових коштів (готівка в касі, депозити до запитання) та їх еквівалентів (короткострокові, високоліквідні інвестиції, які вільно конвертуються у відомі суми грошових коштів та яким притаманний незначний ризик зміни вартості) [1]

Основна мета фінансового контролінгу грошових потоків полягає у інформаційній підтримці менеджменту в системі розробки планів, бюджетів надходження та витрачання грошових коштів в цілому, а також в розрізі видів звичайної (операційної, фінансової та інвестиційної) діяльності підприємства.

Розглядати фінансовий контролінг грошових потоків лише як елемент внутрішнього контролю достатньо вузько, оскільки внутрішній контроль грошових коштів всього лише процес перевірки виконання та реалізації прогнозу грошових потоків. Сьогодні не достатньо лише контролювати. Необхідно концентрувати контрольні дії на пріоритетних напрямках розвитку підприємства, своєчасно здійснювати моніторинг виконання планових (прогнозних) та бюджетних фінансових показників. Це й виступає функцією фінансового контролінгу грошових потоків.

Функції фінансового контролінгу в цілому, а отже і грошових потоків, переважно реалізуються у сфері інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень, координації, планування, обліку та контролю тощо.

Узагальнені основні концептуальні засади контролінгу, фінансового контролінгу та фінансового контролінгу грошових потоків наведено на рис. 1. кредитоспроможності підприємства при допустимому рівні фінансових ризиків.

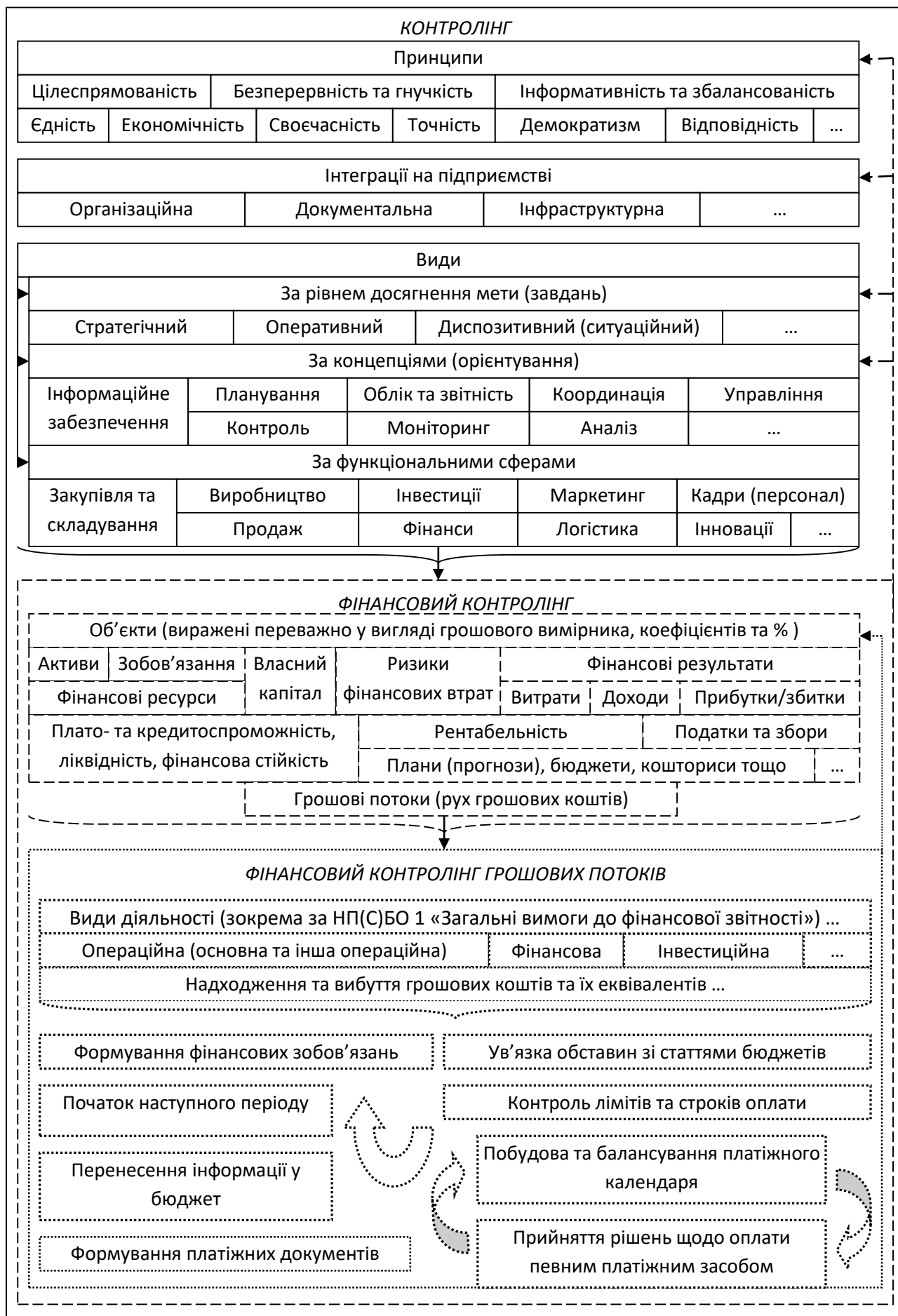


Рис. 1. Концептуальні засади фінансового контролінгу грошових потоків [1-5]

Фінансовий контролінг грошових потоків дозволяє вирішити наступні завдання: збалансування розмірів грошових потоків, синхронізація грошових потоків у часі та за видами звичайної діяльності, максимізація додатного та мінімізація від'ємного грошового потоку в цілому та в розрізі окремих операцій або видів діяльності, максимізація чистого грошового потоку з наступною оптимізацією (мінімізацією) середнього залишку грошових коштів за певний період часу, здійснення безперервного кругообігу грошових коштів, підвищення віддачі від інвестованих грошей внаслідок капіталізації прибутку та зниження фінансових (у т.ч. валютних) ризиків тощо.

Переважно на вітчизняних підприємствах фінансовий контролінг залишається відносно новим інструментом фінансового менеджменту, що, відповідно, звужує інформаційну підтримку планування, координації, контролю, моніторингу, аналізу та прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 7 «Звіт про рух грошових коштів» IASB : Стандарт, Міжнародний документ від 30.06.2017. Дата оновлення 13.02.2019. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_007#Text (дата звернення: 27.02.2021).
2. Бердар М. М. Фінансовий контролінг як складова системи управління стійким розвитком підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 18. С. 33–37.
3. Глинская О. С. Концепция контроллинга денежного потока. *Аудит и финансовый анализ*. 2020. № 3. URL: https://auditfin.com/fin/2020/3/09_04.pdf.
4. Партин Г. О., Задерецька Р. І. Фінансовий контролінг : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2013. 232 с.
5. Хлевная Е. А. Методология формирования системы финансового контроллинга бизнес-процессов промышленных холдингов : дис. ... д-ра. экон. наук : 08.00.12. Москва, 2017. 454 с. URL: <https://studizba.com/files/show/pdf/51427-66-dissertaciya.html>.

Романчук І. В.

ЗВО спеціальності 081 Право

Науковий керівник: **Коломієць П. В.**

к.ю.н, доцент кафедри підприємництва і права, доцент

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ОКРЕМІ ПИТАННЯ ПРАВОВОГО СТАТУСУ СУБ'ЄКТІВ

ГОСПОДАРЮВАННЯ

Функціонування економічної сфери вимагає чіткої організації на різних рівнях (місцевому, регіональному, державному), що здійснюється суб'єктами економічних відносин. Етап становлення ринкової економіки в Україні характеризується необхідністю всебічного вивчення правового статусу суб'єктів господарювання як учасників економічних відносин, враховуючи їх важливу роль в економіці та відсутністю єдиного правового регулювання суспільних відносин в економічній сфері. Крім того, розвиток товарно-грошових та інших економічних відносин, прагнення держави забезпечити поєднання державного регулювання та ринкового саморегулювання економіки вимагають посилення уваги до розвитку економіко-правових досліджень.

Окремі питання правового статусу суб'єктів господарювання є метою даного дослідження, оскільки правовий статус суб'єктів господарювання забезпечується саме економічними відносинами.

Усі суспільні відносини, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності, як між суб'єктами господарювання, так і між цими суб'єктами та іншими учасниками господарських відносин, регулюються Господарським кодексом України та іншими нормативними актами чинного законодавства, завдяки яким вони набувають статусу економічних відносин.

Відповідно до ч. 1 ст. 55 Господарського кодексу України суб'єкти господарювання є учасниками господарських відносин, що здійснюють господарську діяльність, здійснюють господарську компетенцію (сукупність економічних прав та обов'язків), мають окреме майно та несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством [1]. Суб'єкти господарювання є найважливішою групою серед учасників економічних відносин. Тож у ч. 4 ст. 13 Конституції України наголошується на захисті прав не лише всіх суб'єктів права власності, а й господарювання [2].

Щоб мати статус суб'єкта господарювання, необхідно відповідати певним характеристикам. В.С. Мілош виділяє серед ключових характеристик (особливостей) суб'єкта господарювання наступне:

- 1) самостійна участь у господарському обороті, тобто від «свого імені»;
- 2) спрямованість діяльності на задоволення як особливих потреб, так і «власних» економічних потреб, та (або) економічних потреб інших економічних суб'єктів (наприклад, бірж), а також суспільних потреб;
- 3) наявність окремої майнової бази господарювання;
- 4) самостійна відповідальність за власні дії у сфері економічного обороту [3, с. 83].

Однак деякі вчені додають інші особливості. Зокрема, вони вказують на те, що суб'єкт господарювання наділений економічною компетенцією (сукупністю економічних прав та обов'язків), яка реалізується в процесі господарської діяльності [4, с. 116].

Відповідно до Господарського кодексу України суб'єктами господарювання є:

- 1) господарські організації – юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, муніципальні та інші підприємства, створені відповідно до Господарського кодексу, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані у встановленому законодавством порядку;
- 2) громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до законодавства як підприємці [1].

Господарський кодекс України визначає загальні принципи створення суб'єкта господарювання. Правовою основою створення господарського суб'єкта є рішення власника (власників) майна або уповноваженого ним (ними) органу, а у випадках, спеціально передбачених законом, також за рішенням інших органів, організацій та громадян. Стаття 56 Господарського кодексу України також визначає методи формування суб'єкта господарювання:

- шляхом створення нового суб'єкта господарювання;
- шляхом реорганізації (злиття, приєднання, відокремлення, поділ, перетворення) існуючого (діючого) суб'єкта господарювання;
- шляхом примусового поділу (відокремлення) існуючого суб'єкта господарювання за розпорядженням антимонопольних органів відповідно до антимонопольного законодавства та законодавства про конкуренцію. Таким

чином, примусовий поділ суб'єкта господарювання здійснюється відповідно до рішення Антимонопольного комітету України, його територіальних управлінь [1].

Суб'єкт господарювання створюється і діє на основі установчих документів, які повинні відповідати встановленим вимогам. Загальні вимоги до установчих документів визначаються ст. 57 Господарського кодексу України, а спеціальні – у законах, що визначають особливості правового статусу суб'єктів господарювання з виключною діяльністю.

Права та обов'язки суб'єктів господарювання залежать від певних факторів, зокрема від правового титулу власності (майнові права, право господарського відання, право оперативного управління, право довірчої власності), основної діяльності та можливості або неможливості іншої господарської діяльності (спеціальна правосуб'єктність і, відповідно, можливість здійснювати лише певну діяльність). Права та обов'язки суб'єктів господарювання поділяються на категорії – загальні права та обов'язки, які властиві всім суб'єктам господарювання, та спеціальні. Спеціальні права притаманні суб'єктам господарювання з виключною діяльністю (банківська справа, страхування, спільні підприємства, біржові операції) і регулюються відповідними законами.

Припинення суб'єкта господарювання здійснюється шляхом його реорганізації (злиття, поглинання, поділу, перетворення) або ліквідації – за рішенням власника (власників) або уповноважених ними органів, за рішенням інших осіб – засновників суб'єкта господарювання або їх правонаступників, а у випадках, передбачених Господарським кодексом України – за рішенням суду [5].

Таким чином, правовий статус господарюючого суб'єкта можна визначити як сукупність певних ознак (економічних, організаційних, правових), встановлених законом або в іншій правовій формі, що дозволяє його відрізнити від інших господарюючих осіб. Однією з найважливіших ознак, що характеризує правовий статус суб'єкта господарювання, є його економічна компетенція, і вона реалізується на основі майнових прав, права господарського відання та права оперативного управління відповідно до законодавства.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України. *Відомості Верховної Ради України*, 2003, № 18-22. Ст.144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

2. Конституція України. *Відомості Верховної Ради України*, 1996, № 30. Ст. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>.
3. Мілаш В.С. Господарське право: Курс лекцій: У 2 ч. Ч. 1. Х.: Право, 2008. 496 с.
4. Щербина В.С. Господарське право: підручник. К.: Юрінком Інтер. 2013. 640 с.
5. Перунова О.М. Підприємницьке (господарське) законодавство. Конспект лекцій. Харків. ХНАДУ. 2009. URL: <https://buklib.net/books/37819/>.

Савченко С.О.

д.е.н., проректор з науково-дослідної роботи, професор

Сукач О.М.

к.е.н., декан факультету економіки і менеджменту, доцент

Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова

м. Черкаси, Україна

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Використання інноваційних продуктів та технологій, в умовах сьогодення, дозволяє підприємствам бути конкурентоспроможними, формувати відповідний капітал та нарощувати обсяги виробництва. Одним із інструментів сучасного управління та розвитком підприємства є розробка маркетингової тактики вдосконалення виробничого процесу.

Зазвичай, маркетингом вважають систему організаційного управління, спрямованого на вивчення й облік попиту й вимог ринку, з метою обґрунтованої орієнтації виробничої діяльності підприємства на випуск конкурентоспроможних видів продукції. Нові підходи в управлінні економікою, викликані глобалізаційними перетвореннями, вимагають побудови нових підходів забезпечення маркетингової діяльності, що дозволять створювати певні конкурентні переваги, породжуючи принципово нові сприятливі можливості на ринку. Наразі існує певна залежність успіху маркетингової діяльності підприємства від інновацій, розробки нових товарів і послуг більше високої якості за прийнятних для клієнта умов. А отже, кожна маркетингова інновація є корисною, оскільки її поява вже відображає потреби учасників ринку в нових продуктах.

Реалії вітчизняної економічної системи, наслідки фінансової кризи та нестабільність національної валюти, негативно впливають на інноваційні процеси що відбуваються на українських підприємствах. Інноваційна активність підприємств значно скоротилась за останні 5 років.

Поряд із впровадженням технологічних інновацій, підприємства можуть бути активними в організаційних і/або маркетингових інноваціях, які підтримують продуктивні й процесові інновації, підвищують якість і ефективність роботи підприємства, сприяють поліпшенню обміну інформацією й використанням нових знань і технологій, а також можуть впливати на продуктивність підприємства, вихід на нові ринки або сегменти ринку та розроблення нових способів просування продукції (табл. 1) [2].

Таблиця 1 – Кількість підприємств, що впроваджували організаційні та/або маркетингові інновації, за видами економічної діяльності, од

	Усього		У тому числі															
			підприємства з технологічними інноваціями		з них впроваджували						підприємства з нетехнологічними інноваціями		з них впроваджували					
					тільки організаційні інновації		тільки маркетингові інновації		організаційні та маркетингові інновації				тільки організаційні інновації		тільки маркетингові інновації		організаційні та маркетингові інновації	
	2014-2016	2016-2018	2014-2016	2016-2018	2014-2016	2016-2018	2014-2016	2016-2018	2014-2016	2016-2018	2014-2016	2016-2018	2014-2016	2016-2018	2014-2016	2016-2018		
Усього	3711	7074	1894	1838	429	395	567	530	898	913	1817	5236	461	1345	730	2290		
Промисловість	1759	3268	1020	1193	212	241	360	390	448	562	739	2075	187	516	332	1008		
Оптова торгівля, крім оптової торгівлі автотранспортом та мотоциклами	950	2075	383	233	60	33	105	58	218	142	567	1842	103	347	222	839		
Транспорт та складське господарство	242	515	114	91	43	30	26	14	45	47	128	424	64	208	29	120		
Інформація та телекомунікації	341	557	164	134	40	35	37	29	87	70	177	423	41	115	79	171		
Фінансова та страхова діяльність	125	208	60	53	13	5	8	14	39	34	65	155	15	39	25	56		
Діяльність у сферах архітектури та інжинірингу; технічні випробування та дослідження	148	226	69	54	30	21	12	9	27	24	79	172	30	83	24	42		
Наукові дослідження та розробки	74	80	59	53	27	26	11	6	21	21	15	27	7	17	4	5		
Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку	72	145	25	27	4	4	8	10	13	13	47	118	14	20	15	49		

Дослідження, проведене за даними Community Innovation Survey (CIS-6) стосовно інноваційної активності та впровадження маркетингових і

організаційних інновацій у країнах ЄС показало, що до інноваційних належать більше 50% від загальної кількості обстежених підприємств [1].

Проте, доцільним є зауважити, що рівень інноваційності підприємств значною мірою залежить від його розмірів, оскільки впровадження інновацій вимагають наявності певної кількості персоналу та рівень технічного оснащення.

Інноваційний маркетинг, як синтез двох понять «маркетинг» та «інновації» передбачає діяльність зі створення та просування продукції, яка володіє новими властивостями, а також безперервного вдосконалення методів самого маркетингу.

Теоретичні засади інноваційного маркетингу розвиваються в умовах зростання ролі теорії інноватики в розвитку суспільства й економіки. Серед основних компонентів інноваційного маркетингу доречно виокремити – унікальність, новизну й нестандартність, що поєднують різні фрагменти традиційних принципів маркетингу, але вони застосовуються відповідно до ситуаційного аналізу. Поєднання таких підходів дозволяє оптимізувати діяльність підприємства в умовах безперервного пошуку нововведень, джерел капіталу й нових ринків.

Популяризація інноваційного маркетингу, сприяє розвитку концепції латерального, когнітивного маркетингу, маркетингу взаємодії. А його функції пов'язані з пошуком і залученням нових ідей, установленням і розвитком комунікацій, координацією взаємодії учасників інноваційного процесу.

Інструментами інноваційного маркетингу є: маркетингові дослідження нових і вже опанованих ринків, ринкових сегментів з метою виявлення незадоволеного попиту, маркетингові комплекси 4P та маркетингові стратегії для нових продуктів (технологій, об'єктів інтелектуальної власності), нові способи ціноутворення, просування та продажів нових і традиційних товарів та послуг, нові стратегії маркетингу, організаційні форми управління, нові підходи до кращого забезпечення потреб споживачів та суспільства [3].

Ключовими моментами, що відрізняють концепцію інноваційного маркетингу від маркетингу традиційного виступають специфіка об'єкта управління. Практичне застосування концепції маркетингу з метою визначення методології вибору проектів інноваційного розвитку дозволяє підвищити ступінь обґрунтованості рішень в управлінні вибором напрямів інноваційного розвитку підприємств.

Таким чином, для підвищення ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах розвитку економіки необхідні нові підходи до розробки й

здійснення нових стратегічних рішень, спрямованих на довгострокове співробітництво з покупцями. У цих умовах необхідно здійснювати постійний зв'язок із ринком і поведженням покупців.

Список використаних джерел:

1. Наукова та Інноваційна діяльність України: Статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України, 2018. 108 с.
2. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України (за міжнародною методологією) 2014-2016 роки: Доповідь – URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html
3. Тараненко І. В., Таранець Є. І. Вплив інноваційного маркетингу на дифузію інновацій та конкурентоспроможність в глобальній економіці. *Економічний вісник Донбасу*. № 2. (32), 2013. с. 200–205.

Самойленко А. А.

канд. техн. наук, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, доцент

Юдічева О. П.

канд. техн. наук, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, доцент

*Київський національний університет будівництва і архітектури,
м. Київ, Україна*

ФІЗИЧНІ ПОКАЗНИКИ ТА ХАРЧОВА ЦІННІСТЬ СТРАУСИНХ ЯЄЦЬ

Питання задоволення попиту населення у повноцінних продуктах харчування гостро стоїть не тільки в Україні, а й усьому світі. Яйця відносяться до цінних продуктів харчування; вони мають високі поживні та смакові властивості, оптимальне співвідношення харчових речовин, добре засвоюються. Їх рекомендують додавати до раціону харчування здорових людей і використовувати під час приготування дієтичних страв.

До харчових переважно відносять яйця свійської птиці, які використовуються для харчування людини. Найбільші за розміром яйця – гусячі і індичі; меншої маси – курячі, цесарок і перепелині. Однак не так давно цей перелік доповнився. В Україні набула популярності та розвитку нова галузь птахівництва – розведення страусів. Її мета – розширення видового складу домашньої птиці, збільшення виробництва яєць та розширення їх асортименту. Для українських аграріїв це не новина. До українських степів африканські страуси були завезені ще бароном Фрідріхом Едвардом Фальц Фейном для експериментальних досліджень. Але вони добре прижились у

маєтку Асканія-Нова. У 1913 році в Криму існувало близько 300 страусиних ферм [1, с. 25-27].

Найбільш популярними у фермерських та спеціалізованих господарствах України є африканські страуси та ему. Саме ці види бігаючих або, так званих, безкіллових птахів мають високі адаптивні властивості та рівень продуктивності, швидше пристосовуються до технологічних процесів [2]. В Україні підприємницька діяльність з розведення страусів у різних регіонах досить швидко розвивається. У 2003 році ПрАТ «Агро-Союз» побудував у Дніпропетровській області найбільшу у Європі та єдину в Україні племінну страусину ферму. Великим страусиним господарством в Україні є «Долина страусів» на Київщині. На території Київської обл. знаходяться страусині ферми «Чубинський страус» (с. Чубинське) і «Ясногородська» (с. Ясногородка). За останні роки кількість страусиних ферм в Україні збільшилася у три рази і, за статистичними даними, їх сьогодні більше 70. Страусині ферми створені на Київщині, Івано-Франківщині, Закарпатті, Дніпропетровщині, Луганщині, Херсонщині, Полтавщині. Ринок продукції страусівництва в Україні практично відсутній і виробники працюють без конкуренції. Як продукт птахівництва страус не має відходів. У харчуванні використовують яйця, м'ясо, в інших галузях – жир, який має лікувальні властивості, субпродукти, шкіру, пір'я, шкарлупу, кігті. Споживачі в Україні ще недостатньо обізнані зі споживними властивостями яєць страусиних столових, їх харчовою цінністю, хімічним складом, корисністю для організму, напрямками використання і відносяться до них як до екзотичного продукту, хоча за багатьма показниками вони переважають яйця інших видів птиці.

Страуси несуть яйця, які мають досить великі розміри. Шкаралупа схожа за кольором до порцеляни, тому часто використовується художниками під час виготовлення різних виробів, розпису фарбами і гравіювання. Колір шкаралупи залежить від забарвлення пір'я. Так, від ему, у яких темне пір'я, отримують яйця з темно-зеленим кольором шкаралупи, від птиці з сіро-білим пір'ям – рожево-жовті яйця. Маса одного яйця – 1250-1400 г. Розміри страусиних яєць – близько 18 см заввишки і 14 см за діаметром. За будовою яйця страуса не відрізняються від яєць інших видів птиці [3]. Співвідношення основних частин страусиних яєць, порівняно з іншими видами птиці, наведено у табл. 1.

Частка шкаралупи у яєць традиційної для України свійської птиці по відношенню до всього яйця складає 9,8–10,7 %, а у страусиних – 14,1%.

Порівняно з яйцями інших видів птиці, білка в страусиному яйці менше (53,4 %), а жовтка – більше (32,5 %).

Таблиця 1

Співвідношення основних складових частин яєць різних видів птиці

Вид птиці	Середня маса яйця, г	Білок, %	Жовток, %	Шкарлупа, %
Страус	1400,0	53,4	32,5	14,1
Індичка	88,0	58,8	3,4	9,8
Курка	57,0	57,1	31,1	10,7
Перепілка	10,3	58,7	31,1	10,2

Колір жовтка – насичений, білка (навіть після кулінарної обробки) – напівпрозорий. Яйця страусів відрізняються від яєць інших видів птахів низьким рівнем холестерину і ненасичених жирних кислот. Варити його потрібно приблизно 75 хв. Характеристика окремих фізичних показників яєць страусиних і курячих наведена у табл. 2.

Таблиця 2

Характеристика окремих фізичних показників страусиних і курячих яєць

Показник	Страуси	Кури
Маса яєць, г	1000-2200	50-75
Густина, г/см ³	1,133-1,135	1,075-1,095
Індекс форми, %	73,0-77,0	70,0-80,0
Маса білка, %	60,8-61,0	55,0-57,0
Маса жовтка, %	21,5-21,6	30,0-32,0
Маса шкарлупи, %	17,3-17,7	10,0-12,0
Відношення маси білка до маси жовтка, %	2,8-3,0	1,9-2,0
Індекс жовтка, %	189,4-201,3	40,0
Товщина шкарлупи:		
– гострий кінець, мкм	1869-2550	360-390
– екватор, мкм	1877-2181	340-370
– тупий кінець, мкм	1715-2075	320-350
Висота повітряної камери, мм	7,0-8,0	2,0-3,0
Діаметр повітряної камери, мм	54,0-57,0	15,4-15,8

Шкарлупа захищає вміст яйця від впливу зовнішнього середовища і являє собою вапняну оболонку, покриту зовні тонкою протейновою плівкою, а з внутрішньої сторони міцно з'єднану з підшкарлупною оболонкою. Обидві оболонки пов'язані між собою, за винятком невеликої ділянки, зазвичай біля тупого кінця, де між ними утворюється повітряний простір або пуга. Пуга з'являється в яйці після знесення; під час зберігання вона поступово збільшується. Шкарлупа складається переважно на 90 % з вуглекислого і фосфорнокислого кальцію, пронизана великою кількістю дрібних отворів –

пор, особливо численних на тупому кінці яйця, де знаходиться повітряна камера. Надшкаралупна плівка складається з муциноподібної речовини, що вкриває шкаралупу і перешкоджає проникненню мікроорганізмів в яйце, а також оберігає його від висихання. У процесі миття надшкаралупна плівка легко змивається, тому такі яйця під час зберігання швидко псуються. Шкаралупа світлопроникна, тому за допомогою просвічування можна оцінити якість внутрішнього вмісту. На шкарлупі яєць страуса, на відміну від інших видів птиці, відсутня кутикула, яка захищає пори від проникнення мікроорганізмів всередину яйця [3]. Підшкарлупні оболонки досить товсті і щільно з'єднані зі шкарлупою, забезпечують міцність. Яйце страуса витримує навантаження в 55 кг, тоді як куряче – всього 3,5 кг. Характеристику хімічного складу страусиних і курячих яєць наведено у табл. 3.

Таблиця 3

Хімічний склад страусиних і курячих яєць (%)

Показники		Страуси	Кури
Білок яйця	вода	88,7	87,9
	загальний білок	8,9	10,6
	мінеральні речовини	0,87	0,6
Жовток яйця	вода	50,6	48,7
	загальний білок	15,0	16,6
	загальний жир	31,3	32,6
	мінеральні речовини	1,9	1,0

Білок становить основну масу яйця. Він складається з трьох шарів: зовнішнього (рідкого), щільного і внутрішнього – рідкого. Під час зберігання яєць білок поступово стає водянистим, менш в'язким, що призводить до змішування з жовтком під дією сили тяжіння. Білок свіжого яйця має рН 7,2-7,6; під час зберігання цей показник зміщується до 8,2. Жовток – найбільш цінна в харчовому відношенні частина яйця. У ньому міститься основна маса поживних речовин: води – 50,6 %, ліпідів – 31,3 %, білків – 15,0 %, вуглеводів – 0,2 %, мінеральних речовин – 1,9 % [4, с. 52-57]. Також жовток є джерелом вітамінів А, D, К, В₁, В₂, В₆, РР, біотину, фолієвої та пантотенової кислот. У жовтку містяться мікроелементи: бром, йод, манган, цинк, мідь [5].

На жаль, на сьогоднішній день, пересічний споживач може придбати яйця страусів або на страусиній фермі чи через Інтернет. Хоча нині вони з успіхом використовуються у виробництві м'ясних продуктів, зокрема ковбасних виробів, у хлібопекарному виробництві, кондитерській промисловості – для ексклюзивних борошняних виробів, тортів, кексів тощо. Отже, яйця страусині – це дієтичний і навіть дещо делікатесний продукт, який

містить значну кількість білка та інших біологічно активних речовин. Однак в Україні їх ще й досі вважають екзотичним продуктом харчування. Тому для кращого ознайомлення споживачів з їх властивостями доцільно було б організувати реалізацію страусиних яєць у роздрібній торговельній мережі (магазини фермерської продукції, еко-магазини тощо).

Список використаних джерел

1. Трус В. Д., Крамаренко Д. А. Аскания Нова. Київ : Урожай, 1968. – С. 25-27.
2. Генофонд свійських тварин України / Д. І. Барановський та ін. Харків : Еспада, 2005. 144 с.
3. Страусиные яйца: описание, состав. : URL: http://hnb.com.ua/articles/s-zdorovie-strausinye_yaytsa2921(дата звернення : 12.03.21)
4. Решетило Л. І. Яйця страусині столові: харчова цінність, зберігання. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки.* 2019. Вип. 22. С. 52-57.
5. Страусині яйця: корисні властивості, калорійність і склад. URL: <https://ladyvlife.ru/recepti/korisni-vlastivostiproduktiv/3554-strausini-jajcja.html> (дата звернення : 12.03.21)

Сапожник Д. І.

к.т.н., доцент кафедри товарознавства та експертизи в митній справі
Львівський торговельно-економічний університет
м. Львів, Україна

ЕКОЛОГІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ЕЛЕКТРИЧНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ: ЗА ТА ПРОТИ

У світі склалася дещо парадоксальна ситуація: на тлі тотальної активізації ідей еколого захисників, соціальної думки про недостатність ухвалених урядами пакетів заходів на захист клімату стрімко зростає продаж позашляховиків і автомобілів класу SUV (англ. sport utility vehicle – практичний спортивний автомобіль, що має кузов «універсал», а також часто систему повного приводу, так звані, «паркетники»: тобто автомобіль, який має вигляд позашляховика, але насправді не призначений для бездоріжжя.), які викидають особливо багато парникових газів. У 2019 р. в Німеччині, за даними Федерального відомства автодорожнього транспорту (Kraftfahrt-Bundesamt), було продано 3,6 мільйона автомобілів. Це є рекордом останніх 10 років [1]. При цьому в загальному обсязі продажів ТЗ у 2019 р. частка електромобілів

склала 1,8%, а гібридів – 6,6%. І це попри податкові пільги при експлуатації і державні субсидії при покупці.

Головною перевагою електромобіля в порівнянні з автомобілем з ДВЗ вважається його екологічність. Електромобіль не виділяє вуглекислий газ та інші викиди, крім того, він є практично безшумним. З 2009 р. ЄС нормує кількість викидається автомобілями вуглекислого газу, а уряди країн декларують плани щодо заборони (реєстрації) нових легкових автомобілів з ДВЗ [2]. Ці норми встановлюються для всіх випущених ТЗ (це стало однією з причин появи гібридних версій багатьох моделей, оскільки для гібридів використовується інший метод розрахунку викидів CO_2 і компактних моделей преміальних брендів. Зниження викидів вуглекислого газу досягається тільки зниженням витрати палива, адже вуглекислий газ виходить саме з палива. Для цього використовуються всі доступні методи, наприклад, зменшення об'єму двигунів з удосконаленням системи впорскування;. Використання автоматичних трансмісій різних типів, коли бортовий ПК може обрати потрібні передачу і момент її перемикавання, а кількість ступенів (зараз їх 8 – практично стандарт, а 10-ступеневі «автомати» - вже реальність) дозволяє працювати двигуну саме в робочому режимі, коли витрати пального мінімальні. Але підсумком ускладнення конструкції стає зниження довговічності і надійності.

Автомобільний транспорт генерує близько третини всього світового виробництва вуглекислого газу. При цьому саме використання викопного палива, тобто нафтопродуктів, створює головну проблему - вуглець, що міститься в нафті і газі, при згорянні палива цей CO_2 і створює.

Але подивимось на цю проблему з іншої сторони. Електрика виробляється в основному на теплових електростанціях (понад 60% її отримують спалюючи вугілля та газ). Тобто заряджаючи електромобілі цією електрикою, місце виникнення CO_2 переходить з автошляхів на електростанції. Основне поновлюване джерело енергії – гідроелектростанції. Нові типи виробництва електроенергії – вітряки і сонячні батареї, досить популярні в Європі, в світовому виробництві займають менше десяти відсотків в цілому (табл. 1).

Причому частка вугілля не змінюється вже багато десятиліть, як і частка ГЕС. Втрачають позиції тільки атомні електростанції, які практично не вносять ніякого «вкладу» в викиди CO_2 . До прикладу, популярність електромобілів в Норвегії пов'язана з тим, що в цій країні вся електроенергія виробляється ГЕС.

Таблиця 1

Частка видів електростанцій в світовому виробництві електроенергії
(Міжнародне енергетичне агентство, 2017/2018 роки) [1, 4]

Вид енергоносія	Частка, %	Вид енергоносія	Частка, %
Вугілля	38,3	Нафта	3,3
Природний газ	22,9	Біопаливо	1,9
ГЕС	16,3	Сонячні батареї	1,7
АЕС	10,2	Геотермальні та ін.	1,0
Вітер	4,4		

Тобто в Норвегії відмова від використання ДВЗ дійсно скорочує забруднення повітря і викиди CO₂. А у Китаї 2/3 електроенергії отримують завдяки спалюванню вугілля, і перехід на електропривод пояснюється план-експорту самих електромобілів і екологічними проблемами великих міст (Чунцін, Пекін, Шанхай та ін.). Тобто, безпека електромобіля або гібрида для екології буде багато в чому визначатися тим, які типи електростанцій виробляють електрику для них [3].

Напрошується висновок: дійсно корисними для екології електромобілі будуть не скрізь. Проте несподівана «неприємність» чекає на екологічних прихильників електромобілів зовсім в іншому. Volkswagen підрахував сумарний викид CO₂ за весь цикл виробництва і експлуатації дизельного Golf і його електричної версії. Вийшло, що звичайна дизельний легковик зрівнюється за цим параметром з електромобілем лише після пробігу в 125 тис. км. Тобто через кілька років, а до цього дизель екологічніше. Правда, при пробігу в 200 тис. км Golf з ДВЗ, звичайно, перевершує e-Golf по викидах вуглекислого газу вже приблизно на 15 відсотків (рис. 1). Чимало досліджень показують, що класичний автомобіль все-таки в підсумку може бути якщо не «чистіше», то як мінімум не гірше електричного.

Приклад – дослідження Institut für Wirtschaftsforschung (ifo-інститут, м. Мюнхен, Німеччина). Видобуток і обробка Li, Co і Mn, необхідних для виробництва автомобільних акумуляторів, є дуже енергоємними. Виробництво однієї батареї, термін служби якої становить 10 років, призводить до емісії 11-15 т CO₂. Значить, при пробігу в 15 тис кілометрів на рік електромобіль, вказують вони, залишає за собою по 73-98 грамів вуглекислого газу на кілометр [5]. А якщо врахувати, що значна частка електроенергії, якою ця машина «заправляється», виробляється на вугільних електростанціях, то парниковий шлейф електромобіля є ще більшим – 156-181 гр. на кілометр шляху. Відповідний показник аналогічного ТЗ із ДВЗ – 112 гр.

CO₂ на км. На зауваження про некоректність порівняння ТЗ через їх різну потужність, порівняли ТЗ одного і того ж класу з різними двигунами – бензиновими, дизельними, газовими, гібридними і електричними.

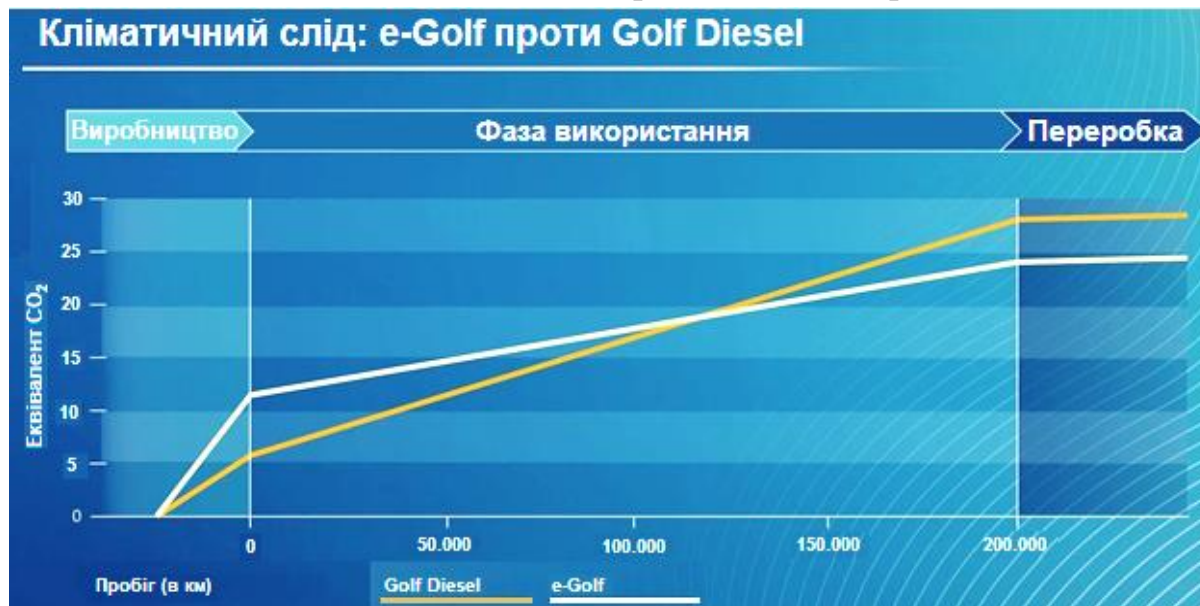


Рис. 1. «Кліматичний (вуглецевий) слід» в життєвому циклі електромобіля та ТЗ з ДВЗ [4]

З'ясувалося, що найбільш екологічний – автомобіль на зрідженому газі з домішкою 15% біометану, електричний за цим показником є гіршим і за бензиновий, і навіть дизельний. На електромобілі треба за 8,5 років проїхати 127,5 тис. км, щоб його вуглецевий слід виявився меншим, ніж у бензинового, і 219,0 тис. км за 16 років і 6 місяців, щоб обійти дизельний.

Найбільший і найважчий компонент електричного ТЗ – батарея з точки зору виробництва є в десятки разів більш енергомістким і шкідливим для природи, ніж звичайний автомобільний акумулятор через вміст рідкоземельних елементів на кшталт Co, Ni і Li, промислова розробка яких є серйозним втручання в екосистему, забруднення води, поверхні Землі та атмосфери. Заради виготовлення однієї «теслівської» батареї необхідно пожертвувати приблизно 10 т чистого природного середовища (кожна з них потребує 67 кг Co або 69 кг Ni, 24 кг Cu та 14 кг Li) [6]. Сумно відомий «синдром Катанги» (одна з провінцій Республіки Конго, де видобувається значна частина цих хімічних елементів без дотримання будь-яких заходів безпеки, зокрема й руками дітей).

В цій ситуації слід звернути увагу на вислів одного з директорів компанії Glencore, найбільшого постачальника кобальту: «Електромобілі – це не турбота про навколишнє середовище та чисте повітря. Це спосіб переділу

автомобільного ринку. Китайці розуміють, що ніколи не обженуть Європу або Японію щодо напрацювань в області ДВЗ або трансмісій, тому намагаються перестрибнути це і стати на чолі електроери».

Список використаних джерел

1. Жолквер М. Електромобілі та захист клімату: екологічні міфи і реалії (14.01.2020). DW.COM. Vade for minds. URL: <https://www.dw.com/uk>.
2. Захід епохи ДВЗ: Де і коли повністю заборонять автомобілі з дизельними і бензиновими двигунами. Devview Review, № 78 (23.11.2020). URL: <https://fra.org.ua/uk/an/publikatsii/novosti/>.
3. Крючкова В. В., Марченко Ю. В., Гринь С. А. Электромобиль. Его особенности и преимущества с точки зрения экологии. Молодий вчений. 2016. № 12 (39) . С. 44-47.
4. Чусов В. Лжеэкологичность. Электромобили спасут мир? Или нет? (19.01.2020). URL: <https://www.drom.ru/info/misc/73344.html>.
5. Редзюк А. М. Про стан і перспективи використання електромобілів / Редзюк А. М., Агеев В. Б., Устименко В. С., Клименко О. А., Закревський О. І. URL: <http://www.insat.org.ua/files/menu/tk/info/energo/PerspEV.pdf>.
6. Сидорович В. Дизель или электромобиль. Сравнение экологии и климатического баланса (06.05.2019). RenEn. URL: <https://renen.ru/diesel-or-electric-car-comparison-of-ecology-and-climate-balance//>.

Сень О.В.

кандидат економічних наук,
*Полтавський державний аграрний університет,
м. Полтава, Україна*

СТАЛИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ РЕГІОНІВ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРІОРИТЕТІВ УКРАЇНИ

Сільські території, як сфера потужного і в активному розвитку аграрного виробництва, відіграють ключову роль в економіці нашої держави. Але з іншої сторони ці ж сільські території є сферою життя біля 30 відсотків населення нашої країни. І в цьому сенсі ситуація на них більшістю вчених і фахівців визнається критичною і , що гірше , має тенденцію до загострення. Низькі доходи населення на сільських територіях і високий рівень безробіття , демографічні проблеми , значно нижчі стандарти життя і занепад соціальної сфери саме на це вказують.

Проблеми виникли не сьогодні. Вони були ще на зорі незалежності України. При реформуванні сільського господарства на початку 2000

років були сподівання що відновлення і зростання виробництва на основі ринкових перетворень дасть стимул і покращенню соціальної ситуації на селі. На жаль, вони не справдилися. А в даний час впровадження нових технологій і згорання недостатньо прибуткових для аграрного бізнесу галузей, як то тваринництва чи овочівництва, ведуть до подальшого збільшення невитребуваних трудових ресурсів на селі.

При законстатованій державою пріоритетності соціального розвитку села, яка навіть зафіксована в Законах України «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві» [1] (1990 р.) та «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року» [2] (2005 р.) , основна увага і підтримка ввесь цей час була направлена на розвиток сільськогосподарського виробництва. І це дало вагомі результати. Проблеми ж самих жителів села констатувалися, але системно не вирішувалися.

В пошуках найбільш ефективного виходу з даної критичної ситуації , враховуючи євроінтеграційний курс нашої держави , доцільно звернути увагу на політику Європейського Союзу щодо сільських територій. Вона направлена на сталий розвиток сільських територій та ґрунтується на концепції збалансованого розвитку , основна суть якого викладена в 1987 році доповіді «Наше спільне майбутнє» Г.Х. Брунтланд- на той час Голови Міжнародної комісії з навколишнього середовища і розвитку ООН : *розвиток, за якого нинішні покоління задовольняють свої потреби, при цьому не ставлячи під загрозу можливість задовольняти потреби майбутніх поколінь.*

Концепція збалансованого розвитку була платформою для скликання в 1992 році в Ріо-де-Жанейро, Бразилія Другої Конференції ООН з питань природного середовища та розвитку, яка мала назву «Саміт Землі». В результаті було прийнято п'ять підсумкових документів. Серед них особливе значення має «Порядок денний на ХХІ століття», який рекомендує кожній країні розробити національну стратегію збалансованого розвитку з урахуванням необхідних природоохоронних заходів.

У 2012 році 180 лідерів країн з Організації Об'єднаних Націй знову приділили увагу сталому розвитку на Конференції ООН зі сталого розвитку або Конференції Ріо + 20 у політичному підсумковому документі "Майбутнє, якого ми прагнемо».

А у вересні 2015 року у Нью-Йорку на Саміті ООН зі сталого розвитку документом «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року» Саміту було затверджено 17 цілей сталого розвитку.

Більш ніж 56% населення в 27 державах-членах Європейського Союзу проживають на сільських територіях, які охоплюють 91% всієї території ЄС, тому розвиток сільських територій був і залишається життєво важливим об'єктом економічної політики цього об'єднання.

Всі заходи європейської політики які стосуються розвитку сільських територій, об'єднані і представлені окремим блоком у структурі заходів Спільної аграрної політики.

Орієнтація політики в попередні програмні періоди на дотримання цільових індикаторів щодо освоєння коштів, тепер змінилася у напрямку необхідності досягнення результативних цільових показників реалізації політики сільського розвитку [5 с. 356].

В останні роки Європейська комісія виробила оновлені цілі у рамках Спільної сільськогосподарської політики , серед яких:

- підтримувати фермерів та підвищувати продуктивність сільського господарства, забезпечуючи стабільне постачання доступного продовольства, збільшення доходів;

- захищати фермерів ЄС і забезпечувати їм належні умови життя, сприяти зміні поколінь;

- боротися зі змінами клімату й забезпечувати стале управління природними ресурсами – захист довкілля;

- підтримувати сільські території та зберігати сільський ландшафт на території ЄС;

- підтримувати сільську економіку шляхом сприяння створенню робочих місць у сільському господарстві, агропродовольчій та суміжних галузях [6].

Тобто політика розвитку сільських територій ЄС має основні три напрямки: підтримка сільськогосподарських виробників , підтримка комплексних проєктів розвитку сільської інфраструктури та захист довкілля. Можна зробити висновок, що переведення сільських територій на модель сталого розвитку слід вважати фундаментальним завданням у розбудові цивілізованої демократичної держави [7 с.149].

Такі підходи є в повній мірі актуальними і для України . І хоча наша держава ще в 1992 році задекларувала своє бажання перейти на шлях до

сталого розвитку на Конференції ООН з довкілля та розвитку в Ріо-де-Жанейро та вживала певні заходи, проте значною ефективністю та результативністю вони не відзначилися.

Цілий ряд ініціатив щодо прийняття на законодавчому рівні Концепції сталого розвитку країни не увінчалися успіхом. «Комплексна програма реалізації на національному рівні рішень, прийнятих на Всесвітньому саміті зі сталого розвитку, на 2003-2015 роки», затверджена постановою Кабінету Міністрів України № 634 від 26 квітня 2003 р. була відмінена у 2011 році під час скорочення кількості та укрупнення державних цільових програм, незважаючи на важливість своїх завдань.

У вересні 2019 року було підписано Указ Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» [3]. Згідно з цим Указом, цілями сталого розвитку України до 2030 року визначено подолання бідності, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільського господарства, сприяння сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх, створення стійкої інфраструктури^[3]. В ньому також визначені цілі сталого розвитку України, які мають стати орієнтирами для розробки відповідних прогностичних і програмних документів, які, на жаль, до цього часу не розроблено і не прийнято.

Враховуючи, що передумовою для сталого розвитку України є формування й впровадження виваженої державної політики щодо сільських територій, то така робота ще попереду. Фінансування з Державного фонду регіонального розвитку будівництва деяких об'єктів соціальної інфраструктури і доріг в сільській місцевості є важливим і позитивним, але не вирішує проблеми в цілому.

Тому є нагальна потреба в розробці і реалізації Комплексної програми сталого розвитку сільських територій України. Основою для неї може стати розробка вчених Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» НААНУ «Стратегічні напрями сталого розвитку сільських територій на період до 2030 року»[4].

Саме в такій Програмі може бути законстатована і чітко окреслена державна політика в сфері сільського розвитку. Як пропонують науковці, «стратегія сталого розвитку сільських територій спрямовується на:

забезпечення розвитку соціально необхідної, конкурентоспроможної та екологічно безпечної для населення економіки сільського господарства;

розбудову соціуму села та підвищення рівня якості життя сільського населення..., скорегованого передусім на базовий рівень місцевого самоврядування;

підтримка екологічної рівноваги з обов'язковим врахуванням збалансованого використання та примноження природних ресурсів сільських територій»[4с.7].

Важливо щоб вона мала дійсно комплексний характер. На сьогодні різні сфери сільського буття, як то розвиток виробничої діяльності, освіта, охорона здоров'я, культура, інфраструктура, в сфері відповідальності різних міністерств і органів виконавчої влади. Завдання Програми об'єднати і скоординувати зусилля і можливості цих органів та новостворених об'єднаних територіальних громад. Через неї можливо сконцентрувати і забезпечити найбільш ефективне використання фінансових ресурсів не тільки держави, а і з інших джерел.

З огляду на соціально-економічні проблеми та реформи, які проводяться в Україні, включаючи адміністративні, для реалізації в Україні ефективної політики розвитку села важливо використати досвід реформ Спільної аграрної політики ЄС, наслідком якої стало домінування розвитку сільських територій над іншими її завданнями.

Досвід зазначених перетворень повинен стати корисним для побудови політики розвитку села в Україні та розробки концептуальних підходів щодо розв'язання його проблем [8с.7].

Список використаних джерел:

1. Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві: Закон України №400-ХІІ від 17.10.1990.URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/400-12#Text>.
2. Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року: Закон України № 2982-IV від 18.10.2005. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2982-IV#Text>.
3. Про цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: Указ Президента України №722/2019 від 30.09.2019.URL: <https://www.president.gov.ua/documents/7222019->.
4. Стратегічні напрями сталого розвитку сільських територій на період до 2030 року /Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Булавка О.Г. та ін./; за ред. Ю.О.Лупенка Київ : ННЦ ІАЕ, 2020. 60 с.

5. Рєзніков В. В. Державна політика розвитку сільських територій в контексті євроінтеграційних прагнень України . URL: http://91.234.43.156/bitstream/123456789/10420/1/Zbirnik%20NUCZU_2019_2%20%2811%29_-352-362.pdf.

6. Назаренко А. Спільна сільськогосподарська політика ЄС – актуальна для України. URL: <https://agroexpert.ua/spilna-silskohospodarska-polityka-ies-aktualna-dlia-ukrainy/>.

7. Талавиря М.П. Розвиток сільських територій на засадах сталості. Науковий вісник Ужгородського університету 2016. Серія Економіка. Випуск 1(47).Т.2. с.146-150.

8. Гоголь Т.В. Становлення Спільної аграрної політики Європейського Союзу та регулювання розвитку сільських територій. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej15/txts/12GTVRST.pdf>.

Сенчук Т. Ю.

молодший науковий співробітник

Кулинич І. М.

молодший науковий співробітник

Гречка Г. М.

к.с.-г.н., старший науковий співробітник

ННЦ «Інститут бджільництва ім. П.І. Прокоповича», м. Гадяч, Україна

ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО – ШЛЯХ ДО ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Рух за здоровий спосіб життя, здорове харчування, заміну хутра тварин штучним, натуральний одяг, збереження енергії та природних ресурсів вже давно поширюється у світі та останніми роками дістався України. Споживачі поступово відмовляються від звичних речей та готові купувати екологічні товари та послуги, а пропозиція у підприємців поки що дуже скромна за кількістю та якістю, особливо у регіонах. Зелений бізнес створюється для задоволення потреб громади в продуктах і послугах, які чинять менший вплив на довкілля та покращують ситуацію з навколишнім середовищем. «Зелений» бізнес дотримується принципів екологічної збалансованості у своїй діяльності; прагне до використання відновлюваних ресурсів; може виробляти або постачати продукти та послуги; прагне використовувати ресурси й енергію; дотримується нормативних вимог щодо екологічних показників – які мінімально впливають на довкілля. [1, с. 131].

Дані світового досвіду свідчать, що інтенсифікація землеробства при надмірній хімізації порушує збалансованість ланцюгів в екосистемі. В умовах

сучасного ресурсного забезпечення засобами хімізації спостерігається від'ємний баланс гумусу, тому і спостерігається постійне зниження продуктивності орних земель. Скорочення сівозмін, зниження частки бобових культур у сівозміні та органічних компонентів в системі удобрення культур зумовлює застосування лише мінеральних добрив і це є основними чинниками деградації ґрунтів. Екологічне сільське господарство – це господарство, що опирається на інноваційні технології, де гарантована висока якість продуктів харчування, їх виробництва, економно використовуються природні ресурси, підтримується природний баланс. Основними екологічними ефектами від ведення екологобезпечного виробництва це є такі елементи як: захист і забезпечення відтворення ґрунтів; збереження екології довкілля через відсутність шкідливих викидів та випаровувань; виробництво високоякісних та екологічно чистих продуктів.

Одним із перспективних напрямків такого виробництва може стати органічний рух. На сьогоднішній день таке виробництво позиціонується як модний загальносвітовий тренд та взірцева збалансована модель сталого розвитку з позицій наявності низки явних екологічних, економічних та соціальних переваг, що притаманні цій сфері діяльності. Підвищення вимог до якості сільськогосподарської продукції зумовлено, з одного боку, процесами забруднення довкілля, застосуванням синтетичних хімікатів у виробництві. А з іншого – зростанням екологічної свідомості населення, бажанням споживачів, прихильних до ведення здорового способу харчування та фінансово спроможних, споживати біологічно цінні та корисні продукти. Система життєдіяльності окремо взятої особи покликана забезпечувати належний фізичний, соціальний та екологічний стан, вагома складова якої – споживання органічного продовольства. [2, с. 239].

На даний час сучасне виробництво органічної продукції в Україні сертифікується представниками іноземних компаній відповідно до норм та стандартів, які дійсні для країн ЄС, Канади, Японії, Швейцарії та інших. Іноземних сертифікатів в Україні близько дванадцяти. Також з 2009 року право на сертифікацію українських виробників, як виробників органічної продукції отримала українська компанія «Органік Стандарт». І вже в 2010 році на українському ринку вперше з'явився органічний мед [3, с. 57].

Поштовхом до розвитку органічного бджільництва стала не тільки економічна вигода, а ще й світова криза із бджолами в зв'язку із масовим застосуванням отрутохімікатів у сільському господарстві, які призводять до загибелі бджіл. Американські пасічники повідомляють про щорічну загибель

бджіл від 30 до 90 % бджолиних сімей. У найближчі десять років у Великобританії можуть повністю зникнути медоносні бджоли. Такі ж проблеми мають і пасічники в Німеччині, Греції, Португалії, Іспанії, Польщі, Канаді та Україні [4]. Побоювання фахівців зрозумілі: загибель бджіл може призвести до зникнення багатьох рослин. Майже 80% всіх рослин запилюють медоносна бджола *Apis mellifera* та інші дикі бджоли, причому частка диких запилювачів значно зменшилася внаслідок широкого, неконтрольованого застосування пестицидів.

Основою виробництва органічної продукції (сировини) бджільництва є виключення з технологічного процесу застосування хімічних добрив та пестицидів синтетичного походження, генетично модифікованих організмів та їх похідних, продуктів, вироблених генетично модифікованими організмами, консервантів тощо. Важливими є також кліматична зміна температури, вологості у довкіллі, технологічні методи ведення бджільництва. У процесі виробництва органічної продукції бджільництва її виробник повинен дотримуватися певних вимог, які прописані у Постанові «Про затвердження детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) бджільництва».[5, 6].

Для виробництва органічної продукції бджільництва мають бути забезпечені гідні умови утримання бджолиних сімей на пасіках. Слід використовувати такі технології, як адекватний підбір порід, сприятливе навколишнє середовище, достатньо збалансований кормовий конвеєр для забезпечення бджолиних запасів і відповідну пасічницьку діяльність.

Розвиток органічного виробництва є досить актуальним питанням сьогодення. Адже таке виробництво – цілісна система господарювання та одержання харчових та інших продуктів, яка поєднує в собі найкращі практики, що враховують збереження довкілля, рівень біологічного розмаїття, збереження природних ресурсів, застосування високих стандартів належного утримання бджолиних сімей, і методів виробництва, які відповідають певним вимогам до одержуваних продуктів.

Список використаних джерел

1. Івасик К. Екологізація підприємницької діяльності – важливий крок для збереження навколишнього середовища. *«Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах»*: матеріали IV Міжнародної наук.-практ. конф.(Тернопіль, 31 бер. 2020 р.). Тернопіль, 2020. С. 131-132.

2. Артеменко Л. Б. Органічне агровиробництво України: реалії та перспективи розвитку. «*Science and society*»: 12 міжн. Інтернет-конф. (13 чер. 2019 р.). Accent Graphics Communications, Гамільтон, Канада. С. 239-245.
3. Сенчук Т. Ю., Гречка Г. М., Рак Т. М. Можливості та перспективи органічного бджільництва в Україні. *Наук.-вироб. журн. «Бджільництво України»*. Київ, 2020. № 4. с. 57-61.
4. Землі загрожує повне зникнення бджіл до 2119 року: 5 вражаючих фактів. URL: <https://landlord.ua/news/zemli-zahrozhuie-povne-znyknennia-bdzhil-do-2119-roku-5-vrazhaiuchykh-faktiv/> (дата звернення: 23.03.2021).
5. Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції. Закон України від 02.08.2019 р. № 2496-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text> (дата звернення 23.03.2021).
6. Про затвердження Детальних правил виробництва органічної продукції (сировини) бджільництва: постанова Каб. Міністрів України від 23.03.2016 р. №208. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/208-2016-%D0%BF#Text> (дата звернення 23.03.2021).

Сиротюк Г. В.

к.е.н, доцент кафедри економіки, доцент,
Львівський національний аграрний університет
м. Львів, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СТАЛИХ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах публічні закупівлі становлять особливий інтерес, адже стосуються багатьох сфер економіки та є одним з найважливіших засобів фінансової та соціально-економічної політики країни. Ефективна та досконала система публічних закупівель дозволить знизити ресурсоємність національної економіки, підвищити якість продукції та послуг і ефективно використовувати бюджетні кошти. Саме від ефективності публічних закупівель залежить стрімкість економічного зростання країни.

У країнах Європейського Союзу розвиток сфери державних закупівель орієнтований на підвищення їх екологічної, інноваційної та енергозберігаючої складових, що узгоджується з реалізацією концепції державного регулювання економіки, яка направлена на забезпечення сталого виробництва і споживання. Такі закупівлі отримали назву сталих закупівель.

Сталі закупівлі – це ефективні закупівлі товарів, робіт та послуг з поліпшеними екологічними характеристиками та з врахуванням повної

вартості їх життєвого циклу. Це сучасний європейський підхід до здійснення закупівель, який включає: зелені публічні закупівлі; застосування нецінових критеріїв оцінки пропозицій учасників закупівель; оцінку товару за вартістю «життєвого циклу».

Сталі публічні закупівлі є тим важелем, яким може скористатися держава, щоб забезпечити збереження природних ресурсів, поліпшити стан навколишнього середовища, збільшити ринок екологічної продукції, запровадити енергозберігаючі технології, стимулювати розвиток інновацій та надходження інвестицій.

Застосування сталих публічних закупівель має певні переваги, які можна об'єднати у певні блоки (рис. 1).



Рис. 1. Основні переваги впровадження сталих публічних закупівель

Сталі публічні закупівлі на сьогодні успішно впроваджені у 89 країнах світу. Наша держава, згідно ст. 152 Угоди про Асоціацію з Європейським Союзом, зобов'язана впровадити на законодавчому рівні в систему публічних закупівель вимоги Директиви 2014/24/ЄС, які посилюють інтеграцію екологічних та соціальних критеріїв згідно стандартів, яких повинні дотримуватися виконавці контрактів, що закуповують товари, надають послуги чи виконують роботи за бюджетні кошти. Такими стандартами також є ті, що підтверджують якість продукції, екологічне маркування закуплених товарів, робіт та послуг протягом їх усього життєвого циклу [1].

Законом України «Про публічні закупівлі» № 114-IX для оцінки тендерних пропозицій передбачено використання таких критеріїв, як ціна товару, види закупівлі, вартість життєвого циклу чи ціна/вартість життєвого циклу поряд з іншими критеріями оцінки, серед яких такими критеріями є екологічні характеристики у технічних специфікаціях (критерії відбору), а також екологічні нецінові критерії [2].



Рис. 2. Міжнародні зобов'язання України щодо сталих закупівель

Застосування екологічних критеріїв відносно предмету закупівлі забезпечує виконання вимоги здійснення заходів із захисту довкілля. Згідно ст. 22 Закону України «Про публічні закупівлі» № 114-IX замовники можуть посилатися на вимоги як міжнародних, так і національних стандартів, що встановлюють екологічні критерії до предмета закупівель з визначеними характеристиками (енергоефективність, функціональні характеристики, токсичність, біологічний розклад та інші екологічні характеристики) [2]. Експерти з екології називають найголовнішими дві умови ефективного впровадження сталих публічних закупівель в Україні: бажання замовника застосовувати екологічні критерії; наявність компетентного персоналу, що спроможний обґрунтувати доцільність застосування і запровадити екологічні критерії.

Варто зазначити, що застосування екологічних нецінових критеріїв не впливає на шанс подати учасниками пропозицій, але може впливати на вибір переможця закупівлі, коли останні надаючи перевагу тим пропозиціям, які відповідають критеріям сталості.

Сталі публічні закупівлі покликані забезпечити баланс між трьома складовими сталого розвитку (рис. 3).

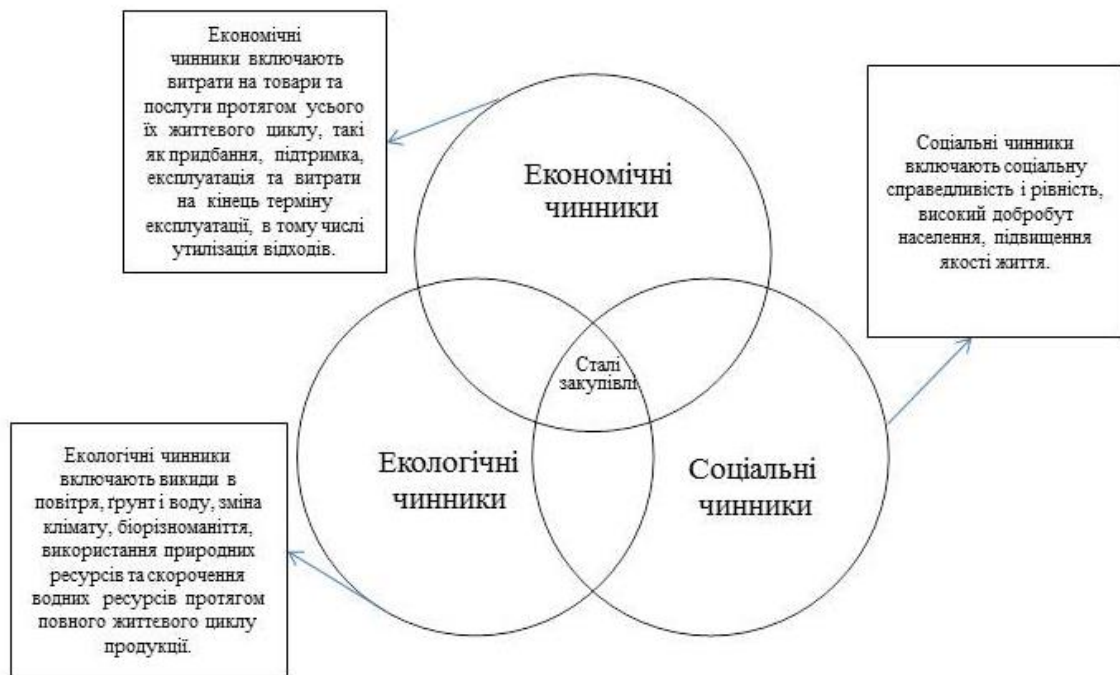


Рис. 3. Баланс складових сталого розвитку у сталих закупівлях

Застосування вимог до екологічних характеристик предмету закупівлі сприятиме досягненню таких стратегічних цілей державної екологічної політики: зростання ефективності використання водних ресурсів і енергії; зменшення шкідливих впливів на навколишнє середовище; зведення до мінімуму відходів виробництва в результаті переходу до замкнутого циклу; зменшення обсягу викидів парникових газів.

Отже, впровадження сталих закупівель дозволить державі досягати чільних економічних цілей завдяки переходу до інноваційних технологій, які мають незначний вплив на навколишнє середовище.

Список використаних джерел

1. Про державні закупівлі: Директива 2014/24/ЄС Європейського Парламенту і Ради ЄС від 26 лют. 2014 р. URL: http://eupublicprocurement.org.ua/wp-content/uploads/2015/02/EU-PP-Directives-Compendium_UKR.pdf (дата звернення: 10.03.2021).
2. Про внесення змін до Закону України «Про публічні закупівлі» та деяких інших законодавчих актів України щодо вдосконалення публічних закупівель: Закон України від 19.09.2019 № 114-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/114-20> (дата звернення: 16.03.2021).

Ставицька В. О.,

Здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»

Науковий керівник: Єгорова О.В., к.е.н., доцент

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ ОНЛАЙН-КРАУДФАНДИНГУ

В умовах сучасного ринку виділитися з основної маси проектів зі своїм бізнес-планом стає дедалі важче, внаслідок великої конкуренції серед стартапів. А для успішного бізнесу потрібні не лише гарна ідея та перевірена команда, а й гроші. Зібрати останні можна різними шляхами, поширеними є методи від залучення власних коштів до отримання кредитів. І хоч система 3F (з англ. friends, family and fools – «друзі, родина і дурники») [1] досі є найбільш актуальною, та все ж потрібно шукати й нові, альтернативні шляхи залучення інвестицій у свій проект. Зараз набуває популярності запуск збору коштів на краудфандинговій платформі.

З визначення цього поняття зрозуміло, що краудфандинг (з англ. Crowdfunding, crowd – «громада», а funding – «фінансування») або «фінансування громадою» – це механізм залучення фінансування з метою підтримки бізнесу або реалізації продукції, як правило, через інтернет-площадки [2]. Компанію ArtistShare засновану у 2000-2001 рр. слід вважати першою краудфандинговою платформою для музики. А саме явище «фінансування громадою» вперше було помічене у 1997 році, коли фанати британської рок-групи Marillion зібрали для артистів 60000\$ для організації туру групи по всій території США [3].

Існує кілька видів краудфандингу, а саме:

- без винагороди (пожертвування): люди просто жертвують гроші на реалізацію якоїсь ідеї, не очікуючи винагороди від її автора;
- нефінансове винагородження (модель Kickstarter): це можуть бути відео з особистими подяками від автора проекту, згадування інвестора при реалізації продукції тощо;
- фінансова винагорода (краудінвестинг): у такому випадку крупні інвестори розраховують на відсотки від реалізації продукції. Частіше за все такий вид краудфандингу зустрічається при спонсоруванні таких проектів, як розробка ігор та мобільних додатків, зйомки фільмів та записування музики [4].

З переваг краудфандингу можна виділити те, що він дозволяє отримати фінансування без участі банків, бірж та венчурних фондів. Тому для авторів

проектів цей процес є набагато легшим та демократичнішим. Він дає можливість збору коштів на свою справу без залучення кредитування та передачі авторських прав третім особам. Також це чудова можливість розповісти на весь світ про проект, не витрачаючи додаткові кошти, адже, зазвичай, розміщення заявок на краудфандингових онлайн-платформах є безкоштовним.

Важливим фактором є те, що автор проекту отримає кошти від інвесторів лише в тому випадку, якщо буде зібрана уся необхідна сума. Інакше, якщо сума виявиться менше заявленої, то гроші будуть повернені спонсорам, а автор ідеї не отримає нічого. Тому на подібні платформи мають потрапляти лише дійсно цікаві та значущі проекти, а вартість їх реалізації не має бути надто завищеною. Але платформа, на якій буде розміщено проект, також буде брати з автора певну комісію, яку радять враховувати при формуванні бюджету проекту. Вона може скласти від 5 % його вартості (наприклад, на платформі Kickstarter комісія складатиме 5 % від загальної суми збору, а також доведеться сплатити 2,9 % + 0,30 доларів з кожної пожертви, що менша за 10 доларів, банку) [5].

Існують і деякі ризики таких платформ, про які теж варто згадати. По-перше, —можливі шахрайства з боку «авторів» проектів – під виглядом благодійних ідей можуть бути організовані збори коштів, які не дійдуть до адресата, а потраплять у руки зловмисників. По-друге, якщо вчасно не запатентувати або не закріпити авторське право за своєю ідеєю, то будуть можливими ризики плагіату або й повного копіювання проекту з боку недоброчесних людей.

Наразі існує чимало чималий перелік краудфандингових платформ, дія яких поширена на увесь світ. Тому доцільним буде зупинитися лише на найпопулярніших з їх числа:

1. Kickstarter. Це наразі найвідоміша платформа для збору коштів. Вона більш орієнтована на творчі проекти, наприклад, на випуск нового музичного альбому або написання книги. Також тут відбуваються збори на продукти та винаходи, такі як особистий автомобіль з одним колесом або кишеньковий сонячний зарядний пристрій. Найбільш успішним проектом Kickstarter на сьогодні є розробка перших «розумних» годинників Pebble. Цей проект вперше був запущений на платформі у 2012 році. Тоді ж він зібрав 10,3 мільйона доларів від 68929 користувачів [4].

2. Indiegogo. На відміну від Kickstarter, ця краудфандингова платформа підтримує фінансування проектів абсолютно різних напрямків (аж до збору коштів на закриття програми «Дом 2») [6].

3. Patreon. Цю площадку створив музикант Джек Конті у 2013 році, коли шукав можливість заробітку на своїх популярних музичних відео на YouTube. У результаті, він разом із Семом Ямом розробив платформу, яка тепер дозволяє покровителям виплачувати певні кошти за кожну нову роботу митця. Здебільшого платформа спрямована на творчі проекти, такі як комікси, відео, фільми, музика, письменництво [7].

Наша країна також має власні краудфандингові платформи. Серед найпопулярніших з них провідні позиції займають – «Спільнокошт», «На старті» та «Куб» (від ПриватБанку). Перші дві платформи спеціалізуються більше на творчих та соціальних проектах, а от остання спрямована на фінансування бізнес-проектів. Також особливою відмінністю КУБ є те, що всі вкладення на цій платформі страхуються.

Отже, краудфандинг – це перспективний напрямок залучення фінансування, який надає багато нових можливостей для сучасної людини. Завдяки йому може бути реалізовано значно більше проектів, ніж у минулому. Оскільки, завдяки гнучкості свого механізму, краудфандинг відсіює деякі сумніви авторів цікавих проектів щодо того, що їхні ідеї можуть залишитися непоміченими. Наразі прослідковується тенденція підвищення зацікавленості людей до краудфандингових платформ, що дає позитивні результати у вигляді більшої кількості реалізованих у життя проектів.

Список використаних джерел

1. Стартап. Вікіпедія: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Стартап> (дата звернення: 07.03.2021).
2. Краудфандинг. Вікіпедія: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Краудфандинг> (дата звернення: 07.03.2021).
3. Marillion & The Rise Of Internet Crowdfunding. Untitled: веб-сайт. URL: <https://www.untitledblog.co.uk/post/marillion-the-rise-of-internet-crowdfunding> (дата звернення: 07.03.2021).
4. Краудфандинг: популярные площадки в Украине и мире. PaySpace Magazine Global: веб-сайт. URL: <https://psm7.com/analytics/kraudfanding-kak-privlech-investicii-i-realizovat-mechtu.html> (дата звернення: 07.03.2021).
5. Краудфандінг: як зібрати гроші для стартапу. Uteka: веб-сайт. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-delovye-novosti-36-kraudfanding-kak-sobrat-dengi-dlya-startapa> (дата звернення: 07.03.2021).

6. 20 краудфандингових платформ. Український спектр: веб-сайт. URL: <https://uaspectr.com/2020/05/18/20-kraudfandyngovyh-platform/> (дата звернення: 07.03.2021).

7. Patreon. Вікіпедія: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Patreon> (дата звернення: 07.03.2021).

Сурнін К.А.

здобувач вищої освіти СВО бакалавр
спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Мороз С.Е.

к.п.н., доцент кафедри підприємництва і права, доцент,
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна

SOFT SKILLS – КОМПЕТЕНЦІЇ ПІДПРИЄМЦЯ ХХІ СТОЛІТТЯ

Поняття підприємця і підприємницької діяльності вперше було схарактеризоване Р. Кантильоном ще на початку XVIII ст., проте науковий інтерес до вивчення особистісних якостей підприємців та їх ролі у процесі створення і становлення нового бізнесу є одним з ключових напрямків досліджень на сучасному етапі розвитку теорії підприємництва.

Науковці, зокрема, звертають увагу, що одна з основних проблем, з якими стикається більшість підприємців-початківців, полягає у відсутності управлінських, комунікаційних, маркетингових та інших навичок, необхідних їм для початку роботи. Як правило, підприємницькі навички поділяють на три категорії: особисті, управлінські та технічні. Саме на особистих навичках буде акцентовано увагу у нашому дослідженні.

У сучасному світі професіоналу будь-якої сфери зайнятості, щоб бути затребуваним на ринку праці, швидко побудувати кар'єру і домогтися особистого успіху, необхідно володіти soft skills, так званими «м'якими навичками»: вмінням спілкуватися і нестандартно, творчо мислити; працювати у команді й брати на себе відповідальність; ефективно організовувати свій час і швидко адаптуватися до нових ситуацій тощо. Тобто, необхідно володіти соціальними якостями, які в освітньому середовищі прийнято називати універсальними компетенціями. Саме універсальні компетенції допомагають фахівцям знаходити й ухвалювати оптимальні зважені рішення у широкому спектрі щоденних професійних завдань.

Навички soft skills не піддаються кількісному вимірюванню і, як правило, не описані у посадових інструкціях, проте, на думку дослідників [1], саме вони

забезпечують високу продуктивність праці у будь-якій галузі та впливають на швидкість і якість вирішуваних завдань.

За результатами порівняльного аналізу та критичної оцінки експертних оцінок soft skills та визначень, наведених у літературних джерелах [1-3], нами виділені особливості сприйняття цього поняття, які актуальні для бізнесу:

- активне навчання, особливо опанування нових технологій і методів;
- координація, вміння управляти процесами і людьми в умовах динамічного середовища;
- уміння вести переговори, домовлятися;
- здатність навчати інших, особливо у стресових умовах;
- інформаційна грамотність – вміння працювати з програмним забезпеченням, з сервісами в Інтернеті;
- клієнтоорієнтованість – здатність розуміти, чого хоче споживач, а також вирішувати ці потреби;
- усна комунікація – уміння говорити так, щоб тебе слухали і чули, щоб прислухалися, розуміли і довіряли;
- здатність вирішувати нестандартні та складні завдання;
- операційна грамотність;
- тайм-менеджмент – планування і управління часом.

Слід підкреслити, що серед характеристик soft skills, які безпосередньо пов'язані з підприємницькою діяльністю, у наукових дискусіях також часто зустрічаються такі навички, як:

- орієнтація на результат або цілеспрямованість;
- аналітичне мислення;
- комунікабельність – у контексті проведення переговорів, вміння переконувати, аргументувати, та увага до деталей або педантичність.

Як зазначають аналітики, стрімке зростання конкуренції, створення нових ринків, нові вектори діяльності підприємств малого та середнього бізнесу – все це стало поштовхом для нового підходу до ведення підприємницької діяльності. Наголос робиться на уміння підприємця передбачати різноманітні зміни в галузі. Якщо бізнесмен зможе спрогнозувати, які послуги чи продукти знадобляться споживачам через 3-5 років, – він матиме можливість завчасно змінити систему функціонування підприємства та отримає перспективи розвитку.

У сучасних умовах вже не діють і старі інструменти управління колективом. Якщо раніше керівнику було достатньо просто керувати підприємством, то сьогодні він має вести за собою людей, а також вміти

делегувати свої повноваження. Працівникам доцільно давати більше свободи, щоб вони пропонували рішення, які підприємець не може знайти сам. Грамотне управління компанією, створення неконфліктного середовища, а також пошук професіоналів до команди, які будуть компетентними та зацікавленими і готовими до реалізації відповідних задач – важливі завдання підприємця. Наголосимо, що відмова чи страх підприємця перед змінами може стати причиною його банкрутства.

Виділити абсолютно всі *персональні soft skills підприємця* XXI століття, які варто використовувати при побудові бізнесу, неможливо. Проте для того, щоб зробити власну справу успішною, варто знати та розуміти наступне:

- *soft skills* у переважній більшості випадків неможливо опанувати «за підручником», за допомогою віддалених технологій навчання або самостійно, для цього потрібні жива практика і багато спілкування;

- для розвитку *soft skills* важливим є навчання на досвіді інших і нетворкінг, а також дослідження конкретних ситуацій з пропозицією оптимальних шляхів вирішення, пошук і освоєння більш ефективних моделей поведінки при вирішенні професійних завдань;

- *soft skills* швидко трансформуються залежно від ситуації або оточення, їх сфера використання не обмежується професійною сферою, вони рухливі і постійно модифікуються, удосконалюються.

Переговорні, лідерські якості, навички *self-менеджменту* і системного мислення, управлінські здібності, здатність управляти емоціями і стресом, рефлексія, правильне цілепокладання – це також важливі якості підприємця, які відносять до соціально-психологічних та/або соціально-комунікативних навичок *soft skills*. Ми погоджуємося із науковцями, які вважають, що успішний підприємець зазвичай відрізняється високою, але досить об'єктивною, тверезою самооцінкою, що дозволяє йому реалістично зважувати свої можливості, самокритично і продуктивно оцінювати власний досвід і заповнювати проблеми в знаннях [3].

Узагальнюючи викладений матеріал, маємо констатувати факт, що у доповіді LinkedIn 2019 року щодо основних трендів, які будуть диктувати умови на ринку праці, перші позиції відведені *soft skills*, і це, на нашу думку, зайвий раз підкреслює, що у бізнесі всі процеси пов'язані з відносинами. Незалежно від того, яким бізнесом керує підприємець, щоб досягти успіху він повинен вміти взаємодіяти з людьми. Вважаємо, що саме ті підприємці, які ефективно реагують на зміни і нові виклики ринку, вміють поєднувати професійні навички з особистими, швидко знаходять спільну мову з різними

людьми, у результаті створюють компанії, які краще конкурентів задовольняють запити споживачів і сприяють сталому розвитку держави.

Отже, здобувачам вищої освіти, які будуть активно реалізовувати себе у професії через два-три роки, вже сьогодні необхідно активно розвивати спеціальні навички та компетенції, які допоможуть швидко знайти своє місце у мінливій реальності ринку праці.

Список використаних джерел

1. Robles M. M. Executive Perceptions of the Top 10 soft skills needed in today's workplace. *Business Communication Quarterly*. 2012. № 75 (4). P. 453-465. Available from: URL : <https://doi.org/10.1177/1080569912460400> (date of access: 24.03.2021).
2. Підприємець більше не король свого бізнесу. URL : https://biz.ligazakon.net/news/184863_pdprimets-blshe-ne-korol-svogo-bznesu (дата звернення 24.03.2021).
3. Бень Н. Портрет успішного підприємця. URL : <https://bit.ly/3m7rOlN> (дата звернення 24.03.2021).

Тетерюк Р. С.

здобувач вищої освіти СВО Магістр, ОПП Підприємництво
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Михайлова О. С.

к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємства і права,
Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна

Гусейнов М. Д.,

д.е.н., професор,

Азербайджанський державний аграрний університет

ПОТРЕБА ВПРОВАДЖЕННІ СИСТЕМИ НАССР У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Зважаючи на вимоги європейського ринку і валідацію у виробничій та переробних галузях системи НАССР, вважається за необхідне впровадження цих заходів і в Україні. Система НАССР (*англ. НАССР — Hazard Analysis and Critical Control Points*) – упереджувальна система, яка ідентифікує, оцінює і контролює небезпечні фактори, що є визначальними для безпечності харчових продуктів [3]. Одним із надійних засобів захисту споживачів харчових продуктів є система НАССР — яка ідентифікує, оцінює і контролює небезпечні фактори, що є визначальними для безпечності харчових продуктів. Вона гарантує безпечність продукції на повному шляху харчового ланцюжка

та надає змогу виявити усі критичні точки, які можуть вплинути на безпечність кінцевого продукту, усунути шкідливі фактори та контролювати повний процес виробництва. Ця система запроваджується для забезпечення безпеки продукції на всьому шляху харчового ланцюга і дає змогу виявити всі критичні точки, що якимось чином можуть впливати на безпеку готового продукту, а також, усунути шкідливі фактори та проконтролювати увесь процес виробництва. В більшості цивілізованих країн, така система на законодавчому рівні є обов'язковою, це США, Канада, Японія, Європейський союз та інших.

Вперше НАССР, офіційно визнано в Україні шляхом затвердження Національного стандарту ДСТУ ISO 22000:2007 «Система управління безпечністю харчових продуктів» [1]. Цим стандартом встановлені вимоги до системи управління безпечністю харчової продукції, що поєднує: системне керування; інформаційну взаємодію; виконання програм, передумов і впровадження принципів НАССР.

Так у «Наказі №784 від 24.04.2020 Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України» [2], затверджено правила застосування спрощеного підходу до розроблення, запровадження та використання постійно діючих процедур, заснованих на принципах системи аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках (НАССР), в якому визначено загальні положення, умови та спосіб застосування спрощеного підходу до розроблення, запровадження та використання постійно діючих процедур, заснованих на принципах системи НАССР. В документі чітко прописані заходи контролю, що складаються з систем-передумов що призначені для цілком ефективного функціонування системи безпечності кормів, що мають бути впроваджені та задокументовані до впровадження системи НАССР, які охоплюють зокрема: зображено на рисунку 1.

На сьогодні не існує чіткого наказу Мінекономіки з методичними настановами для сільськогосподарських товаровиробників, проте зазначені вище факти вказують на необхідність впровадження та реалізації системи НАССР у сільському господарстві.

За даними сайту AGRONEWS, в Україні НАССР впровадили 90% великих підприємств. Цей крок їм довелося зробити через вимоги партнерів та експорт продукції [4].

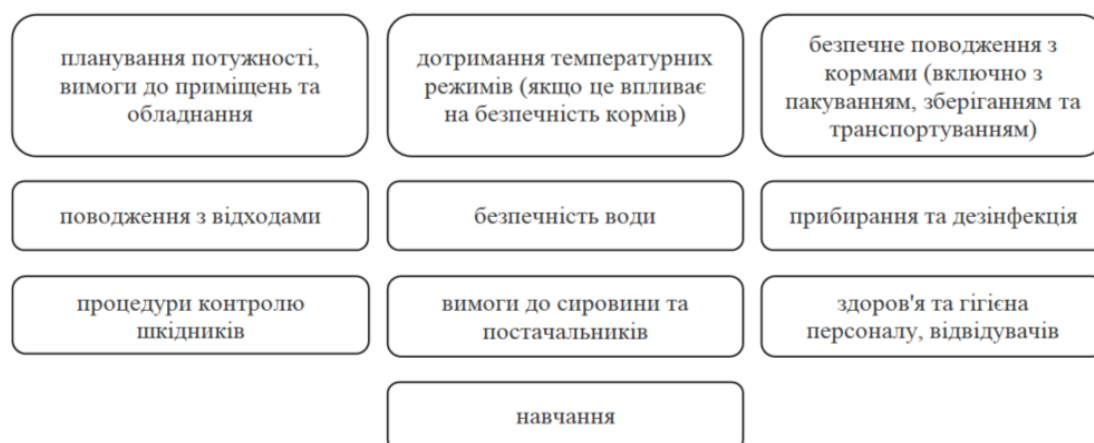


Рис.1 Системи-передумов для системи безпечності кормів на сільськогосподарських підприємствах

Отже, зважаючи на євро інтеграційні процеси України, та останні тенденції світових товаровиробників, задля утримання конкурентних переваг на світових ринках, а також розвитку та популяризації безпечної продукції необхідність у розробці та впровадженні системи НАССР для Українських сільськогосподарських товаровиробників є значною. Тим паче, нині держава не змушує діяти у жорстких рамках, а дає можливість виробникам та переробним підприємствам до запровадження спрощеної системи НАССР, де застосовуються лише ті процедури, яких буде достатньо для виробництва безпечної продукції з урахуванням особливостей потужностей та відповідно до оцінки ризику.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ ISO 22000:2007: URL : https://haccp.center/assets/files/DSTU_ISO_22000-2007.pdf (дата звернення 17.03.2021).
2. Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України Наказ №784 від 24.04.2020: URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0427-20#Text> (дата звернення 17.03.2021).
3. Система НАССР в Україні: кому, навіщо, з якою метою? : URL : <https://agroreview.com/news/systema-nassr-v-ukrayini-komu-navishcho-z-yakoyu-metoyu?page=54> (дата звернення 17.03.2021).
4. Як штрафуватимуть підприємства за відсутність системи НАССР: URL : <https://agronews.ua/news/v-ukraini-za-vidsutnist-systemy-haccp-shtrafuvatymut-na-150-tys-hrn/> (дата звернення 17.03.2021).

Тимко А. К.

здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»

Науковий керівник – **Єгорова О. В.**, к.е.н., доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень, доцент,

*Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна*

РИЗИКИ ІНВЕСТИЦІЙ У КРИПТОВАЛЮТУ

У сучасному світі під впливом ІТ-технологій постійно трансформується економічна система. Внаслідок таких змін з'являються нові фінансові інструменти, прикладом яких є криптовалюта.

Криптовалюта – це цифрова (віртуальна) валюта, яка складається з монет [1]. Наразі існує близько тисячі криптовалют, найпершою та найдорожчою серед них є Bitcoin.

З початку свого виникнення у 2009 році він стрімко розвивався, адже мав значні переваги. По-перше, проводити розрахунки віртуальною валютою швидше, зручніше та легше, ніж звичною для нас валютою. Також інвестиції в криптовалюту можуть бути надзвичайно прибутковими, адже його вартість з моменту появи збільшилася від 0 до 50 тис. доларів. Іншими перевагами є високий рівень анонімності, адже персональні дані власників не вказуються; зниження витрат на оформлення документів на паперових носіях, адже документація тут є електронною. Також варто звернути увагу на те, що на криптовалюту не впливає економічна і політична ситуація в тій чи іншій країні, на відміну від національних валют, тому в цьому сенсі криптовалюта має значно менші ризики.

Але поряд з перевагами існує ще більша кількість недоліків та ризиків у її використанні.

Найпершим ризиком, що може чекати власника криптовалюти є нестабільний курс. Її ціна залежить від багатьох різноманітних чинників, серед яких попит, новини чи навіть пост лідера думок в Twitter [5]. Курс криптовалюти неможливо прогнозувати. Експерт Станіслав Под'ячев зазначає: «Це так само, як дивитись у вікно, щоб вгадати, чи буде дощ наступного тижня. Тільки з погодою виходить точніше» [5].

Наприклад, зовсім нещодавно на тлі того, що компанія Ілона Маска Tesla придбала криптовалюту Bitcoin на 1,5 млрд доларів, його курс побив усі рекорди, перевищивши позначку у 50 тис. доларів. При цьому слід врахувати, що на початку 2021 року його вартість становила менше 30 тис. доларів.

Іще більше прикладів того, як ціна на Bitcoin різко падала. Наприклад, у 2018 році після повідомлення влади Китаю про намір заблокувати доступ до платформ за одну добу його ціна знизилася на 25%.

Існують дуже високі ризики втратити свою валюту внаслідок хакерської атаки. Зокрема, у 2018 р. хакерами було вкрадено криптовалюти на суму \$1,1 млрд. [4]. Порівняно з банком, викрасти гроші з електронної біржі значно легше. До цього слід додати те, що на ринку криптовалют відсутнє регулювання законом, через що кількість шахраїв у мережі зростає.

Також ризик втрати криптомонет може полягати у тому, що користувач може елементарно забути ключ для доступу до електронного кабінету. Оскільки всі транзакції, що пов'язані з віртуальною валютою анонімні, то довести факт володіння коштами є неможливим. Так, наприклад, у США програміст забув пароль від гаманця з Bitcoin на \$220 млн.

Слід зазначити, що такі випадки є непоодинокими. За даними статистичних досліджень, власники близько 20% всіх монет Bitcoin загубили пароль від свого гаманця. Загальна сума, враховуючи поточний курс, становить приблизно 140 мільярдів доларів [3].

Важливим фактором, що підвищує ризиковість інвестицій у криптовалюту, є те, що багато держав її не визнають. Легітимність криптовалют варіюється в залежності від країни. Такі країни як Великобританія, США, Канада та Німеччина законодавчо сприяють розвитку криптовалют, у Японії та Білорусі з 2017 року криптовалюта отримала статус валюти. А от, наприклад, у Непалі, Алжирі чи інших країнах третього світу її використання карається законом, а користувачі переслідуються [2]. Щодо України, то статус криптовалюти є законодавчо не визначеним.

Зважаючи на такий статус криптомонет впливає, що і контроль на їхній біржі не забезпечується. Це створює додаткові небезпеки для користувачів віртуальної валюти, адже їхні активи не захищені від шахрайств. Це стало причиною того, що більшість підприємств торгівлі та сервісу не зацікавлені у використанні криптовалюти як засобу платежу.

Ще однією проблемою у сфері віртуальної валюти є стягнення високої комісії за проведення транзакцій. Через це неможливо здійснювати транзакції невеликих розмірів, адже розмір комісії може перевищити саму транзакцію.

Отже, можна зробити висновок про те, що інвестиції в криптовалюту є особистою відповідальністю кожної людини, що ними займається. З одного боку, на них можна добре заробити, але з іншого – віртуальна валюта є ненадійною та ніким не контрольованою. Можливо у майбутньому

криптовалюту легалізують і вона буде повноцінним платіжним засобом, але на даному етапі ризиків іще забагато.

Список використаних джерел

1. Біткоїни – цифрові гроші майбутнього. *Futurio*: веб-сайт. URL: <http://thefuture.news/bitcoin/>.
2. Двуліт З. П., Передало Х. С., Тиліпська Р. Б. Криптовалюта: стан та тенденції розвитку. *Економіка та держава*. 2019. № 1. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2019/4.pdf.
3. Коломієць В. О. У США програміст забув пароль від гаманця з Bitcoin. *Hromadske*. 2021. URL: <https://hromadske.ua/posts/pravoohoronci-viyavili-shemu-z-dozvolami-na-zbroyu-dozvilnu-sluzhbu-rozformuvani-vidani-dokumentu-anulyuyut>
4. Мартищенко. Б. О. Аналіз криптовалют як альтернативного інвестиційного класу. *Економіка та держава*. 2020. № 1. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/1_2020/5.pdf
5. Щербань О. В. Криптоінвестиції: переваги та ризики інвестування у криптовалюту. *Investory News*. 2019. URL: <https://investory.news/kriptoinvesticii-perevagi-ta-riziki-investuvannya-u-kriptovalyutu/>.

Тимошенко І. В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
Полтавський державний аграрний університет,
м. Полтава, Україна

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Світова спільнота переживає глобальну економічну кризу, викликану пандемією COVID-19, і зусилля кожної країни сьогодні спрямовані на мінімізацію її негативних наслідків. Одним з інструментів подолання соціально-економічної нестабільності суспільства в посткризовий період може стати соціальне підприємництво (СП). У загальноприйнятому трактуванні соціальним вважається підприємництво, бізнес-модель якого орієнтована не тільки на отримання прибутку, а й на пошук креативних підходів до вирішення соціально значущих проблем. Розвиток соціального підприємництва західні дослідники пов'язують з «провалами ринку і держави у виробництві суспільних благ», що зумовлюють неможливість суспільства ефективно вирішувати соціальні проблеми традиційними способами ринкової

економіки та державної підтримки [1, с. 268]. Його перспективи вони вбачають у здатності поєднувати економічну ефективність бізнесу із соціальною спрямованістю діяльності і на цій основі знаходити нестандартні рішення особливо у таких сферах, як медична допомога, інклюзивна освіта, збереження екосистеми, скорочення безробіття серед молоді, поліпшення добробуту незахищених верств населення тощо. Рейтинг країн з найкращими умовами для розвитку соціального підприємництва традиційно очолюють Великобританія і США. У 2019 році в Топ-10 країн-лідерів увійшли Канада, Австралія, Франція, Бельгія, Сінгапур, Данія, Нідерланди, Фінляндія, Індонезія і Чилі [2].

Соціальне підприємництво отримало визнання світової громадськості і науковців у 1980-90-х роках, коли стали очевидними масштаб його діяльності та обсяг вирішуваних завдань. Першими організаціями, створеними для дослідження феномену СП та навчання й підтримки соціальних підприємців були «Фонд Ашока» (1980), «Echoing Green» (1987), «Фонд Сколла» (1999) і «The Manhattan Institute's Social Entrepreneurship Initiative» (2001) в США; «Canadian Centre for Social Entrepreneurship» і «Canadian Social Entrepreneurship Foundation»; «The School for Social Entrepreneurs» в Великобританії (1997) і «Фонд Шваба» в Швейцарії (1998).

Підвищення інтересу світової громадськості до СП викликало нагородження Нобелівською премією миру соціальних підприємців Вангарі Маатаї (2004 р.), яка започаткувала екологічний неурядовий рух «Зелений пояс» у Кенії, та Мухаммада Юнуса (2006 р.) – бангладеського професора економіки, фундатора мікрофінансування й засновника мікрокредитної організації «Грамін Банк» для боротьби з бідністю в країнах Азії, Африки і Латинської Америки. Це сприяло відкриттю дослідних центрів при університетах, виникненню міжнародних співтовариств учених, появи міжнародних реферованих журналів: «Stanford Social Innovation Review», «Social Enterprise Journal», «Journal of Social Entrepreneurship», «Journal of Social Business», «International Journal of Social Innovation ». СП стало розглядатися не тільки як ефективний засіб вирішення соціальних проблем, а й як явище, здатне викликати інституційні, соціальні та економічні перетворення [3, с. 14-15].

Термін «соціальне підприємництво» набув поширення завдяки Біллу Дрейтону – засновнику міжнародної асоціації лідерів СП «Ashoka: Innovators for the Public». Він використовував його для опису особи, яка у своїй діяльності поєднує методи бізнесу з цілями соціального реформатора. У науковий обіг

дане поняття ввів Грегорі Діз – директор Центру розвитку соціального підприємництва університету Дюка (США).

Академічна наука пропонує різні концептуальні підходи до визначення змісту соціального підприємництва. Одні дослідники розглядають СП як дії некомерційних організацій, що базуються на самофінансуванні і націлені на рішення або пом'якшення гострої суспільної проблеми (Дж. Остін, Г. Стівенсон, М. Коттон, С. Уоллес); інші – як форму підприємницької, діяльності, де бізнес-процеси є інструментом досягнення соціальних цілей (М. Хальміх, Дж. Лаурі, С. Сагава, Е. Сегал); треті вважають його механізмом вирішення соціальних проблем суспільства через впровадження інновацій (С. Альворт, Л. Браун, С. Кліттс). Вчені з Барселонського університету Деббі Брок і Сьюзен Стейнер у додатку до статті «Social Entrepreneurship education: Is it achieving the desired aims?» («Освіта в галузі соціального підприємництва: чи досягає вона бажаних цілей?») наводять 13 дефініцій, запропонованих як теоретиками, так і практиками-організаторами соціального підприємництва (Фондами Ашока, Шваба, Сколла). Однак однозначності у трактовці СП не досягнуто [4, с. 1134].

Теоретичні дискусії та термінологічна різноманітність, на думку науковців, викликані тим, що розвиток концепції соціального підприємництва йде по шляху від практики до теорії, еволюціонує і уточнюється паралельно з розширенням даної галузі й формується на основі аналізу існуючих кейсів. Соціальні підприємства можуть приймати різні організаційно-правові форми: некомерційні, комерційні, гібридні. Складна, змішана природа СП обумовлена як відносною новизною, так і різноманітністю соціальних ініціатив. Як зазначають Роджер Мартін і Саллі Осберг у статті «Social Entrepreneurship: The Case for Definition» («Соціальне підприємництво: Кейс для визначення»), СП є привабливою конструкцією саме тому, що має значні перспективи. Але зі зростанням популярності стало використовуватися у будь-якому контексті, де мова йде про соціально корисну діяльність. Якщо через невизначеність поняття суспільний запит на соціальне підприємництво не буде задоволений, застерігають дослідники, воно може виявитися дискредитованим, його репутація підірвана, а справжня ідея – втрачена [5, с. 35].

Відсутність об'єднуючої парадигми соціального підприємництва викликано також відмінностями у методах дослідження даної проблематики. У США, де СП вважається бізнесом, його вивчають у рамках програм МВА та магистратури в бізнес-школах. При цьому соціальні підприємства розглядаються як ринково орієнтовані організації і основний упор робиться на

особистість підприємця та його лідерські якості. В Європі соціальні підприємства аналізуються в контексті «інноваційних рішень проблем соціальної ізоляції і безробіття», що зміщує напрям досліджень з економічної сфери у соціальну..

Огляд наукової літератури дозволяє виділити кілька підходів до вивчення соціального підприємництва, представлених найбільшими науковими школами. Дослідження Social Enterprise School або школи соціально орієнтованого бізнесу («mission-driven business approach») зосереджені на способах отримання доходу некомерційними організаціями та соціальних проектах комерційних підприємств. Соціальне підприємництво визначається як процес, що містить не тільки соціальну, а й бізнес-складову (К. Алтер, А. Ніхолс, Х. Хоуг та ін). Школа соціальних інновацій (Social Innovation School) представниками якої є Дж. Маїр, І. Марті, Дж. Томпсон, С. Елворт, акцентує увагу на інноваційних, новаторських способах вирішення соціальних, культурних, екологічних та інших проблем, у тому числі через впровадження стартапів, здатних викликати структурні й системні зміни в суспільстві [6, с. 35].

Предметом дослідження європейської школи є некомерційні (nonprofit) організації, кооперативи і асоціації взаємодопомоги, які обслуговують соціальну сферу і отримують при цьому додатковий дохід. Школа соціального підприємництва (Р. Макдональд, Р. Дарт, Р. Андерсон) займається пошуком нових способів фінансування некомерційних організацій (НКО) та впровадженням ефективних методів управління в діяльність соціально орієнтованих підприємств, але без акцента на інноваційність. У рамках даного підходу науковці У. Стефан, Л. Уланер, Р. Спір, І. Відал, які основною метою соціально орієнтованої діяльності вважають задоволення певних потреб суспільства, роблять висновок про те, що існування підприємництва без сильної державної підтримки неможливо. Методи досягнення соціальними підприємствами фінансової стійкості і самоокупності вивчає школа заробленого доходу (The School Of Earned Income), представниками якої є Дж. Босчі, Е. Склута, К. Масарських та ін. Згідно з підходом англійської школи соціального підприємництва (Д. Тернер, К. Лімінг, С. Діксон і А. Кліффорд, Л. Дарбі і Х. Дженкінс) вирішення соціальних проблем має повністю покладатися на бізнес, при цьому отриманий дохід спрямовується перш за все на задоволення соціальних потреб громади [7].

Важливу роль у вивченні соціального підприємництва відіграє міжнародна мережа досліджень: European Research Network (EMES), яка

об'єднує дослідницькі центри європейських країн і Social Enterprise Knowledge Network (SEKN), заснована Гарвардської школою бізнесу. Вони вивчають відмінність між соціальним і комерційним підприємництвом за принципами мотивації, можливостей і результатів. Наявність багатьох підходів свідчить про те, що соціальне підприємництво поєднує в собі різні аспекти діяльності, визначальною ознакою яких є соціальна спрямованість. З розширенням діапазону його досліджень центр уваги вчених переміщується від концептуальних, понятійних проблем до операційних і стратегічних питань функціонування соціальних підприємств.

Список використаних джерел

1. Certo S., Miller T. Social entrepreneurship : key issues and concepts. *Business Horizons*. Vol. 51. 2008. P. 267-271.
2. The 10 Best Countries to Be a Social Entrepreneur in 2019. Access mode: URL: <https://poll2019.trust.org> (accessed date 22.03.2021)
3. Business as unusual: the social & environmental impact guide to graduate programmes : for students by students. San Francisco : Net Impact, 2014. 213 p.
4. Brock Debbie B., Steiner Susan D. Social Entrepreneurship Education: Is it Achieving the Desired Aims? USASBE Proceedings, 2008. P. 1133-1152.
5. Martin R., Osberg S. Social entrepreneurship: the case for a definition Stanford Social Innovation Review. Spring. 2007. P. 29-39.
6. Mair J., Marti I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*. 2006. Vol. 41, No. 1. P. 6-44.
7. Bacq S., Janssen F. The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*. 2011. Vol. 23. No. 5-6. P. 373-403.

Ткаченко А.С.,

к.т.н., директор навчально-наукового інституту бізнесу та сучасних технологій, доцент,

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

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО АСОРТИМЕНТУ БОРОШНА ОРГАНІЧНОГО

Сьогодні борошномельна галузь, активно розвивається, що пов'язано з приєднанням до технології і асортименту українського ринку нових зарубіжних тенденцій. В таких умовах класичний асортимент борошна вже недостатній. Для того щоб вийти на міжнародний ринок з конкурентоздатною

продукцією і задовольнити всі потреби хлібопекарських та кондитерських підприємств України, необхідно розширювати асортиментний ряд, тобто виробляти борошно із заданими показниками якості [1]. Наряду з показниками якості важливими є показники безпечності. Одним із можливих рішень щодо поліпшення показників безпечності є виготовлення органічної продукції.

Аналізуючи світовий ринок органічної продукції, варто зазначити, що основними його тенденціями стало збільшення попиту на органічні продукти в більшості країн. Ситуація на світовому ринку органічної продукції характеризується концентрацією попиту в розвинених країнах, підвищенням попиту в країнах, що розвиваються, консолідацією учасників ринку та розвитком дистрибуції органічної продукції [2]. Тож, проблема дослідження ринку органічних харчових продуктів є доволі актуальною.

Серед вітчизняних виробників найбільш вагомими ПП «Агроекологія» (ТМ «Organic Milk») і ТОВ «Старий Порицьк» (ТМ «Старопорицкое») – виробники молочної продукції; «Етнопродукт» (ТМ «Етнопродукт») – м'ясо, молоко, зерно; ТОВ «Органік оригінал» (ТМ «Екород») – бакалія, «Галекс-Агро» – експортно-орієнтований виробник зерна, ПП «Агроекологія» – виробник м'ясної, олійної, борошняної та круп'яної продукції. ПП «Агроекологія» також має власний фірмовий магазин у м. Полтава магазин органічної їжі «Fresh&Local», який реалізовує власну продукцію [3].

На рис 1 (а,б) представлено асортимент борошна органічного виробництва ТОВ «Сквирський комбінат хлібопродуктів», а саме борошно гречане кондитерське і борошно кукурудзяне тонкого помелу.

БОРОШНО ГРЕЧАНЕ КОНДИТЕРСЬКЕ ОРГАНІК		БОРОШНО КУКУРУДЗЯНЕ ТОНКОГО ПОМЕЛУ ОРГАНІК	
	Поживна (харчова) цінність 100 г продукту:		Поживна (харчова) цінність 100 г продукту:
	Жири, г		Жири, г
	Насичені жирні кислоти, г		Насичені жирні кислоти, г
	Вуглеводи, г		Вуглеводи, г
	Цукор, г		Цукор, г
	Білок, г		Білок, г
	Сіль, г		Сіль, г
	Енергетична цінність 100 г продукту:		Енергетична цінність 100 г продукту:
	1557 кДж (372 ккал)		1498 кДж (358 ккал)

Рис. 1. а) Борошно гречане органічне б) Борошно кукурудзяне органічне

Варто відзначити, що на підприємстві проведено сертифікацію системи управління якістю ISO 9001, а також сертифікацію системи управління безпеки харчових продуктів ISO 22000 HACCP. Сьогодні комбінат переробляє більше 5000 тон зерна в місяць і більше 40% виробленої продукції експортується до країн ближнього та дальнього зарубіжжя [4]

Також виробництвом органічного борошна в Україні займається ТОВ «Етнопродукт». У 2010 році отримали перший сертифікат по органіці за стандартами ЄС. Потім почали отримувати сертифікати, розраховані на наших клієнтів: Bioland – найбільша асоціація приватних виробників органіки у Німеччині; Bioswiss, без якого не можливо продавати органічну продукцію у Швейцарії; для США – це NOP [5].

Борошно зі спельти виготовляється шляхом подрібнення органічного зерна пшениці спельти (іноді її називають полба). Це один з найстаріших культивованих видів пшениці в історії людства. Її зерно неймовірно трудомістке у вирощуванні та під час молотіння важко вимолочується з полови. Щоб зберегти поживні речовини полби, корисну оболонку зерна та його зародок, борошно виробляють за технологією грубого помелу. Саме висівкові частки забезпечують високу біологічну цінність продукту. В них сконцентровані всі унікальні властивості злаку (рис. 2.)



Рис. 2. Борошно зі спельти органічне

Асортимент ТМ «Екород» також включає також включає різні види борошна органічного. Органічне житнє борошно грубого помелу, воно ж цільнозернове житнє борошно – виробляється з цільного зерна органічного жита, разом з оболонкою (висівками) та зародком. Завдячуючи цьому, таке борошно містить ту ж кількість вітамінів, мінеральних і поживних речовин та клітковини, як і цільні органічні зерна жита. Борошно з твердих сортів

пшениці виготовляється з екологічно чистого зерна, вирощеного на здорових полях без використання штучних хімікатів. Цей цінний сорт злаку дуже багатий білком і легкозасвоюваним крохмалем особливої кристалічної форми. Вироблене зі склоподібного зерна органічної пшениці, борошно відрізняється високим вмістом клейковини та відмінними хлібопекарськими властивостями. Органічне пшеничне борошно грубого помелу – виробляється з цільного зерна органічної м'якої пшениці, разом з оболонкою (висівками) та зародком. Завдячуючи цьому таке борошно містить більше вітамінів, мінеральних та поживних речовин, ніж звичайне пшеничне борошно. Цільнозерне борошно – цінний продукт для здорового харчування. Борошно вищого гатунку виробляється із центральної частини намоложеного зерна органічної м'якої пшениці, з його ендосперму. У США таке борошно відноситься до групи «ALL PURPOSE WHEAT FLOUR», тобто борошно, яке використовується для всіх цілей.

ПП «Агроекологія» сертифіковане Органік Стандарт UA-BIO-108 відповідно до стандарту, рівнозначного Постановам Ради (ЄС) 834/2007, 889/2008 як виробник органічної продукції рослинництва – пшениці озимої та ярої, жита, ячменю, вівса, гречку, кукурудзи, соняшника, еспарцету, люцерни, вики та ін. У господарстві налагоджена переробка зерна на власних потужностях, які також сертифіковані Органік Стандарт UA-BIO-108 відповідно до стандарту, рівнозначного Постановам Ради (ЄС) 834/2007, 889/2008. Підприємство пропонує широкий асортимент органічних, високоякісних, екологічно чистих продуктів харчування для людей, які турбуються про своє здоров'я, цінують вишуканий смак натуральних продуктів, а також для дієтичного харчування. Це – борошно з озимої та ярої пшениці, жита, гречки, соняшникова олія холодного віджиму, крупи з озимої та ярої пшениці, вівсянка, гречана несмажена цільнозернова крупа та січка, а також насіння різних культур для пророщування і використання в системах здорового харчування та для висівання у ґрунт [6]. На рис. 3 наведено борошно виробництва ПП «Агроекологія».



Борошно пшеничне
органічне

Вищого ґатунку

Рис.3. Борошно виробництва ПП «Агроекологія»

Таким чином, борошно органічне виробляється різними виробниками і має досить широкий асортимент. В Україні найбільшими виробниками органічної продукції є: ПП «Агроекологія», «Сквирянська», «Екород», «Етнопродукт».

Список використаних джерел

1. Жигунов О. Визначення показників якості борошна з різних систем технологічного проєкту при сортовому помелі пшениці / Жигунов О., Ковальова В., Мороз А. / Зернові продукти і комбікорми, Vol.17, I. 4, 2017, с. 3 –36.
2. Tkachenko A. Prospects of Ukraine on the European organic food products: Modern approaches to knowledge management development: collective monograph – Ljubljana School of Business, 2020 – p. 162-164 <https://plus.si.cobiss.net/opac7/bib/18652419>
3. Ткаченко А.С. Аналіз ринку роздрібної торгівлі органічними харчовими продуктами в Україні Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (заочна форма) «Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору» – Полтава, 2020. – 345 с..
4. Сквирянська. Про виробництво [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела - <http://skviryanka.com.ua/uk/contact.html/>
5. Органічне зерно, яке чекають в ЄС. Кейс від «ЕтноПродукт». [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела – <https://propozitsiya.com/ua/organichne-zerno-yake-chekayut-v-ies-keys-vid-etnoproduct>

6. Виробництво [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела – <http://www.agroecology.in.ua/processing>

Тормишева К.М.

Студентка гр.ЕП-17, 4 курс,

Науковий керівник – к.е.н., старший викладач кафедри економіки

підприємств Маматова Л.Ш

ДВНЗ «ПДТУ», м. Маріуполь, Україна

ЦІННОСТІ ТА ПРИНЦИПИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Лісабонський договір слідом за Європейською Конституцією 2004 р. розділяє принципи і цінності Союзу. Цінності формуються під впливом засад, закріплених в суспільній свідомості. На основі тих цінностей визначаються цілі функціонування ЄС, формується правова система з базовими положеннями, тобто принципами права, встановлюється система органів і їх компетенція.

Європейський союз заснований на принципах свободи, рівності, демократії, верховенства права, недоторканності людської гідності і поваги прав людини, також включаючи права національних меншин. Це ми можемо побачити в закріпленні конституційних цінностей в Хартії Європейського Союзу про основні права 2000р. Конституційно-правові цінності Європейського союзу це загальний початок конституцій країн Європейського союзу.

В установчих договорах європейських об'єднань встановлені головні конституційні принципи, на основі яких здійснювалося становлення і розвиток європейських співтовариств. Договір про заснування Європейського співтовариства 1957 р. закріпив принцип рівності, заборону будь-якої дискримінації «у зв'язку з національною приналежністю», а також заборону жодної дискримінації «за ознаками статі, раси або етнічного походження, релігії чи переконань, наявності інвалідності, віку або орієнтації» [1. С. 310].

Договір про Європейський союз 1992 р. вивів процес становлення конституційно-правових цінностей на нову стадію розвитку. У передслові Договору про Європейський Союз вказується, що країни-учасниці Союзу «підтверджують свою відданість принципам свободи, демократії, поваги прав людини та основних свобод, а також відданість правової держави» [2. С. 255].

Якраз в Договорі про Європейський Союз закріплені суцільні принципи конституційного укладу, які є неухильними для дотримання на всіх рівнях політичної влади. Згідно п. 1 ст. 6 Договору Європейський союз заснований на принципах свободи, пошани прав людини, демократії, основних

свобод, а також існування правової країни. Відокремлюється, що це ті «принципи, які є загальними для всіх держав-членів Європейського союзу» [2. С. 258].

Цінності не мають тієї правової суті, яку мають принципи. Однак через їх особливе морально-етичне значення вони виступають структурною частиною європейського громадського ладу. Правовими основами закріплення цінностей Союзу є передмови і первинні статті Договору про ЄС та Договору про функціонування ЄС. Складнощі кваліфікації їх положень пов'язані з тим, що одні й ті ж категорії окремими нормами нерідко відносяться до цінностей, окремими - до принципів. У передмові зазначено такі цінностей ЄС: демократію, рівноправність, волю та правову державу. Ст. 2 Договору про ЄС до цінностей ЄС відносить ці головні категорії: людську гідність, свободу, демократію, рівноправність, правову державу, права людини, в тому числі права меншин, побратимство, рівність прав чоловіків і жінок, відсутність дискримінації, правосуддя та толерантність.

Правила Лісабонського договору визначають чіткий і в порівнянні з минулими актами доволі жорсткий механізм контролю над дотриманням цінностей і відповідальність держав-учасників. 1/3 держав членів Європейського парламенту або Європейської комісії Ради, вирішуючи більшістю в чотири п'ятих своїх членів після схвалення Європейського парламенту, може відзначати існування видимої загрози вагомому порушенню якоюсь державою-членом цінностей, позначених в ст. 2. Рішення про існування недодержання цінностей приймає інший інститут ЄС - Європейська рада. Санкцією в такому інциденті є тимчасове зупинення окремих прав держави, визначених в установчих договорах, з позбавленням представника держави-порушника права голосу в Раді. Виключення з членів Союзу не передбачено договорами. Порядок голосування в рамках вживання даного механізму визначено ст. 354 Договору про функціонування ЄС.

Формулювання цілей відіграє особливу роль для Союзу як інтеграційного об'єднання, створеного для досягнення певних цілей. Цілі, які закріплюються установчими договорами, не є статичними: вони залежать від ступеня інтеграції. Якщо на початкових етапах розвитку мети Союзу зачіпали тільки сферу економічного і соціального розвитку, то в міру прийняття подальших актів компетенція ЄС розширювалася і цілі організації поширювалися, в тому числі на політичні питання, охорону навколишнього середовища, правосуддя.

Слід звернути увагу на те, що правова сила і роль цілей і завдань ЄС істотно відрізняються від аналогічних категорій національних правових систем держав-учасниць. Останні носять переважно декларативний характер, є рамковими нормами. Цілі і завдання ЄС мають більш певний нормативний характер, що пояснюється основним мотивом створення Європейського союзу - досягнення загальних цілей (ч. 1 ст. 1 Договору). В силу ст. 352 Договору про функціонування ЄС в разі необхідності досягнення однієї з цілей, названих договорами, за відсутності юридично закріпленої компетенції за поданням Європейської комісії Рада після схвалення Європейського парламенту одноголосно приймає рішення про відповідні повноваження.

Україна є важливим партнером для Європейського Союзу. ЄС підтримує Україну у забезпеченні стабільного, успішного та демократичного майбутнього для своїх громадян і непохитну у підтримці незалежності, територіальної цілісності та суверенітету України. Асоціаційна Угода (АА), включаючи її та всеосяжну зону вільної торгівлі (DCFTA), підписана в 2014 році, є основним інструментом зближення України і ЄС, з розвитку глибших політичних зв'язків, зі зміцнення економічних зв'язків і поваги спільних цінностей. Україна продовжує амбіційну програму реформ для прискорення економічного зростання і підвищення рівня життя своїх громадян. Пріоритетні реформи включають боротьбу з корупцією, реформу судової системи, конституційні та виборчі реформи, поліпшення ділового клімату та підвищення енергоефективності, а також реформу державного управління та децентралізації. [3].

Угода про асоціацію за своїм обсягом і тематичним охопленням є найбільшим міжнародно-правовим документом за всю історію України та найбільшим міжнародним договором з третьою країною, коли-небудь укладеним Європейським Союзом. Вона визначає якісно новий формат відносин між Україною та ЄС на принципах «політичної асоціації та економічної інтеграції» і є стратегічним орієнтиром системних соціально-економічних реформ в Україні. Передбачена Угодою всебічна та всеохоплююча зона вільної торгівлі між Україною та ЄС визначатиме правову базу для вільного переміщення товарів, послуг, капіталів, частково робочої сили між Україною та ЄС, а також стабільного наближення, спрямованого на плавне входження економіки України до спільного ринку ЄС [4].

Отже, основними цінностями Європейського союзу є повага до людської гідності і прав людини, свобода, народовладдя, рівноправність і правова держава. Ці цінності об'єднують держави-члени, і в союз не може

входити ні одна країна, яка не визнає ці цінності. Відмінність між цінностями, що існують в Україні, і цінностями, які підтримуються в Європейському Союзі не так велика. Україна підтримує європейські цінності, такі як верховенство права, прав людини, свободи - базових цінностей демократії. Європейське суспільство, як і наше, та як і будь-яке інше, має свої недоліки. Проте система європейських цінностей має за мету те, щоб зробити життя комфортним для всіх людей, незважаючи на їх відмінності та особливості. І якщо наша країна буде прагнути до такого суспільства і переймати позитивний досвід інших європейських країн, ми зробимо крок вперед, крок у світле майбутнє.

Список використаних джерел

1. Маклаков В.В. Конституції зарубіжних держав: навч. посібник / уклад. М. : Волтерс Клувер, 2002. 584 с.
2. Маклаков В.В. Конституції зарубіжних держав: навч. посібник / уклад. М. : Волтерс Клувер, 2006. 608 с.
3. Facts and figures about eu-ukraine relations. Brussels, 05/10/2020
URL: https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/eap_factsheet_ukraine.pdf
4. Угода про асоціацію [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/evropejska-integraciya/ugoda-pro-asociacyu>

Тютюнник Ю. М.

к.е.н., професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
доцент

Махно С. В.

здобувач вищої освіти СВО «Бакалавр» спеціальності «Фінанси, банківська
справа та страхування»,

*Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна*

ПРОБЛЕМАТИКА ДЕМОГРАФІЧНОГО ВІДТВОРЕННЯ НА СЕЛІ

Демографічне відтворення сільського населення України набуло характеру гострої демографічної кризи: відбуваються несприятливі зміни в чисельності селян внаслідок депопуляції та деградації їх якості. Через складні умови праці продовжує погіршуватися рівень привабливості сільських поселень як середовища життєдіяльності, особливо, для місцевої молоді та направлених на роботу молодих фахівців, що призводить до порушення механізму демографічного відтворення у суспільно необхідній їх кількості та якості.

За даними Державної служби статистики України на 2020 рік чисельність сільського населення держави становила 11826,5 тис. осіб, що складає 27,2 % всього населення держави. За роки незалежності України процес урбанізації забрав 2,1 % населення села на користь міста [1].

Скорочення сільського населення в умовах інтенсивного його старіння перетнуло критичні межі сучасного типу відтворення і призводить до вимирання. Основна причина такої ситуації полягає у відсутності постійного працевлаштування, переважно через сезонність сільськогосподарського виробництва. За даними Державної служби зайнятості у 2020 році 12,9 % всіх безробітних припадало на долю сільського господарства, а це четверте місце в рейтингу по безробіттю. Проте загальна кількість вакансій аграрного сектору на 1,6 % перевищує кількість безробітних і складає 14,7 % [2].

Чому ж працівник і роботодавець не можуть зустріти один одного? При пошуку роботи молоді фахівці в першу чергу звертають увагу на рівень заробітної плати. Лише 15 % потенційних працівників, які шукають роботу в інтернет-мережі, цікавляться вакансіями, де не показана заробітна плата.

В українському суспільстві сформувався і досі живе стереотип, що робота в сільському господарстві – це не прибутково. Наразі, ситуація в агросфері стрімко змінюється. Аналіз вакансій у категорії «сільське господарство» показує, що середня заробітна плата найбільш високооплачуваного фахівця – землевпорядника складає в середньому близько 19 тис. грн, ветеринар може розраховувати на 14 тис. грн, механізатор – на 12 тис. грн. Це більше, ніж середня заробітна плата в державі, яка в 2020 році становила 10,5 тис. грн.

Проте працевлаштування за кордоном у сільському господарстві, з позиції рівня оплати праці, усе ще залишається більш привабливим. Для зменшення відтоку трудових ресурсів за кордон вітчизняному аграрному бізнесу, попри складну економічну ситуацію, необхідно надалі підвищувати рівень заробітної плати працівників, запроваджувати матеріальні і нематеріальні бонуси.

Сезонність виробництва впливає майже на всі сільськогосподарські процеси і проявляється у динаміці попиту на робочу силу. Активніше роботодавці шукають працівників насамперед весною. Починаючи з літа кількість вакансій поступово зменшується і до зими попит скорочується до 77 % [3]. У таких реаліях роботодавцям вигідніше почати пошук кваліфікованих спеціалістів узимку. Таким чином, до старту весняно-польових робіт

сформується штат, а за необхідності буде час на навчання і стажування нових працівників.

Отже, з метою збереження села необхідно здійснити комплекс заходів по подоланню сезонності виробництва, наданню конкурентних умов і рівня оплати праці, які б сприяли закріпленню трудових ресурсів.

Список використаних джерел

1. Статистика населення України / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Аналітична та статистична інформація на ринку праці / Державна служба зайнятості України. URL: <https://www.dcz.gov.ua>.
3. Абдуллина М. Как удовлетворит кадровый голод в агросекторе. *Экономическая правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns>.

Тютюнник Ю. М.

к.е.н., професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
доцент

Овчаренко А. Ю.

здобувач вищої освіти СВО «Магістр» спеціальності «Облік і
оподаткування»,

*Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна*

ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ЯК ОСНОВА ЗДІЙСНЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сільськогосподарські підприємства мають у своєму розпорядженні різноманітні активи, як власні, так і орендовані, що потребують ефективного використання, обліку та забезпечення їх збереження. Великий спектр організаційно-правових форм аграрних підприємств, де спостерігаються відмінності у відносинах власності, регулюванні майнових питань, зумовлює особливості обліку власного капіталу та відображення цієї інформації у фінансовій звітності. Розкриття цих особливостей та методичне забезпечення обліку власного капіталу в підприємствах сприятиме підвищенню повноти та достовірності інформації про їх фінансово-майновий стан, що дозволить користувачам фінансової звітності приймати обґрунтовані та виважені управлінські рішення [1, с. 1124].

Говорячи про особливості формування власного капіталу та його значення для здійснення діяльності сільськогосподарських підприємств, слід відзначити, що є низка особливостей, пов'язаних зі специфічним характером аграрного виробництва. Серед особливостей ведення бізнесу в сільському

господарстві відзначимо високу капіталоємність виробництва, що зумовлює більшу, ніж в інших галузях, потребу в необоротних активах. З логіки побудови оптимальної структури сукупного капіталу випливає, що для забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства нарощування необоротних активів приблизно має відбуватися тими самими темпами, що і зростання власного капіталу.

Отже, специфіка ведення сільськогосподарського бізнесу зумовлює вищу, ніж в інших сферах, частку власного капіталу в структурі джерел формування майна підприємств. Зазначимо також, що для сільського господарства характерною є сезонність виробництва та тривалий період виробничого циклу. Так, у галузі рослинництва виробничий процес триває близько 9 місяців, що значно уповільнює оборот усього капіталу загалом та його власної частини зокрема, а також збільшує період їх окупності.

Фінансове становище сільськогосподарських підприємств, їх фінансова стійкість, платоспроможність, ефективне функціонування, а отже, і задоволення економічних вигод власників, значною мірою залежать від того, яким обсягом капіталу вони розпоряджаються, чи є оптимальною частка в ньому власного капіталу, а головне, наскільки якісно капітал підприємства трансформується в основні та оборотні засоби виробництва. Власний капітал сільськогосподарських підприємств – це попередньо сформовані та акумульовані власниками фінансові ресурси, які спрямовуються на формування майна підприємства (необоротних та оборотних активів), а також накопичені в результаті господарської діяльності фінансові ресурси, які у вигляді нерозподіленого прибутку авансуються у господарську діяльність [2, с. 192].

Загалом, оцінюючи структурні зрушення у процесі формування власного капіталу сільськогосподарських підприємств України, можна вказати на негативні тенденції щодо формування його оптимальної структури. На жаль, основним джерелом фінансування активів стає поточна кредиторська заборгованість, оскільки розмір власного капіталу сільськогосподарських підприємств не в змозі забезпечити безперебійну господарську діяльність.

Список використаних джерел

1. Кадацька А.М. Власний капітал сільськогосподарських підприємств, його значення та структура. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 8. С. 1122-1125.

2. Райтер Н.І., Івасів О.С. Власний капітал як фундамент ведення господарської діяльності сільськогосподарських підприємств. *Бізнес-*

навігатор. 2018. № 1-2 (44). С.188-192.

Тютюнник Ю. М.

к.е.н., професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
доцент

Тютюнник С. В.

к.е.н., професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
доцент

*Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ТА ДИНАМІКИ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Важливим напрямом аналізу фінансового стану малого підприємства є вивчення його платіжних можливостей щодо своєчасного виконання поточних зобов'язань. При цьому для оцінювання статичної платоспроможності на дату складання балансу використовується система відносних показників – коефіцієнтів ліквідності, економічний зміст, порядок розрахунку та нормативні значення яких наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Показники оцінювання платоспроможності малого підприємства

Показник	Економічний зміст	Порядок розрахунку за даними форми № 1-м (рядки)	Нормативне значення
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\frac{[\text{Гроші та їх еквіваленти}] + [\text{Поточні фінансові інвестиції}]}{\text{Поточні зобов'язання}}$	$\frac{1160+1165}{1695}$	$\geq 0,2$
Коефіцієнт швидкої ліквідності	$\frac{[\text{Гроші та їх еквіваленти}] + [\text{Поточні фінансові інвестиції}] + [\text{Поточна дебіторська заборгованість}]}{\text{Поточні зобов'язання}}$	сума із 1125 по 1155 (без 1136) $\frac{1155}{1695}$	$\geq 0,7$
Коефіцієнт загальної ліквідності	$\frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}}$	$\frac{1195}{1695}$	$\geq 1,0$

Назви та економічний зміст коефіцієнтів ліквідності відповідають Методичним рекомендаціям щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства [1], а порядок їхнього розрахунку – НП(С)БО 25 «Спрощена фінансова звітність» [2].

Коефіцієнт абсолютної ліквідності є найбільш жорстким критерієм в оцінюванні платоспроможності малого підприємства. Він показує, яка частина

поточних зобов'язань може бути погашена активами, що мають найвищу ліквідність: грошима і поточними фінансовими інвестиціями. Коефіцієнт швидкої ліквідності характеризує, яка частина поточних зобов'язань може бути погашена не лише за рахунок грошових коштів, але й очікуваних надходжень від дебіторів. Коефіцієнт загальної ліквідності – це найбільш комплексний показник оцінювання платоспроможності малого підприємства, який визначається відношенням усіх оборотних активів до поточних зобов'язань.

За інформацією форми № 1-м «Баланс» проведемо розрахунок і дамо оцінку рівня та динаміки коефіцієнтів ліквідності, які характеризують платоспроможність ТОВ «Автопланета-Моторс» за 2017-2019 рр. (табл. 2).

Таблиця 2

Показники оцінювання платоспроможності ТОВ «Автопланета-Моторс» за 2017-2019 рр. (станом на кінець року)

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення (+,-) 2019 р. від 2017 р.
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,029	0,000	0,215	+0,186
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,835	0,235	0,372	-0,463
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,966	1,146	1,289	-0,677

Отже, за даними табл. 2 значення коефіцієнта абсолютної ліквідності зросло на 0,186: з 0,029 до 0,215. Порівняння цього показника з нормативним значенням ($\geq 0,2$, або $\geq 20\%$) свідчить про грошову неплатоспроможність підприємства в 2017-2018 рр. та достатній рівень платоспроможності в 2019 р. Фактичне значення коефіцієнта швидкої ліквідності зменшилося на 0,463, а коефіцієнта загальної ліквідності – на 0,677. У 2018-2019 рр. коефіцієнт швидкої ліквідності не відповідав нормативному значенню ($\geq 0,7$), що вказує на розрахункову неплатоспроможність підприємства. Коефіцієнт загальної ліквідності несуттєво перевищує нормативне значення ($\geq 1,0$), що є ознакою недостатнього рівня майнової платоспроможності.

Важливе значення у фінансовому аналізі має використання методик детермінованого факторного аналізу для визначення впливу факторних показників на зміну результативних фінансово-економічних показників. Наприклад, факторний аналіз коефіцієнта загальної ліквідності пропонуємо проводити за допомогою кратної моделі [3, с. 151]:

$$КЗЛ = ОА \div ПЗ, \quad (1)$$

де КЗЛ – коефіцієнт загальної ліквідності;

ОА – оборотні активи (рядок 1195 форми № 1-м «Баланс»);

ПЗ – поточні зобов'язання (рядок 1695 форми № 1-м «Баланс»).

Із використанням інформації табл. 3 за допомогою способу ланцюгових підстановок визначимо вплив факторів на зміну коефіцієнта загальної ліквідності.

Таблиця 3

**Вихідна інформація для факторного аналізу коефіцієнта загальної ліквідності в ТОВ «Автопланета-Моторс» за 2017, 2019 рр.
(станом на кінець року)**

Показник	Умовне позначення	2017 р.	2019 р.	Відхилення (+,-)	
				абсолютне	відносне, %
Оборотні активи, тис. грн	ОА	7858,8	7008,5	-850,3	-10,8
Поточні зобов'язання, тис. грн	ПЗ	3998,1	5437,5	+1439,4	+36,0
Коефіцієнт загальної ліквідності	КЗЛ	1,966	1,289	-0,677	-34,4

Розраховуємо умовне значення коефіцієнта загальної ліквідності:

$$КЗЛ_{ум} = ОА_1 \div ПЗ_0, \quad (2)$$

де $ОА_1$ – оборотні активи 2019 р.;

$ПЗ_0$ – поточні зобов'язання 2017 р.

$$КЗЛ_{ум} = 7008,5 \div 3998,1 = 1,753.$$

Тоді, загальна зміна (+,-) коефіцієнта загальної ліквідності в 2019 р. порівняно з 2017 р.:

$$\Delta КЗЛ = КЗЛ_1 - КЗЛ_0; \quad (3)$$

$$\Delta КЗЛ = 1,289 - 1,966 = -0,677,$$

у тому числі за рахунок факторів:

1) оборотних активів:

$$\Delta КЗЛ_{ОА} = КЗЛ_{ум} - КЗЛ_0; \quad (4)$$

$$\Delta КЗЛ_{ОА} = 1,753 - 1,966 = -0,213;$$

2) поточних зобов'язань:

$$\Delta КЗЛ_{ПЗ} = КЗЛ_1 - КЗЛ_{ум}; \quad (5)$$

$$\Delta КЗЛ_{ПЗ} = 1,289 - 1,753 = -0,464.$$

Отже, зниження коефіцієнта загальної ліквідності з 1,966 у 2017 р. до 1,289 у 2019 р., тобто на 0,677 (34,4 %), відбулося під впливом таких факторів. У результаті зменшення оборотних активів на 850,3 тис. грн (10,8 %) коефіцієнт загальної ліквідності знизився на 0,213. Водночас унаслідок збільшення поточних зобов'язань на 1439,4 тис. грн (36,0 %) коефіцієнт загальної

ліквідності знизився на 0,464. Як бачимо, головним фактором зниження коефіцієнта загальної ліквідності стало зростання поточних зобов'язань.

Список використаних джерел

1. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства: наказ Міністерства економіки України № 14 від 19 січня 2006 р. (у редакції наказу Міністерства економіки України № 1361 від 26 жовтня 2010 р.) / *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0014665-06#Text> (дата звернення: 28.02.2021).
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Спрощена фінансова звітність»: наказ Міністерства фінансів України № 226 від 31 травня 2019 р. / *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00> (дата звернення: 28.02.2021).
3. Тютюнник Ю.М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С.В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Полтава : Видавництво ПП «Астрія», 2020. 434 с.

Хлистун П.С.
ЗВО СВО Магістр,
спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к.е.н., доцент Миколенко І.Г.
Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕРИТОРІАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ДОРАДЧИХ СЛУЖБ

В усіх регіонах України сформовані та функціонують сільськогосподарські дорадчі служби, працюють і надають дорадчі послуги на постійній основі понад 692 професійних сільськогосподарських дорадників, а також 777 експертів-дорадників, які внесені до державного Реєстру [1] і мають відповідні свідоцтва.

На кінець 2013 року в Україні працювало 70 сільськогосподарських дорадчих служб, що у понад 2 рази більше порівняно з 2020 роком. Тому можемо говорити про тенденцію згортання дорадчої діяльності, хоча, на нашу думку, сільськогосподарські виробники, зокрема представники малого і середнього бізнесу, як і раніше, потребують якісної консалтингової допомоги. На сторінках Інформаційно-аналітичного порталу АПК України станом на 01 березня 2021 року в розділі «Реєстр сільськогосподарських дорадчих служб»

наведено область, повне найменування дорадчої служби, код згідно ЄДРПОУ, юридичну адресу, телефон, e-mail, кількісний склад, № сертифікату, дату його видачі і кінцевий термін юридичної дійсності 31 дорадчих служб (табл. 1), дві з яких представляють Полтавську область – це Полтавська обласна громадська організація «Офіційна сільськогосподарська дорадча служба» та ТОВ «Полтавська обласна сільськогосподарська дорадча служба».

Таблиця 1

**Територіальний розподіл сільськогосподарських дорадчих служб
України, станом на 01 березні 2021 р.**

Економічний регіон	Область	Кількість зареєстрованих дорадчих служб, од.	Кількісний склад, штатних осіб
1	2	3	4
Столичний	Київська	3	12
	м. Київ	2	8
	Житомирська	0	0
	Чернігівська	2	7
Разом		7	27
Донецький	Донецька	1	9
	Луганська	0	0
Разом		1	9
Придніпровський	Дніпропетровська	2	13
	Запорізька	1	8
Разом		3	21
Північно-Східний	Харківська	1	4
	Полтавська	2	6
	Сумська	1	3
Разом		4	13
Причорноморський	Одеська	1	4
	Миколаївська	0	0
	Херсонська	1	3
	АР Крим	0	0
Разом		2	7
Карпатський	Львівська	2	18
	Івано-Франківська	1	3
	Чернівецька	1	3
	Закарпатська	1	3
Разом		5	27
Подільський	Вінницька	3	11
	Хмельницька	0	0
	Тернопільська	2	6
Разом		5	17
Центральний (Центральноукраїнський)	Кіровоградська	1	3
	Черкаська	1	8

1	2	3	4
Разом		2	11
Північно-Західний (Західно-Поліський)	Волинська	1	8
	Рівненська	1	4
Разом		2	12
Україна - всього		31	144

Джерело: узагальнено автором за даними [2]

Вони надають малим, середнім сільськогосподарським підприємствам, особистим селянським господарствам практичну допомогу в освоєнні методів прибуткового господарювання, застосування сучасних технологій, створення несільськогосподарських видів бізнесу.

В середньому по Україні в одній сільськогосподарській дорадчій службі працює 5 штатних осіб, в Полтавській області цей показник дещо нижче і становить 3 штатні особи на одну службу.

Державною цільовою програмою розвитку (ЦПР) українського села на період до 2015 р. за напрямом розвиток дорадництва у 2008-2011 рр. передбачалося виконання одного заходу з прогнозним обсягом фінансування 44,8 млн. грн, у тому числі за рахунок коштів державного бюджету – 44,4 млн. грн. Фактично на провадження сільськогосподарської дорадчої діяльності використано кошти державного бюджету в сумі 7 млн. грн, або 15,6 % від прогнозного обсягу. При цьому слід зазначити, що державна підтримка сільськогосподарської дорадчої діяльності має тенденцію до зменшення внаслідок невикористання коштів державного бюджету безпосередньо дорадчими службами. Так, у 2008 р. на вказану мету використано 3487,6 тис. грн, 2009 р. – 1863 тис. грн, 2010 р. – 1659,4 тис. грн, а у 2011 р. кошти державного бюджету взагалі не використовувались, що не сприяє належному наданню дорадчими службами послуг з ефективного ведення сільськогосподарського виробництва малими агроформуваннями, впровадження нових технологій, новітніх досягнень науки і техніки та підвищення конкурентоспроможності продукції [3, 4].

Серед пріоритетних напрямів діяльності ТОВ «Полтавська обласна сільськогосподарська дорадча служба» у 2016 р. варто виділити: сприяння впровадженню інноваційних технологій в овочівництво, садівництво та ягідництво; інформування щодо вимог до якості продукції, що виробляється аграрними підприємствами з врахуванням вимог СОТ та ЄС; організаційне сприяння створенню і реєстрації сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів по збору молока серед населення, по вирощуванню ягід, овочів; допомога при створенні та реєстрації сільськогосподарських обслуговуючих

кооперативів; мотивування до участі в проекті розвитку сімейних ферм, що впроваджується міжнародним благодійним фондом «Добробут громад»; дорадчий супровід під час будівництва та облаштування молочних сімейних ферм канадського типу; мотивування до створення сільських зелених садиб; консультування представників малого та середнього аграрного бізнесу, особистих селянських господарств.

Отже, консультаційні послуги надаються з питань: створення умов в межах сучасного економічно-господарського середовища для розвитку прибуткового сільськогосподарського бізнесу, сприяння формуванню більш стабільного аграрного ринку, інфраструктурного осучаснення розвитку сільських територіальних громад.

Робота за цими напрямками продовжується і сьогодні, недарма Концепцією Державної ЦПР аграрного сектору економіки на період до 2020 року [5] передбачено розширення діяльності сільськогосподарських дорадчих служб. З метою адаптації як дрібних, так і середніх сільськогосподарських виробників до умов конкурентного бізнес-середовища, більшу увагу дорадники мають спрямувати на безпосередню роботу з сільським населенням, в тому числі на інформаційно-консультаційну допомогу сільськогосподарським домогосподарствам. Тому доцільно продовжити формування та підтримувати на дієздатному рівні мережу сільськогосподарських дорадчих служб в Україні.

Список використаних джерел

1. Сільськогосподарське дорадництво. Інформаційно-аналітичний портал АПК України. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/silskogospodarske-doradnictvo> (дата звернення: 18.03.2021 р.).
2. Реєстр сільськогосподарських дорадчих служб. Інформаційно-аналітичний портал АПК України. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/file-storage/reystyr-doradchih-sluzhb-ta-doradnikiv> (дата звернення: 18.03.2021 р.).
3. Про результати аудиту виконання заходів Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року. *Бюлетень Рахункової палати України*. К., 2013. 31 с.
4. Стан виконання в 2016 році Програми розвитку та підтримки аграрного комплексу Полтавщини за пріоритетними напрямками на період до 2020 року. Офіційний сайт Департаменту агропромислового розвитку Полтавської обласної державної адміністрації URL: <http://apk.adm-pl.gov.ua/> (дата звернення: 17.03.2021 р.).
5. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку

аграрного сектору економіки на період до 2020 року. Розпорядження КМУ від 30 грудня 2015 р. № 1437-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/248907971> (дата звернення: 18.03.2021 р.).

Хмельницька Є.В.

к.т.н., доцентка кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, доцентка

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

м. Полтава, Україна

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА ФАЛЬСИФІКАЦІЯ МАЙОНЕЗУ

Одним із засобів ідентифікації товару є його маркування. Відповідно до Закону України «Про інформацію для споживачів харчових продуктів», який набув чинності 6 серпня 2019 року, маркування повинно відображати інформацію про харчовий продукт. Вона має бути точною, достовірною та зрозумілою для споживача та не повинна вводити в оману стосовно характеристик, властивостей, складу харчового продукту. Ця вимога поширюється як на рекламу харчових продуктів, так і на спосіб розміщення та представлення харчових продуктів для реалізації, зокрема форму, зовнішній вигляд, упаковку.

Відповідно до ДСТУ 4487:2015 «Майонези та майонезні соуси. Загальні технічні умови» [1] кожна транспортна упаковка майонезу повинна мати транспортне маркування.

Маркування транспортної тари згідно з ГОСТ 14192 з нанесенням маніпуляційних знаків «Берегти від нагрівання», «Обережно. Крихке», «Штабелювання обмежено» та під час пакування майонезу, фасованого в банки, коробочки, стаканчики, відра - маніпуляційного знаку «Верх».

На кожную одиницю транспортної тари наносять маркування, яке містить: назву підприємства-виробника, знак для товарів та послуг (за наявності), юридичну адресу підприємства і місце виготовлення; назву майонезу; масу нетто (г, кг) та кількість одиниць пакувань; масу нетто одиниці пакування (г, кг); номер партії та порядковий номер пакувальної одиниці; кінцевий термін реалізації або дату виготовлення (число, місяць, рік) і термін придатності до споживання; умови зберігання; позначення цього стандарту.

Маркування наносять друкарським способом на етикетку чи ярлик або фарбою без запаху і такою, що не змивається, за допомогою штампу, трафарету або іншим способом, який забезпечує чітке читання інформації,

безпосередньо на транспортну тару. Дозволено зазначати дату виготовлення майонезу, порядковий номер партії, номер пакувальної одиниці, компостером або іншим способом, який забезпечує чітке їх читання.

У разі пакування фасованого майонезу в групове пакування прозорою термозсідальною плівкою, дозволено інформацію щодо маркування транспортної тари не надавати або розміщувати на листку-вкладнику чи у вигляді анотації до продукту.

Кожен ящик із майонезом «Провансаль» мав відповідне транспортне маркування. На етикетку, яка була приклеєна на кожному ящику була наступна інформація, за якою було проведено ідентифікацію

- назва: майонез «Провансаль»
- назви та повної адреси і телефону виробника, адреси потужностей виробництва : ТМ «Чумак», вул. Козацька, 3, м. Каховка, Херсонська область, 74800, Україна , Тел.: +38 (0552) 448-500 Факс: +38 (0552) 448-550 E-mail: office@chumak.com
- маси нетто, 6,6 кг;
- кінцеву дату споживання «Вжити до ...» або дати виробництва та строку придатності, номера партії виробництва.
- кількості пакувальних одиниць та маси нетто (для транспортної тари з майонезом, фасованим у спожиткове пакування) – 12 дой-паків, маса нетто спожиткового пакування (дой-пак) -550 г.
- умов зберігання 6 місяців при температурі 0...+18°C
- позначення стандарту – ДСТУ 4487:2015

На спожиткове пакування було нанесене відповідне маркування способом, який забезпечує чіткість читання з застосуванням матеріалів для маркування, які дозволено Центральним органом виконавчої влади з питань охорони здоров'я України для контактування з харчовими продуктами з зазначенням: Майонез "Провансаль" - класичний майонез з гострими нотками, виготовлений за традиційними рецептами кулінарів Провансу. Жирність 67%. Без консервантів. Вказано склад і харчова цінність, умови зберігання та термін придатності, вага і формат упаковки, штриховий код, позначення ДСТУ.

Вище зазначене маркування містили всі досліджувані зразки майонезу «Провансаль», що свідчить про те, що за наведеною інформацією майонез не є фальсифікованим, так як має повне маркування для даного виду товару.

Для проведення ідентифікації майонезу проведена якісна та кількісна ідентифікація. Якісна ідентифікація дозволяє виявити відповідність майонезу

саме групі «майонез», а не «майонезний соус», так як майонез повинен містити жиру не менше 50% .

При виявленні невідповідності негативний результат ідентифікації визначається як особливий вид фальсифікації, а саме - асортиментна фальсифікація. В нашому випадку вся отримана партія майонезу «Провансаль» без наявності зразків, що не відповідали характеристиці майонезу вказаному вказаного на транспортному та спожитковому маркуванні.

Кількісна ідентифікація спрямована на встановлення відповідності фактичної маси нетто упакування відповідним даним маркування і допустимим відхиленням, передбачених стандартом на майонезну продукцію.

Згідно Р- 50-56-096 «Продукція фасована в пакуванні. Загальні вимоги до кількості» [2] відхили маси нетто паковальної одиниці майонезу, що розфасовано в спожиткове фасування масою нетто від 500 до 1000 г, може мати границю допустимого відхилення від номінального значення ± 15 г.

Результати проведених визначень по встановленню фактичної маси нетто паковальної одиниці майонезу (дой-пак) представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Фактична маса нетто спожиткового пакування майонезу «Провансаль»

Назва майонезу	Заявлена маса нетто, г	Фактична маса нетто, г	Відхилення маси нетто, г	Відповідність вимогам стандарту
Провансаль	550	540	10 г	+

Як видно із таблиці 1. спожиткове фасування майонезу (дой -пак) мало відхилення в масі нетто – 10 г, але ці відхилення були в межах допустимих норм і не перевищували ± 15 грамів.

Також підтвердженням справжності партії майонезу є документи про якість, які супроводжують продукцію. Виробником (постачальником) був представлений весь пакет документів що підтверджує якість і безпечність майонезу «Провансаль».

Список використаних джерел

1. Майонези та майонезні соуси. Загальні технічні умови ДСТУ 4487:2015./ [Чинний від 2016-01-01]. - Київ.: ДП "УкрНДНЦ", 2015. - 21 с
2. Продукція фасована в пакуванні. Загальні вимоги до кількості Р 50-056-96/ [Чинний від 2007-01-01]. К.: Держспоживстандарт України, 2007. — 21 с.

Хурдей В. Д.,

к.е.н, завідувач кафедри маркетингу, доцент

Наконечний Д.О.,

здобувач вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг

Університет митної справи та фінансів

м. Дніпро, Україна

ВПЛИВ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ ТА ЗБІЛЬШЕННЯ ОБСЯГУ ПРОДАЖІВ

В сучасних умовах масштаби оптової та роздрібною торгівлі помітно зростають. Збільшується загальна кількість елементів інфраструктури торгівлі і різноманіття зв'язків між підприємствами і їх діловими партнерами, все це призводить до конкуренції на ринку, яка з кожним днем зростає. Ефективним інструментом боротьби із високою конкуренцією, підвищення ефективності продажів та їх обсягів, а також збільшення прибутку підприємства – є мерчандайзинг.

Мерчандайзинг – це один з інструментів маркетингової системи, який використовується торговцем для досягнення власних цілей. Викладкою товарів та його просуванням займаються мерчандайзери. Мерчандайзер – це той, хто контролює наявність всього асортименту компанії на полицях магазину і розташування товарів або рекламних матеріалів про них в найпривабливіших для покупців місцях [7].

Існують визначені класичні правила розміщення товару в торговому залі:

- продукцію однієї групи потрібно розміщувати в одному місці торгового залу, схожі за споживчими властивостями і функціональним призначенням товари – поряд один з одним;
- використовувати правило «апетитного сусідства» взаємодоповнюючих товарів;
- створювати групи товарів, використовуваних разом.

Є такі поняття як «візуальний мерчандайзинг», «нюховий мерчандайзинг», «слуховий мерчандайзинг».

Візуальний мерчандайзинг – це комплекс заходів, що здійснюються в торговому залі з метою збільшення обсягу продажів і просування того чи іншого товару, марки, бренду, виду, сорту, упаковки шляхом спеціального їх розміщення, оформлення простору всього магазину, вітрин і стелажів для того, щоб надати споживачеві якнайбільше інформації про товари [2].

Нюховий канал, як інструмент мерчандайзингу цікавий тим, що в цьому каналі у людини немає того фільтра недовіри, який є в слуховому або візуальному каналах. Наприклад, П. Зюскінд писав: «Опинившись в сфері впливу його аромату, вони будуть змушені не тільки прийняти його як собі подібного, але полюбити його до божевілля, до самозабуття ... бо люди можуть закрити очі, і не бачити величі, жаху, краси, і заткнути вуха, і не чути людей або слів. Але вони не можуть не піддатися аромату. Аромат проникає в саму глибину, прямо в серце, і там виносить категоричне судження про симпатії і презирство, про відразу і потяг, про любов і ненависті. Хто володіє запахом, той володіє серцями людей» [3].

Мерчандайзинг в якості самостійного компонента маркетингової системи спирається як на власні принципи, так і на поведінку споживача в торговельному залі під час безпосереднього контакту з марками. Закономірно, що виробник, продукти якого домінують на полицях магазинів, може розраховувати на більшу увагу з боку споживачів і більш високий попит на свої бренди. Одним словом, мерчандайзинг – мистецтво збуту, продажу, реалізації товару.

Як показує практика роздрібних продажів на розвинених ринках, сім з кожних десяти покупців приймають рішення про вибір на користь того чи іншого бренду безпосередньо в торговому залі. Крім того, більше половини опитаних відвідувачів великих магазинів зовсім не мають наміру що-небудь купувати: багатьох приваблює можливість провести час, отримати нові враження. Виявляється, час проведений в торговому залі, ніяк не пов'язаний з кількістю покупок, а відвідувачі торгових центрів не обов'язково є лояльними споживачами [1].

Вплив на аудиторію покупців не є абсолютною гарантією успіху – відносини з покупцями необхідно активно підтримувати, постійно зміцнювати, впливати на переваги й формувати лояльність споживачів. Саме мерчандайзинг є засобом ефективного продажу та методом диференціації товару у торгових точках.

Світові компанії зробили мерчандайзинг невід'ємною частиною своєї маркетингової політики, адже мерчандайзинг дозволяє покупцеві комфортно проводити час, здійснюючи покупки і вибираючи потрібний товар чи будь-які цікаві пропозиції. Правильно розміщуючи асортимент за товарними групами та поведінкою покупців можливо збільшити продаж приблизно на 10%, правильна викладка товарів в рамках кожної товарної групи підніме продаж іще на 15%, а акцентування уваги кольором і розташуванням збільшить іще на

25%. У торговій точці з застосуванням правил мерчандайзингу продажі можуть на 200-300% перевищувати дохід аналогічного магазину, де їх не практикують [4].

Щоб забезпечити збільшення продаж в умовах жорсткої конкуренції, важливо скоординувати оформлення місця торгівлі з тематикою використовуваної в інших маркетингових комунікаціях. Споживачі звертають увагу на місця продаж в магазинах, товарні експозиції, зрівнюють ціни і види товарів різноманітних торгових марок. Правильна представленість товару являється головним мотивуючим засобом в процесі здійснення купівлі.

Виділивши суттєві переваги мерчандайзингу, доцільно зосереджувати увагу і на усуненні недоліків мерчандайзингу. Основними недоліками сучасного мерчандайзингу є те, що більшість мерчандайзерів використовують стандартні правила викладки товарів. Часто стандартне розміщення товару призводить до стагнації його продаж в даній торговій точці або не дає можливості «вивести» в продаж новий продукт, щоб ознайомити з ним покупця. Для того, щоб була ефективна викладка товарів необхідно кардинально порушити всі правила «класики» і розкласти товар в невластивому йому місці. Такий нестандартний підхід викличе увагу в покупців, так як товар буде виділятися з загальної товарної групи. Ще один недолік мерчандайзингу – багато мереж забороняють роботу мерчандайзерів постачальників, і намагаються самостійно виставити товар в найкращому місці, порушуючи планограму розміщення продукції в торговому залі. Вихід з цієї ситуації – необхідно домовлятися з керівництвом торгових точок про викладку товарів різних торгових марок їх професійними мерчандайзерами [5].

Підводячи підсумки, можна сказати, що проведення мерчандайзингу дозволяє будь-яким фірмам економити свої кошти, одночасно піднімаючи обсяги продажів. Ефективне застосування складових елементів та технологій мерчандайзингу на торговельному підприємстві формуватиме помітність товару серед інших аналогічних товарів, забезпечуватиме визнання споживачами товару та активізуватиме попит.

Список використаних джерел:

1. Інноваційні технології в мерчандайзингу - URL: <http://www.merchandising.ru/publications/innovatsionnye-tekhnologii-merchandaizinge> (дата звернення: 01.03.2021).
2. Ключкова М.С. Мерчандайзинг: Наукова книга, 2008. С. 3.

3. Комова М.Ю. Специфика мерчандайзинга в магазинах одежды. Молодой ученый. 2017. № 7. С. 105 – 108.

4. Комунікаційна складова мерчендайзингу - URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/14639/A3.pdf> (дата звернення: 01.03.2021).

5. Мерчандайзинг: Плюси і мінуси мерчандайзинга - URL: http://toplutsk.com/articles-article_27.html (дата звернення: 26.02.2021).

6. Мерчандайзер – URL: <http://chtooznachaet.ru/merchendajzer.html> (дата звернення: 26.02.2021).

Чіп Л.О.

к.е.н, доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень,

Писаренко С. В.

к.с.-г.н, доцент кафедри підприємництва і права, доцент,

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, Україна

ПРОБЛЕМАТИКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Малому бізнесу належить провідна роль у побудові ринкового господарства та підвищенні рівня життя населення, забезпеченні структурної перебудови монополізованої економіки, розвитку обслуговуючих галузей, поповненні ринку праці робочими місцями. Він також є своєрідним чинником реформування та демократизації, утвердження і розвитку приватної власності, забезпечення свободи підприємницької діяльності [1].

Роль малого бізнесу в аграрному підприємстві значно зросла, якби до його складу включалася така форма господарювання як особисті селянські господарства. На сьогодні прийнято Закон «Про внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств» від 31.03.2016 [3].

Незважаючи на наявні позитивні тенденції, які набирають силу останнім часом, аналіз стану малого підприємництва в Україні свідчить про те, що суттєвих зрушень у розвитку цього сектора економіки ще не відбулося. Серед головних причин, які стримують його розвиток, можна назвати такі:

- відсутність дієвого механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого підприємництва;
- неймовірно важкий тягар оподаткування;
- відсутність належного нормативно-правового забезпечення розвитку малого підприємництва в цілому;

- обмеженість або повна відсутність матеріально-фінансових ресурсів;
- недосконалість механізмів обліку та статистичної звітності малого бізнесу, системи навчання і перепідготовки кадрів для підприємницької діяльності, обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення.

Найболючішою проблемою малого бізнесу сьогодні є його забезпечення фінансовими ресурсами. Приватні благодійні фонди відсутні, союзи й асоціації підприємців не мають у своєму розпорядженні засобів для кредитування малого бізнесу. Відомо лише 4 потенційно доступних джерела виділення фінансів: Український Фонд підтримки підприємництва, Державний інноваційний фонд, засоби виділені місцевими органами влади для організації свого бізнесу безробітним; засобу місцевих органів влади, що утворюються з відрахувань від вартості приватизованих об'єктів.

Особисті селянські господарства на сьогодні володіють багатьма рисами господарської структури, які відображають їхній потенціал як товаровиробників і підприємців.

По-перше, ділянки, які використовуються особистими селянськими господарствами перевищують встановлену Земельним кодексом України граничну для сільських присадибних ділянок площу. Так, у 2017 році, 46,3 % господарств мали розмір землекористування, який перевищував граничну норму особистих селянських господарств, визначену Земельним кодексом України (2 га), за рахунок земельних часток-паїв та орендованих ділянок.

По-друге, розширення земельної площі супроводжується певними ознаками капіталізації, наприклад тенденцією до розширення власної технічної бази та використання сторонньої робочої сили [2].

Для успішної діяльності сільськогосподарських малих фермерських господарств необхідно:

- запровадження державної фінансової підтримки діяльності сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на період не менше 10 років;
- розробка регіональних програм розвитку сільськогосподарської кооперації, спрямованих на розбудову та розвиток інфраструктури аграрного ринку [4].

Отже в Україні є великий потенціал для створення фермерських господарств, подолавши проблеми, ці підприємства матимуть можливість розвиватися ефективно. Цьому сприятиме наявність земель сільськогосподарського призначення, земель для присадибного господарства, водних і лісових фондів, а також сприятливі агрокліматичні умови, та

наявність незайнятого населення працездатного віку. Розвитку малого підприємництва також сприятиме зростання попиту на сільськогосподарську продукцію та продовольство, зокрема на органічну продукцію, а також економічна привабливість «нішевих» напрямів діяльності й органічного виробництва.

Список використаних джерел:

1. Булана О. Державна підтримка підприємств реального сектору економіки в Україні в умовах її інтеграції у СОТ і ЄС. Економіка України. 2011. № 12. С. 68-79.
2. Малік М. Й. Теоретичні засади та напрями трансформації особистих селянських господарств. Економіка АПК. 2013. № 5. С. 87-95.
3. Про внесення змін до Закону України «Про фермерське господарство» щодо стимулювання створення та діяльності сімейних фермерських господарств: Закон України від 31 березня 2016 року № 1599. Режим доступу: <http://rada.gov.ua/news/Novyny/127438.html>
4. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / за ред. Ю. О. Лупенка, В. Я. Месель-Веселяка. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2012. 182 с.

Чумак В. Д.

к.е.н., професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
доцент

*Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна*

ПЛАНУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Процес планування та управління грошовими потоками є передумовою стабільного та безперервного функціонування підприємницьких структур. В умовах розвитку ринкових відносин перед підприємствами постає необхідність створення системи планування грошових потоків. Ефективне управління грошовими потоками дозволяє оптимізувати розмір коштів у розрахунках та рівень їх самофінансування, синхронізувати надходження та виплати грошових коштів у часі та за видами діяльності, а також реалізувати стратегічні цілі та підвищити ступінь фінансової стійкості. Планування грошових потоків є досить трудомісткою та важкою роботою для керівника підприємства, бо йому доводиться щодня приймати ефективні управлінські рішення щодо використання отриманих грошових коштів в процесі господарської діяльності.

Проте варто відмітити, що у дослідженнях провідних науковців методика планування грошових потоків опрацьована ще недостатньо. А саме, відсутній комплексний інструментарій щодо їх оптимізації, який би зміг охопити всю сукупність грошових потоків підприємства за всіма видами діяльності та реально вплинути на підвищення платоспроможності суб'єкта підприємництва.

В сучасних умовах в процесі планування та управління грошовими потоками підприємство ставить перед собою наступні цілі: підтримка балансу між формуванням резерву ліквідності та втраченими альтернативними можливостями; забезпечення ефективності використання грошових коштів через оптимальний їх розподіл у часі та просторі; підтримка прийнятного рівня ліквідності та платоспроможності, а також попередження формування чи розвитку фінансової кризи; забезпечення своєчасності та повноти покриття потреби у капіталі для фінансування поточних зобов'язань в рамках операційної, інвестиційної та фінансової діяльності.

Згідно з П(С)БО, грошові кошти – це готівка, кошти на рахунках в банках та депозити до запитання [1]. У процесі кругообігу грошові кошти утворюють грошові потоки. Планування грошових потоків є важливим елементом фінансового планування, оскільки це дає змогу підприємству визначити його майбутні грошові надходження та витрати, пов'язані з господарською діяльністю. Планування грошових потоків є процесом розробки системи планів та планових показників з формування різних видів грошових потоків у господарській діяльності підприємства. Планування грошових потоків передбачає розрахунок валового і чистого грошових потоків підприємства на плановий період у розрізі окремих видів його господарської діяльності й забезпечення постійної платоспроможності підприємницьких структур.

Планування грошових потоків – важливий етап управління фінансовою діяльністю підприємств, головна мета якого – забезпечення ритмічності й синхронності грошових потоків, а в цілому досягнення фінансової рівноваги підприємства. Планування як елемент управління грошовими потоками підприємств полягає у формуванні стратегічних, тактичних та оперативних планів їх раціонального використання. Підхід щодо розгляду планування грошових потоків у короткостроковому періоді, на нашу думку, є логічним, так як він пов'язаний з управлінням оборотного капіталу, що забезпечує безперервність робочого циклу і збуту продукції, підтримку ліквідності та платоспроможності на належному рівні. Проте даний підхід не враховує

стратегічних цілей діяльності суб'єкта підприємництва, що може призвести до зниження рівня фінансової стійкості.

Слід зазначити, що планування грошових потоків є більш ефективним та достовірним на найближче майбутнє, ніж на тривалу перспективу. План надходження і витрат грошових коштів розробляється на основі прогнозів від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Це дає можливість передбачити перспективу ризику на майбутнє, більш раціонально використовувати ресурси, ефективно проводити науково-технічну політику та підвищити, в цілому, ефективність діяльності підприємницьких структур.

Шляхом ефективного впровадження системи планування та прогнозування досягається раціональне використання грошових потоків: операційна, інвестиційна та фінансова діяльність забезпечується необхідними грошовими ресурсами.

Важливо акцентувати увагу на інструментарії планування. На сьогоднішнім основним інструментарієм грошових потоків на підприємстві є: бюджет грошових коштів, платіжний календар та аналітичний звіт про рух коштів. На нашу думку, план надходження та витрачання грошових коштів, розроблений на плановий рік, дає лише загальну основу управління грошовими потоками підприємства. Тому, для забезпечення щоденного управління грошовим потоком постає необхідність в розробці платіжного календаря, у якому повинен відображатись рух грошових коштів відповідно до каналів їх надходження та використання, а також розраховуватись чистий грошовий потік та залишки грошових коштів на кінець запланованого періоду. У світовій практиці складання прогнозних планів руху грошових засобів є досить поширеним, а на великих підприємствах – обов'язковим [2, с. 141].

Платіжний календар розробляється з метою встановлення конкретних термінів обов'язкових платежів підприємства протягом планового року. В залежності від видів господарської діяльності вони можуть бути диференційованими в рамках підприємства і поділятися на такі види: податковий платіжний календар, календар обслуговування фінансових кредитів, календар виплат заробітної плати, календар формування портфеля довгострокових фінансових інвестицій, календар емісії акцій та облігацій тощо.

Відповідно до чинного законодавства в Україні з 2010 року запроваджено прямий метод складання Звіту про рух грошових коштів. Даний метод спростив попередній (непрямий) і дозволив оцінити загальні суми надходження та витрачання грошових коштів підприємства у розрізі видів

діяльності. Інформація, що отримана при застосуванні прямого методу, використовується для прогнозування та планування грошових потоків.

Процес планування грошових потоків має максимально передбачити всебічне вивчення дійсності, тенденцій та закономірностей розвитку підприємства і середовища його діяльності. Система планування грошових потоків має бути безперервною та включати в себе оперативне, поточне та стратегічне планування. Різні види планів розв'язують різні завдання, які, у свою чергу, обумовлюються місією планування.

На сьогодні якість планування грошових потоків на підприємствах у цілому перебуває на досить низькому рівні, що призводить до прийняття неналежно обґрунтованих управлінських рішень, а отже, до небажаних результатів. Ринкова економіка вимагає від українських підприємств якісно нового планування грошових потоків, тому що за всі негативні наслідки і прорахунки в розроблених планах, несуть відповідальність самі підприємства.

Таким чином, з метою підвищення ефективності системи планування грошових потоків та управління ними пропонуємо наступне: удосконалювати методику аналізу грошових потоків, враховуючи реальний фінансовий стан підприємства; формувати плани грошових потоків у розрізі операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємницьких структур; підвищувати рівень кваліфікації кадрів щодо обізнаності із сучасними методами планування, в цілому, та грошовими потоками, зокрема; поєднувати плани, залежно від терміну розробки, в єдиний процес з метою досягнення стратегічних цілей підприємства; використовувати новітні інформаційні технології для полегшення складання планів; враховувати внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на рух грошових коштів підприємницьких структур в умовах невизначеності та ризику.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
2. Чумак В. Д. Управління грошовими потоками та попередження банкрутства підприємств. *Економіка і підприємництво : організаційно-методологічні аспекти обліку, фінансів, аудиту та аналізу*. Вип. 19. Том 2. Полтава : ПДАА, 2019. С. 138–141.

Шаферівський Б. С.,
к. с-г. н., доцент кафедри технологій дрібного тваринництва
Карунна Т. І.,
к. с-г. н., доцент кафедри технологій дрібного тваринництва
Желізняк І.М.,
старший викладач, кафедри технологій дрібного тваринництва
Полтавський державний аграрний університет
м. Полтава, Україна

ЗНАЧЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

За визначенням Комісії Кодекс Аліментаріус Продовольчої сільськогосподарської організації Всесвітньої організації охорони здоров'я – органічне сільське господарство це цілісна система виробничого менеджменту, яка підтримує та покращує «здоров'я» агроєкосистем, включаючи біорізноманіття, біологічні цикли й біологічні властивості ґрунтів. Це досягається шляхом використання агрономічних, біологічних та механічних методів замість використання синтетичних матеріалів для забезпечення сталого функціонування агросистеми.

За останні 10–15 років органічне сільське господарство перетворилось в відокремлену комерційну галузь з багатомільярдним рухом коштів, яка найбільш яскраво проявляється, як важливий економічний і політичний фактор в розвинутих країнах світу. За оцінками спеціалістів об'єм світового ринку органічної продукції складає на сьогоднішній день 23–25 млрд. \$. Зокрема в США органічної продукції споживається на 11–13 млрд. \$, в ЄС – на 10–11 млрд. \$. В середньому кожного року ринок збільшується на 10–15 %. Органічне виробництво продовжує зростати по всій планеті, але більшість органічних продуктів реалізується у високорозвинених індустріальних країнах. Нині майже 97% їх споживання припадає на Північну Америку і Західну Європу. Однак з подальшим економічним розвитком інших країн та підвищенням добробуту їх жителів ситуація має змінитися. Прикладом є потужне економічне зростання у Бразилії, Індії, Китаї, де значно зросла кількість сімей, що належать до середнього та вищого класів і, як результат, почало збільшуватися споживання органічних продуктів [1, с. 17]. Крім того в більшості Європейських країн розроблені програми надання дотацій сільгоспвиробникам, зацікавленим в вирощуванні даних продуктів. Наприклад, з 1993 року Європейський Союз проводить політику підтримки фермерів в перші роки після переходу від традиційного до органічного

агровиробництва. Пов'язано це з конверсійним періодом, що займає як мінімум 2–4 роки [2, с. 245].

В Україні, по оцінках багатьох вітчизняних і закордонних експертів існує великий потенціал для розвитку виробництва сертифікованої органічної сільськогосподарської продукції й органічних продуктів харчування (табл. 1).

Як видно з таблиці для того, щоб скористатися перевагами органічного сільськогосподарського виробництва, Україна, як й інші країни з перехідною економікою, повинна перебороти ряд перешкод. Однієї із проблем для України є розвиток як каналів збуту, так й інформованості громадськості про якісні переваги органічної продукції особливо з наголосом на позитивний вплив таких харчових продуктів на здоров'я людей. Варто загострювати увагу громадськості на можливих потенційних вигодах (економічної, соціальної, екологічних, охорони здоров'я), пов'язаних з органічним сільськогосподарським виробництвом. Потрібні добре певна державна урядова політика й регулювання, а також активізація споживання органічних продуктів, наприклад через інформування споживачів. [3, с. 15, 4, с. 4].

За даними Міжнародної федерації розвитку органічного землеробства, у 2010 році в Україні було вже задіяне близько 280 тис. га сільськогосподарських угідь під органічне землеробство і функціонували більш як 140 органічних господарств. Однак українські виробники в основному вирощують органічні культури на експорт, а на внутрішньому ринку органічна продукція вітчизняного виробництва майже відсутня.

Таблиця 1

Особливості розвитку органічного сільського господарства в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
• наявність великих площ родючих ґрунтів; • низький рівень використання гербіцидів, пестицидів і мінеральних добрив; • достатня кількість товарови-робників, готових виробляти органічну сільськогосподарську продукцію, та її потенційних споживачів; • збільшення робочих місць; • незалежність від енергоносіїв та можливість використання місцевих ресурсів.	• недосконалість законодавчо-правової бази; • інноваційність напряму – слабка інформованість виробників, додаткові витрати на консультаційні послуги, навчання персоналу. • необхідність перехідного періоду для виробництва «екологічної» продукції • невелика ємність внутрішнього ринку, неможливість у короткі строки виходу на зовнішній ринок • відсутність регіональної інтеграції, спільної комерційної політики (регіонального маркетингу) • поганий розвиток як каналів збуту, так и інформованості споживачів про якісні переваги органічної продукції

Урожайність продукції рослинництва та середньодобові прирости тварин при традиційному господарюванні є вищими, ніж при органічному, але якість цієї продукції, з точки зору продовольчої безпеки, є значно кращою.

В більшості випадків низька купівельна спроможність населення не дозволяє встановити диференційовані ціни на продукцію залежно від її екологічної чистоти. Тому в цьому випадку витрати господарств на виробництво органічної продукції необхідно компенсувати за рахунок пільгового оподаткування. Адже це дало б змогу матеріально заохотити аграрні підприємства у вирощуванні такої продукції.

Отже, незважаючи на існуючі проблеми становлення, виробництво органічної продукції в Україні, є багатообіцяючим і дуже перспективним через наявність в країні родючих чорноземних ґрунтів і міцних традицій сільськогосподарського виробництва. Органічне агровиробництво має великий потенціал для покращення економічного, соціального та екологічного стану в Україні, і сприятиме комплексному розвитку сільських територій та поліпшенню якості та безпечності харчування населення.

Список використаних джерел

1. Писаренко В.В., Боровик Т.В. Стан ринку органічної аграрної продукції в Україні і світі. *Агро Ексклюзив*. 2008. №1(7). С. 17.
2. Довідник міжнародних стандартів для органічного агровиробництва. *Навчально-координаційний центр сільськогосподарських дорадчих служб*; За ред. Капштика М. В. та Котирло О.О. Київ: СПД Горобець Г.С., 2007. С. 356.
3. Афанасьєв А.В. Современное состояние органического сельского хозяйства. *Надежда планеты*. 2005. №10. С. 14–17.
4. Ярмук А., Титаренко Г., Савин А. Аромат полей. *Надежда планеты*. 2004. № 12. С. 3–7.

Шакалій С. М.

к. с. – г. н., старший викладач кафедри рослинництва

Рудич Я. С.

здобувач вищої освіти СВО Магістр ОПП

Екологічне рослинництво

Полтавський державний аграрний університет

М. Полтава, Україна

ЯКІСТЬ ТА УРОЖАЙНІСТЬ СОРТІВ СОЇ ЗАЛЕЖНО ВІД СТРОКІВ СІВБИ

У різних країнах світу постійно зростає попит на органічну продукцію рослинництва та продукти харчування, які сертифікуються як екологічно безпечні.

В Україні, враховуючи потужний науковий і виробничий потенціал рослинницької галузі, існує можливість масштабного застосування біологічного землеробства з метою виробництва екологічно чистої продукції для внутрішнього та зовнішнього ринків [1, с.174].

Основним завданням сільськогосподарського виробництва є надійне забезпечення населення продуктами харчування, а промисловості сировиною.

Для цього потрібно мобілізації всіх шляхів, способів і методів підвищення врожайності вирощуваних культур і якості продукції, що виробляється.

Зі збільшенням виробництва пшениці, рису, проса, кукурудзи, цукрових буряків та інших культур, багатих на вуглеводи, в світі став гострішим відчуватися дефіцит білка, що вимагає розширення посівів зернобобових культур, для збалансування харчових і кормових раціонів за протеїном [2, с. 4].

Рішення даної проблеми, в даний час, немислимо без сої, виробництво якої в світі стрімко збільшується і за останні десятиліття зросла більш ніж в два рази. Немає жодної сільськогосподарської культури зростання площ під якою в XX столітті здійснювався такими ж темпами [3, с. 25].

Один з основних шляхів збільшення виробництва сої - розширення її посівів у всіх районах поширення соняшнику і кукурудзи.

Урожайність будь-якої сільськогосподарської культури в значній мірі визначається терміном і способом посіву, нормою висіву і глибиною загортання насіння. Завищена або занижена норма висіву, передчасний або запізнений посів, недотримання оптимального способу посіву і глибини загортання насіння неминуче призводить до зниження врожаю, а часто і його якості [4, с. 26].

Розглядаючи формування врожаю важливо враховувати безліч чинників. Одним з основних показників продуктивності є врожайність сортів сої (табл. 1).

Аналізуючи дані таблиці 1, можна зробити висновок, що найбільша врожайність була отримана у сорту Алмаз - 3,22 т/га, що на 0,3 т/га більше ніж у сорту Агат та на 0,6 т/га більше ніж у сорту Дельта за строка сівби 30 квітня.

За строка сівби 10 травня найбільшою врожайність була у сорту Алмаз та Агат і становила 2,2 т/га.

Таблиця 1

Урожайність сортів сої при різних строках сівби, в середньому за 2018-2020 рр., т/га.

Сорти	Строки сівби				Середнє за строками сівби
	30 квітня	10 травня	20 травня	30 травня	
Алмаз	3,22	2,20	2,84	2,64	2,84
Дельта	2,66	2,93	2,47	2,50	2,58
Агат	2,94	2,19	2,73	2,82	2,79
НІР ₀₅ А	0,49				
НІР ₀₅ В	0,49				
Взаємодія АВ	0,40				

А от за строка сівби 30 травня кращі результати отримані у сорту Агат – 1,82 т/га, що перевищує сорт Дельта на 0,32 т/га, та сорт Алмаз на 0,2 т/га.

При аналізі впливу строків сівби на врожайність сортів сої, слід зазначити, що у сортів з більш довгим вегетаційним періодом (Агат) найкраща врожайність була отримана при їх сівбі за результатами середніх даних за строками сівби.

Аналізуючи утворення бобів у різних сортів сої, можна зробити висновок, що найбільша кількість утворилася у сортів за строка сівби 30 квітня – сорт Алмаз - 29,9 штук; Дельта – 24,7 шт. та Агат – 24,5 штук.

Найменша кількість була у сортів за строка сівби 20 та 30 травня. У сорту Агат найменша кількість бобів при строковій сівби 20 травня – 14,3 шт. та 17,9 шт. при висіві 30 травня.

Як бачимо за середніми даними найбільша кількість бобів сформувалася у сорту Алмаз і становила 23,7 штук.

Важливим показником при формуванні врожайності сої є кількість зерен в бобі на одній рослині. Найбільша кількість зерен в бобі сформувалася у раннього сорту Алмаз за строка сівби 20 травня і становила 2,4 штуки. Дещо меншою вона була за строків сівби 20 та 30 травня і склала 2,2 та 2,1 шт., відповідно.

Сорт Дельта мав дещо нижчу кількість бобів і був від 1,7 шт. (30 квітня) до 2,1 шт. (30 травня).

Середньостиглий сорт Агат за показником кількості зерен в бобі був на рівні сорту Дельта.

Найбільша кількість зерен на рослині було отримано у ранньостиглого сорту Алмаз 60 шт. на рослині за строка сівби 30 квітня. За іншими строками сівби у сорту Алмаз кількість зерен знижувалася. У сорту Дельта найбільша

кількість зерен сформувалася за строка сівби 10 травня і становила 48,1 шт. на рослині. Найменшою була за строка сівби 20 травня – 33,7 шт.

Сорт Агат мав найбільшу кількість зерен за строка сівби 30 квітня і склав 45,0 шт., та найменша – за строка сівби – 20 травня – 31,0 шт.

За середніми даними перевищує сорт Алмаз, який має 50,0шт. зерен на рослині.

Підводячи загальний аналіз кількості бобів і зерен на рослині сої у досліджуваних сортів, а також кількість зерен в бобі, слід зазначити, що у найкращим виявився сорт Алмаз.

Однією з основних проблем при вирощуванні сої є те, що нижні боби у неї розташовані дуже близько до землі, що ускладнює їх прибирання.

З даних таблиці видно, що найбільша відстань від нижніх бобів до поверхні ґрунту у всіх сортів було відзначено при їх сівбі 20 травня (від 10,1 см у сорту Алмаз, до 11,9 см у сорту Дельта), а найменше - при сівбі 30 квітня (від 8,8 см у сорту Алмаз, до 9,1 см у сорту Агат).

З сортів, найвище розташування нижніх бобів було відзначено у сорту Дельта - 12,1 см, а найменше - у сортів Алмаз та Агат - 10,8 см.

В результаті проведених в ґрунтово - кліматичних умовах досліджень були встановлені закономірності росту і розвитку різних сортів сої з урахуванням їх біологічних особливостей.

Встановлено, що сортові ознаки впливають на продуктивність різних сортів сої (площа листової поверхні, висота рослин, утворення та розміщення бобів). Виявлено, сорти сої стабільно дають високі врожаї зерна.

Оптимальні умови для отримання високих врожаїв якісного насіння для більшості сортів сої в умовах Полтавської області складаються при її сівбі 20 травня та 30 квітня.

Список використаних джерел:

1. Шакалій С. М., Баган А. В., Єщенко В. М., Сенчук Т. Ю. Ефективність елементів біологізації технології вирощування пшениці озимої в лісостеповій зоні України. Таврійський науковий вісник. 2020. №112. С. 174 – 180.
2. Антонов С. И. Соя - универсальная культура. Земледелие, №1, 2000.15 с.
3. Барсуков С. С. Продуктивность сои в зависимости от сорта и густоты стояния растений в посевах. Кормопроизводство. 2005. № 9. с. 25-26.
4. Доценко С. М. Проблема дефицита белка и соя. Зерновое хозяйство. 2002. №6. с. 16-18.

Шевченко Ю.О..

магістрант спеціальності 075 «Маркетинг»

Устік Т.В.

д.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики

Сумський національний аграрний університет

м.Суми, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТИКИ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток економічної системи України та конкурентних відносин між її суб'єктами потребує вирішення завдань, серед яких особливе місце посідає питання діагностики складових маркетингового комплексу підприємства. Значна увага приділяється проведенню оцінки стану економічних суб'єктів в умовах недостатньої проінформованості споживачів щодо виявлених проблем і перспективних напрямів їх вирішення, оскільки сучасне підприємство аграрної сфери економіки є надзвичайно складним об'єктом для діагностування та всебічного вивчення.

Існуючі тенденції в розвитку вітчизняного агропромислового виробництва спонукають підприємства аграрної сфери до пошуку інструментів та механізмів, які не лише зможуть покращити їх конкурентні позиції на ринку аграрної продукції, а й сформують сталу систему підтримання конкурентоспроможності товаровиробників за рахунок впровадження додаткових елементів маркетингового комплексу, так як управління конкурентоспроможністю підприємства належить до ключових напрямів діяльності управління аграрними підприємствами.

Відмітимо, що маркетингова філософія управлінської діяльності суб'єктів економічних відносин базується на задоволенні потреб споживачів та клієнтів, а місія полягає в отриманні максимального прибутку при мінімальних витратах. Відповідно, система формування складових комплексу маркетингу підприємств аграрної сфери повинна вибудовуватися на дотриманні балансу дій з задоволення ринкового попиту при забезпеченні раціональних заходів щодо мобілізації економічного потенціалу товаровиробника, який займає лідируючі позиції на ринку.

Отже, визначення сутності та завдань діагностики комплексу маркетингу, а також розробка процедур діагностики, що створює можливість багатопланового використання її результатів, є актуальним науково-практичним дослідженням, яке потребує відповідного вирішення.

Необхідність розробки теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо діагностики комплексу маркетингу підприємств аграрної

сфери та питання їх подальшого розвитку розглядаються у працях багатьох провідних вчених: В.Г. Андрійчука, В.М. Амбросова, П.І. Гайдучького, В.П. Галушко, В.М. Геєця, О.Д. Гудзинського, Т.Г. Дудара, О.Ю. Єрмакова, С.М. Кваші, М.Й. Маліка, П.Т. Саблука, О.В. Шкільова, О.М. Шпичака, В.В. Юрчишина та інших науковців. Зарубіжна практика доводить, що формуванню маркетингового комплексу підприємств, у тому числі аграрної сфери приділяється значна увага, що сприяє прискоренню їх адаптації до вимог ринкового середовища. Щодо ефективності використання елементів комплексу маркетингу підприємств, то маємо результати досліджень таких зарубіжних учених, як Р. Акофф, І. Ансофф, Г. Армстронг, Г. Ассель, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Г. Мінцберг, М. Портер, А. Стрікланд, А. Томпсон та ін. Різноманітні теоретичні, методологічні та прикладні проблеми стратегічного управління аграрними підприємствами, у тому числі стратегічного маркетингу та маркетингу-мікс розглядаються в працях українських науковців С.С. Гаркавенко, В.Г. Герасимчука, Й.С. Завадського, Н.В. Куденко, В.Д. Немцова, А.Ф. Павленка, А.А. Старостіної, Н. Чухрай, З.Є. Шершньової та інших. Проте на сучасному етапі дуже актуальним питанням є розробка саме стратегічного бачення напрямів розвитку підприємств аграрного сектору на мікрорівнях, мезорівнях та макрорівнях, а також методологічних і теоретичних проблем опрацювання складових комплексу маркетингу та його ефективного функціонування.

Marketing-mix — комплекс практичних заходів впливу на ринок, пристосування діяльності компанії до ринкових ситуацій, швидкого та гнучкого реагування на їх зміни. Головна мета розроблення та впровадження компанією ефективного маркетингового комплексу – це забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства з метою завоювання стабільних позицій на ринку, а також можливості оперативно реагувати на зміни мінливого ринкового середовища.

Маркетинг як вид діяльності повинен мати в арсеналі конкретні інструменти, уміння правильно "змішувати" елементи маркетингу є запорукою успіху фірми у вирішенні маркетингових проблем. На думку доктора економічних наук професора Ілляшенка С.М. комплекс маркетингу являє собою систему заходів, за допомогою яких підприємство впливає на споживачів з метою стимулювання попиту на свою продукцію і її просування на ринку. Ці заходи групують за такими чотирма напрямками 4Р товар, ціна, методи поширення та просування товару на ринку.

На думку А. Г. Мазур, О. В. Мороз і О. О. Прутської в конкурентній боротьбі перемагають підприємства, які підтримують ефективний зв'язок зі споживачами та здатні задовольнити їх потребу по відношенню до економічності та зручності придбання товару, без перебільшення можна сказати, що такі зміни орієнтирів є доказом підвищення культури взаємовідносин продавця і покупця.

Першою і найбільш значимою складовою комплексу маркетингу, яку підприємство розробляє для свого цільового ринку та задоволення потреб споживача, є товар. Дуже важливим показником, що характеризує виробництво сільськогосподарської продукції, є її якість, тобто сукупність властивостей, здатних задовольнити смаки споживачів. Важливий цей показник і тому, що він є визначальним для підвищення конкурентоздатності продукції.

Другою складовою комплексу маркетингу є ціна, так як виважена цінова політика здійснює значний вплив на ринковий успіх підприємства. Споживачі віддаватимуть перевагу товарам, атрибути яких знаходяться в рамках граничних значень їхніх часткових інтересів. Серед загальних цілей аграрного підприємства, які будуть впливати на маркетингову політику ціноутворення, слід відмітити максимізацію поточного прибутку, максимізацію ринкової частки підприємства та лідерство в галузі щодо якості та безпечності продукції.

В умовах насиченого ринку недостатньо виробити якісний товар, встановити на нього оптимальну ціну і вибрати ефективні канали розподілу, необхідно звернути увагу на комунікаційну політику діяльності підприємства. Останніми роками перелік елементів тіх доповнюється кількома "Р" - people (люди), personal selling (персональний продаж), package (упаковка), prime (час).

Зазначимо, що кожен з елементів комплексу маркетингу є формою задоволення потреб споживачів. Успішне ведення аграрного бізнесу пропонує все те, що потрібно споживачам та клієнтам і дає можливість задовільняти його потреби краще, ніж це роблять конкуренти.

Маркетингова діяльність аграрних підприємств здійснюється в умовах посилення конкуренції на внутрішньому ринку, необхідності чіткого дотримання вимог споживачів, орієнтації планування виробничої, збутової та фінансової діяльності за результатами маркетингових досліджень аграрного ринку, проникнення досягнень науки й техніки в діяльність

сільськогосподарських підприємств, розвитку та поширення інформаційних технологій.

Для діагностики комплексу маркетингу аграрного підприємства властиві певні переваги: спрямованість на вивчення винятково маркетингової діяльності підприємства; придатність процедури діагностики до використання її підприємствами, що займаються різними видами підприємницької діяльності; можливість самостійного використання процедури діагностики через відсутність умовностей та узагальнень; структурованість, що дозволяє чітко виділити і сформулювати проблеми в маркетинговій діяльності, що мають бути вирішені; доступність розуміння результатів усім персоналом підприємства.

Інформаційне забезпечення має вирішальне значення для діагностики комплексу маркетингу аграрного підприємства, тому що забезпечує поряд з показниками достовірність отримуваних результатів. Інформаційне забезпечення діагностики комплексу маркетингу може бути побудовано з позиції різних підходів.

Запорукою конкурентної позиції підприємства на ринку є прийняття відповідних рішень за результатами не тільки діагностики стану комплексу маркетингу підприємства, але й оперативного оцінювання результатів його маркетингової діяльності з урахуванням змін внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища.

Більшість аграрних підприємств нехтують розробкою маркетингових систем, посилаючись на мінливість ринкового маркетингового середовища, керівники підприємств відмовляються від формалізації маркетингових стратегій, однак інтуїтивно намагаються впроваджувати певні спрощені стратегії та дотримуватися усталених політик стосовно одного або декількох елементів комплексу маркетингу замість впровадження системи маркетингового комплексу.

Список використаних джерел

1. Ілляшенко, С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань [Текст] : монографія / С.М. Ілляшенко. - Суми : Діса плюс, 2016. - 192 с.
2. Маркетинг: [підруч.] / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; Ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Маркова. — 5-те вид. — К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2015. — 756 с .

3. Махмудов Х.З., Устік Т.В. Напрямки імплементації стратегії сталого розвитку в аграрному секторі економіки України . Вісник ХНАУ ім. В.В.Докучаєва . Серія «Економічні науки». №4 . 2018. С.31-42

Фарат О.В.

д.е.н., доцент кафедри підприємництва та екологічної експертизи

товарів, доцент

Національний університет «Львівська політехніка»

м.Львів, Україна

«КЛАСТЕРНА ДИЛЕМА» СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Останні роки в економіці України більш інтенсивний розвиток отримав малий бізнес. Це пов'язано з вагомими його перевагами порівняно з великими та середніми підприємствами, оскільки малий бізнес дозволяє більш енергійно вирішувати проблеми відтворювального характеру, пом'якшує процеси нагромадження, сприяє мобілізації фінансових ресурсів та інвестування, прискореному розвитку виробництва, забезпеченню впровадження досягнень науково-технічного прогресу, структурним перебудовам економіки, соціальній стабільності, покращенню зайнятості – все що загалом забезпечує підвищення валового внутрішнього продукту. Однією з форм підприємництва, з якою пов'язують високий рівень креативно-інноваційної активності є такий феноменом ринкової економіки, як кластери. Це обумовлюється сукупністю об'єктивних факторів, які дозволяють низці кластерів набутти таких конкурентних переваг, які би забезпечили їм лідерство через новаторство і високу якість пропонованої продукції на конкурентних ринках.

На процеси росту та розвитку кластерів як підприємницьких утворень впливають безліч чинників, серед яких: (Рекорд, С.И., 2010):

- рівень якості сформованого бізнес-середовища;
- рівень якості відносин кооперації та конкуренції в кластері;
- специфіка конкурентної боротьби між регіонами;
- ефективність підприємницьких рішень.

При входженні в кластер суб'єкти підприємництва які зіштовхуються з, так званою, «кластерною дилемою» повинні прийняти відповідне рішення, яке визначатиме подальші перспективи їх розвитку, зваживши при цьому позитивні та негативні наслідки від свого рішення (рис. 1).



Рис. 1. Переваги та недоліки участі суб'єктів підприємництва у кластерах [3,с.21]

Очевидно, що різні варіанти розвитку надають фірмам як переваги, так формують відповідні негативні наслідки. Результати численних досліджень, які стосуються кластерів ствердно доводять, що прийняття рішення про участь в кластерному об'єднанні, з точки зору довгострокових перспектив, приносить значні можливості для його подальшого зростання та розвитку.

Список використаних джерел:

1. Рекорд С.И. Развитие промышленно-инновационных кластеров в Европе: эволюция и современная дискуссия. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. 109 с.
2. Рудь Н., Марчук О. Інноваційні кластерні структури: аналіз передумов формування та розвитку. *Економіст*. 2014. №9. С.28-31.
3. Фарат О.В. Теоретико-методологічні підходи до забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва на засадах розвитку інноваційних кластерів: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. 224 с.

Флока Л.В.

к.с.-г.н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи

Бірта Г.О.

д.с.-г.н., завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, професор

Залогіна С.О.

студентка групи БТб-41

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

м.Полтава, Україна

РИНОК МОРОЗИВА В УКРАЇНІ ТА ОЦІНКА ЙОГО ЯКОСТІ

Економічні перетворення в агропромисловому секторі вимагають істотних змін, вдосконалення, розробки та практичного застосування нових методів і інструментів оцінки стану ринку. Загальний аналіз галузі вимагає певного набору критеріїв, які дозволяють адекватно оцінити умови, що змінюються ринку і визначити характер попиту і пропозиції.

Сектор виробництва морозива, як і всієї молочної продукції в Україні, є достатньо розвиненим та потужним. Попит на молочні продукти в усьому світі буде тільки зростати, бо такі продукти є стратегічно важливими для забезпечення повноцінного розвитку та життєдіяльності людей. Мода на здорове харчування диктує нові правила світовому виробництву харчових продуктів. Покупці звертають свою увагу на натуральність та ретельно перевіряють інгредієнти, з яких виготовлений той чи інший товар. В усьому світі уже давно відійшли від класичної рецептури виготовлення морозива та почали використовувати рослинні жири. Це дозволяє значно зменшити собівартість продукції. Тому українські виробники морозива, які переважно використовують у виробництві власну сировину з молочних жирів, завдяки якості такої продукції, набувають конкурентоспроможності на світовому ринку та зацікавлені в реалізації власного експортного потенціалу. Водночас, оцінюючи конкурентоспроможність та експортний потенціал продукту, необхідно врахувати фактори ризику та невизначеності, які суттєво впливають на діяльність підприємств, особливо останнім часом [2, с. 64].

Морозиво - це заморожений молочний продукт з вмістом різних смакових добавок. Види морозива: молочне, вершкове, пломбір, сорбет, фруктовий лід (заморожений сік).

Ключовими факторами вибору морозива споживачами є смакові якості продукту (15,3%), ціна (13,5%) і досвід споживання (12,9%). Також покупці звертають увагу на назву морозива, його упаковку, склад та інше.

Морозиво – явно виражений сезонний продукт. Сезонність виробництва морозива чітко простежується - пікові обсяги припадають на період березень-серпень. При цьому в жовтні-січні завантаження виробничих потужностей операторів може знижуватися до 10-30%. Однак сезонність не є основною проблемою для виробників морозива.

Головною проблемою на українському ринку морозива невисока платоспроможність жителів України. Середньостатистичний українець щорічно споживає трохи більше 2-х кілограмів морозива. У Європі, в середньому, одна людина за рік з'їдає 8-10 кг морозива, а в Америці – понад 20 кг на рік. З іншого боку на українському ринку відмічається тенденція зростання споживання морозива середнього і високого цінових сегментів. Таким чином, український ринок морозива має перспективи на подальший позитивний розвиток. Треба зазначити, що гравців на вітчизняному ринку морозива багато, це задає високу конкуренцію. Однак більшу половину всієї продукції, що випускається (близько 60% всього ринку) виробляють п'ять українських компаній: Житомирський маслозавод, Ласунка, Ласка, Еліт, Львівський холодокомбінат [1, с. 4].

В українських магазинах нарешті з'явилося українське органічне морозиво «Ескімос-Organic» ТМ «Рудь», виробництва ПАТ «Житомирський маслозавод», до складу якого входить усього 6 інгредієнтів, і усі — натуральні. Цікаво, що ж повинно і чого не повинно бути у процесі виробництва морозива, щоб його можна було вважати органічним.

Органічне морозиво – це продукт, який користується великою популярністю в Європі і є відмінним способом залучення уваги до натуральної їжі без консервантів і численних проблем навколишнього середовища. У Турині (Італія) це морозиво навіть доставляють на велосипедах, що дуже символічно, адже саме велосипед вважається найбільш екологічно чистим видом транспорту [3, с. 264].

Для проведення дослідження якості було обрано зразки морозива, а саме: морозиво пломбір «Премія», виготовлене спеціально для продажу в мережах «Сільпо», «Фора», «Фоззі» на ПГО АПВТ «Фірма Ласка»; морозиво пломбір «Малюк-Ам», ТМ «Ласунка»; морозиво «Ескімос- Organic», ТМ «Рудь» (ПАТ «Житомирський маслозавод») і морозиво ванільне органічне, ТМ «Schrozberger» (Німеччина).

Комплексну оцінку якості морозива проводили відповідно до вимог чинного стандарту ДСТУ4733:2007 «Морозиво молочне, вершкове, пломбір.

Загальні технічні умови» із визначенням органолептичних і фізико-хімічних показників якості досліджуваних зразків морозива [2, с. 3].

Результати органолептичних показників свідчать, що всі обрані зразки морозива з молочної сировини були однорідними, рівномірного білого та кремового кольору, консистенція масляниста, молочна, структура щільна, мали властивий смак і запах.

Результати фізико-хімічного аналізу засвідчили, що показники масової частки сухих речовин, кислотність та масова частка жиру знаходяться в допустимих стандартом межах.

Балова оцінка якості морозива проводилася відповідно до уніфікованої 10-ти балової шкали якості. Результати балової оцінки показали, що досліджувані зразки морозива різних виробників з молочної сировини мають відмінний рівень якості, окрім зразка морозива ТМ «Премія» (рівень якості «добрий») та допускаються в торговельну мережу м.Полтава: найбільшу кількість балів набрали органічні зразки морозива «Ескімос-Organic», ТМ «Рудь», виробництва ПАТ «Житомирський маслозавод» та морозиво ванільне органічне, ТМ «Schrozberger» (країна виробник Німеччина) – 9,96 балів та 9,8 балів відповідно; морозиво «Малюк-Ам» ТМ «Ласунка», виробництва ТОВ «Ласунка» набрав 9,6 балів; найменшу кількість балів набрав зразок морозива «Премія», що виготовлено спеціально на замовлення супермаркету «Сільпо» виробництва ПГО АПВТ «Фірма Ласка» - 9,06 балів.

Отже, було встановлено, що досліджувані зразки морозива мають відмінну якість та відповідають вимогам стандарту ДСТУ4733:2007 «Морозиво молочне, вершкове, пломбір. Загальні технічні умови» за органолептичними і фізико-хімічними показниками якості. Але найбільшу прихильність дегустатори віддали органічним зразкам морозива «Ескімос-Organic» (ТМ «Рудь») та морозива ТМ «Schrozberger» (Німеччина).

Список використаних джерел

1. Аналіз ринку морозива України [Електронний ресурс]– Режим доступу: <http://ar-group.kiev.ua/novosti/19-analiz-rynka-morozhenogo-v-ukraine>
2. ДСТУ4733:2007. Морозиво молочне, вершкове, пломбір. Загальні технічні умови / Нац. стандарт України. – Вид.офіц. – [Чинний від 22.08.2008]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2007. – 15с.
3. Adapa, S. Mechanisms of ice crystallization and recrystallization in ice cream: a review / S. Adapa, K. Schmidt, I. Jeon [et al.] // Food Reviews International 2020. – 16 (3). – P. 259–271.

4. Skorobogatova N. Macroeconomic instability: its causes and consequences for the economy of Ukraine II Eastern Journal of European studies. — Volume 7, Issue 1, June 2016. - P. 63-80. [Електронне джерело]. - Режим доступу: http://ejes.uaic.ro/articles/EJES2016_0701_SKO.pdf

Флока Л.В.

к.с.-г.н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи

Бургу Ю.Г.

к.с.-г.н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, доцент

Нестеренко Д.П.

студентка групи ТТП ТКД м - 21

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

НЕТРАДИЦІЙНІ МОЛОЧНІ ПРОДУКТИ

На сьогоднішній день проблеми раціонального харчування свідчать про необхідність розвитку виробництва біологічно повноцінних функціональних харчових продуктів на основі комплексного використання сировини тваринного і рослинного походження та зниження його втрат. Поряд з традиційними натуральними харчовими продуктами, інноваційні технології передбачають виробництво продуктів з покращеними споживчими властивостями і підвищеною харчовою цінністю за рахунок коригування складу продуктів, що дозволяє значно розширити спектр їх позитивного впливу [3, с.5].

Молоко є одним з найцінніших продуктів харчування людини. По харчовій цінності воно може замінити будь-який продукт, але жоден продукт не замінить молоко. З часів глибокої старовини молоко використовують з лікувальною метою.

Харчова цінність молока полягає в тому, що воно містить усі необхідні для людського організму харчові речовини (білки, жири, вуглеводи і т.д.) в добре збалансованих співвідношеннях і легко засвоюваній формі.

Молоко є виключно важливим джерелом мінеральних речовин, особливо кальцію і фосфору, які знаходяться в сприятливому співвідношенні для їх засвоєння організмом. У молоці містяться інші важливі мікроелементи: калій, натрій, магній і так далі. Мікроелементи молока беруть участь у побудові ферментів, гормонів і вітамінів [4, с.48].

Зазвичай, асортимент питного молока обумовлений в першу чергу масовою часткою жиру та видом термічного оброблення. Основними видами є питне молоко з масовою часткою жиру 2,5 % та 3,2 %, з підвищеною жирністю (6,0 %, 4,0 %, 3,5 %), низько жирне (2,0 %, 1,5 %, 1,0 %, 0,5 %) та знежирене (масова частка жиру не регламентується) [1, с.14].

Нетрадиційним молоком для України вважається молоко буйволяче, верблюже, кобиляче, овече, оленяче, віслуче.

Буйволяче молоко поширене в Індії, Індонезії, Єгипті, Грузії, Азербайджані, Вірменії, Італії і на півдні Росії (наприклад, в Дагестані, на Кубані). З нього готують сметану, йогурт, вершки, сир, морозиво, вершкове масло і – головне – знаменитий італійський сир моцарелу. У молока буйволиць ніжний смак, практично немає запаху, а консистенція трохи щільніше, ніж у коров'ячого. У порівнянні з останнім в буйволячому молоці більше жиру, білка, кальцію, фосфору, вітамінів А, С і групи В. До того ж воно, на відміну від коров'ячого, практично не містить грубого білка казеїну, що викликає у багатьох людей алергічні реакції.

В Європі з недавніх пір користується великим успіхом швейцарський делікатесний шоколад, зроблений на верблюжому молоці. Європейці вважають незвично солоний смак цього молока справжньою екзотикою, а народи Сходу знайомі з ним здавна: казахи готують з нього шубат – своєрідний аналог кумису, в Аравії п'ють какао з верблюжим молоком – і шоколадний аромат пом'якшує його різкий смак, а в Індії з нього роблять морозиво. Молоко верблюдиць дуже корисно: в порівнянні з коров'ячим, в ньому в три рази більше вітамінів С і D і при цьому набагато менше лактози (молочного цукру) і казеїну, який заважає нашому організму засвоювати молочні продукти [2, с.21].

Кобиляче молоко для українців є екзотичним, проте для багатьох східних народів – повсякденний продукт, багато східних народів вже багато століть роблять з нього кумис. Кобиляче молоко білого кольору з легким блакитним відтінком, в ньому в два рази менше жиру, ніж в коров'ячому. При цьому за складом воно схоже з материнським молоком, тому його часто використовують у виробництві штучних сумішей для дитячого харчування.

Овече молоко в півтора рази поживніше за коров'яче: в ньому в 2-3 рази більше вітамінів А, В і В₂. Овече молоко популярно у багатьох народів Сходу, не зневажають ним і жителі Італії та Греції. З нього роблять кисле молоко, кефір, масло і сири. А ось парне овече молоко п'ють досить рідко – у нього досить специфічний запах.

Оленяче молоко п'ють народи Півночі. Це найкалорійніше молоко: у ньому в три рази більше білка і в п'ять разів більше жиру в порівнянні з коров'ячим. Звичайно, таке молоко здатний переварити далеко не кожен шлунок, тому незбиране оленяче молоко зазвичай розбавляють водою. Жителі Фінляндії з нього роблять смачний сир, а тувинці і алтайці женуть араку – молочну горілку. Продається воно поки тільки в країнах Європейського Союзу; варто сподіватися, що коли-небудь ми побачимо його і на прилавках українських магазинів.

Найкориснішим вважається молоко ослиці. Стародавні римлянки вмивалися ним і навіть купалися в ньому: вони вважали його еліксіром молодості. На жаль, ослиця дає всього близько двох літрів молока в день, в той час як корова – до сорока. Тому віслуче молоко – рідкісне і дороге. В Україні працює одна єдина віслуча ферма «Osloff» (Київщина). Це невелика ферма, де утримуються лише 30 ослиць та один віслук. Один літр такого молока коштує майже тисячу гривень [5, с.18].

Отже, яке не було б молоко, можна ще раз з упевненістю сказати, що молоко несе в собі для людини багато користі і здоров'я.

Список використаних джерел

1. Биологически активные вещества молока/ А.М. Шалыгина, Н.А. Тихомирова, И.И. ИONOва и др. М.: АгроНИИТЭиПП. 1997. 16с.
2. Богатырев, А.Н. Проблемы здорового питания. Хранение и переработка сельхозсырья. 1997. №10. С.20–22.
3. Сергеев В.Н., Костин Я.И. Приоритетное направление развития цельномолочного производства. Молочная пром-сть. 1992. №3. С.4 – 11.
4. Скорченко Т. А., Поліщук Г.Є., Грек О.В., Кочубей О.В. Технологія незбираномолочних продуктів: навчал. посіб. Вінниця: Нова книга, 2005. 264с.
5. Тюрина, Л. Е., Александрова М. Г., Табаков Н. А. Нетрадиционные молочные и кисломолочные продукты: учеб. пособие. Краснояр. гос. аграр. ун-т. Красноярск, 2010. 95с.

Юрченко О.С.

здобувач вищої освіти кафедри фінансів та обліку,

Корнєва Н.О

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

Миколаївський національний університет Ім. В.О. Сухомлинського

м. Миколаїв, Україна

**ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА
ПРИКЛАДІ ПрАТ «САНТА УКРАЇНА»**

В Україні поширеним визначенням підприємства є поняття, прописане в Господарському кодексі України, а саме: "Підприємництво — це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку".

Легка промисловість може стати базовим джерелом створення загальнодержавних фінансових формувань необхідних фінансовому ринку, а також дасть можливість створити за короткий час інвестиційний потенціал для інших галузей промисловості і важливих соціальних програм. Тому в стратегічних інтересах України необхідно створити стартові умови для «запуску» легкої промисловості в режим стійкого функціонування і досягнення рівня самофінансування.

Для стабільного розвитку легкої промисловості необхідно розробити за аналогією з розвиненими країнами модель розвитку вітчизняної легкої промисловості з урахуванням всіх її національних особливостей і сучасної оцінки геополітичних факторів.

Розглянемо підприємницьку діяльність на прикладі підприємства ПрАТ «Санта Україна».

ПрАТ «Санта Україна» - це підприємство, що працює за сучасними технологіями з дотриманням високих європейських стандартів якості, з ефективним управлінням та якісним обслуговуванням замовників.

Вже більше 20 років ПрАТ «Санта Україна» успішно шиє на замовлення жіночий одяг для провідних європейських компаній та відомих торгових марок, таких як: SWING, NEXT, MEXX, Marks & Spenser, Laura Ashley, Mamas & Papas, Bonita, C&A, S.Oliver, Mariposa, Marc Jacobs, Oui, Antonelle, PLANET, PRECIS PETITE, Tara Jarmon, GERARD DAREL, Jakes та інші.

Підприємство спеціалізується на виробництві швейних виробів (спідниці, брюки, блузи жіночі та сорочки чоловічі) на внутрішній ринок, а також за давальницькою схемою на експорт. Розташування міста Первомайська на перетині трьох автомагістралей, які мають вихід до кордонів України з країнами Західної Європи, а також близькість до морських портів Одеси, Миколаєва та Чорноморська, дозволяє оперативно вирішувати питання транспортування сировини та готової продукції.

Продукція підприємства ПрАТ «Санта Україна» - це оптимальне співвідношення невисокої ціни та відмінної якості.

Розглянемо структуру виробництва та реалізації продукції у ПрАТ «Санта Україна» впродовж 2018 -2020 рр., представлено в таблиці 1.

Протягом 2018-2020 рр. у ПрАТ «Санта Україна» обсяги виробництва у натуральному вираженні зросли на 15,86%, тоді як у грошовій формі – на 74,9%. Більш інтенсивний вплив цінового фактору обумовлений наявністю інфляційного процесу в економіці України.

У структурі виробництва ПрАТ «Санта Україна» домінуюча частка відводиться пошиттю верхнього одягу. Частка останнього збільшується із 78,9% у 2018 р. до 93,3% у 2020 р., випереджаючи нарощування обсягів пошиття спіднього одягу.

У структурі виробництва ПрАТ «Санта Україна» домінуюча частка відводиться пошиттю верхнього одягу. Частка останнього збільшується із 78,9% у 2018 р. до 93,3% у 2020 р., випереджаючи нарощування обсягів пошиття спіднього одягу.

Таблиця 1

Структура виробництва та реалізації продукції у ПрАТ «Санта Україна»
впродовж 2018 -2020 рр.

Рік	Основний вид продукції	Обсяг виробництва			Обсяг реалізованої продукції		
		У натуральній формі (фізична од. вим.)	У грошовій формі (тис. грн)	У відсотках до всієї виробленої продукції	У натуральній формі (фізична од. вим.)	У грошовій формі (тис. грн)	У відсотках до всієї виробленої продукції
2018	Виробництво верхнього одягу	181130	9510,8	93,3	185350	9842,5	93,8
	Виробництво спіднього одягу	13000	684,5	6,7	12250	652,4	6,2
2019	Виробництво верхнього одягу	167200	12897,9	91,7	173560	13538	91,8
	Виробництво спіднього одягу	20400	1165,6	8,3	20970	1217,4	8,3
2020	Виробництво верхнього одягу	143200	15026,2	78,9	142600	15090,9	71,9
	Виробництво спіднього одягу	77500	4008,3	21,1	79370	4240,4	28,1

Динаміка зростання реалізації продукції графічно зображено на рисунку , де порівняно торгівлю верхнього та спіднього одягу за 2018-2020 рр.

Динаміка зростання реалізації продукції 2018-2020 рр.

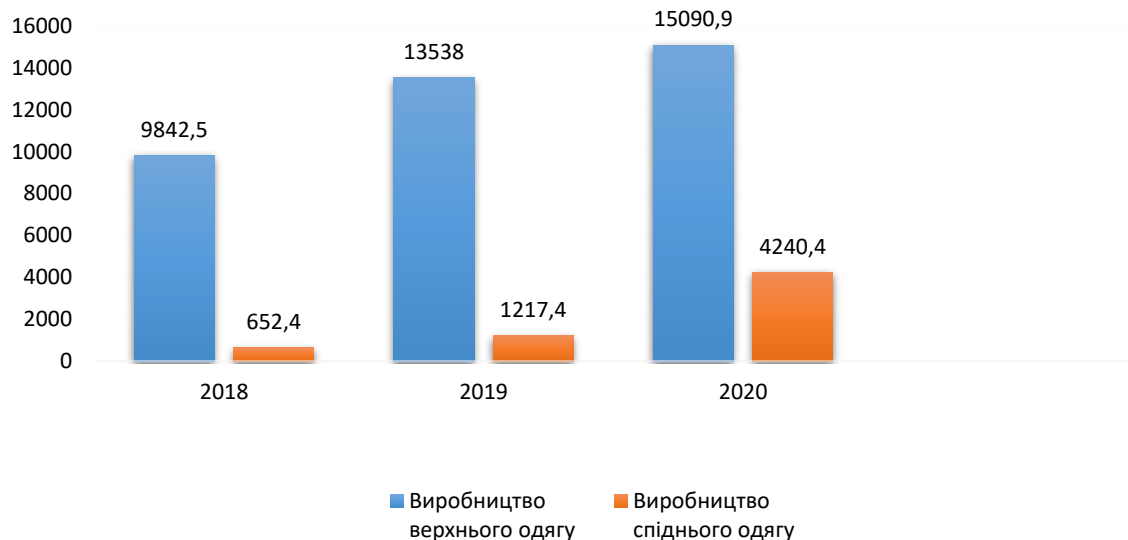


Рис. 1. Динаміка зростання реалізації продукції за 2018 -2020 рр.

Отже, реалізація верхнього одягу у 2020 році збільшилась у порівнянні з 2018 р. на 53,3%. Це також пов'язано з сезонним попитом та з виходом з кризового становища.

Узагальнюючи вище викладене, можемо зробити висновок, що фінансова стратегія підприємства має бути направлена на створення фінансового забезпечення для підтримки конкурентоспроможності ПрАТ «Санта Україна» через використання ефективних методів управління наявним ресурсним потенціалом, створення внутрішніх економічних умов росту ринкової вартості підприємства.

Список використаних джерел

1. ГОСПОДАРСЬКИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
2. Кулицький С. Зовнішня торгівля України: стан, проблеми й перспективи (Початок, закінчення у № 10) [Електронний ресурс] / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. – 2018. – № 9. – С. 81–93. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2018/ukr9.pdf>
3. Офіційний сайт підприємства ПрАТ «Санта Україна». УКРАЇНИ – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.santa-ukraine.com.ua/>
4. Офіційний сайт « Smida» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://smida.gov.ua>

Юрченко Ю.Ю.

д.е.н., завідувач кафедри економіки і фінансів, доцент
Бердянський університет і менеджменту і бізнесу
м.Бердянськ, Україна

ДЕСТРУКТИВНІ ЧИННИКИ СТАНУ ПРОДОВОЛЬЧОЇ САМОЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ

Узагальнення сучасних уявлень про продовольчу безпеку і продовольчу самозабезпеченість дозволяє говорити про них як про тіснозв'язаних поняттях, що дає підставу спиратися як на показники продовольчої безпеки, так і на показники продовольчої самозабезпеченості в рамках світових оціночних показників. Це і стабільність агропродовольчого комплексу, і його здатність оперативно реагувати на кон'юнктуру ринку; рівень платоспроможності населення, який забезпечить доступність продовольства для всіх категорій громадян. Однак слід зазначити, що в сучасному світі різко змінився вектор геополітичного і соціально-економічного розвитку. Положення невизначеності зажадало адекватних ситуації наукових досліджень деструктивних чинників соціального, політичного і природного походження, що впливають як на забезпечення продовольчої безпеки, так і на продовольчий «суверенітет», здатність максимального самозабезпечення продовольством.

Одним з критеріїв оцінки соціально-економічної безпеки є Global Food Security Index (GFSI), що відображає ступінь доступності і якості харчування в 113 країнах. Аналіз проводить Продовольча і сільськогосподарська організація ООН – ФАО. Індекс (GFSI) являє собою підсумковий результат порівняльного аналізу, заснованого на показниках, які вимірюють рушійні сили продовольчої безпеки в кожному окремому регіоні (Економічна доступність споживання продуктів харчування; Фізична доступність і достатність продуктів харчування; Якість і безпека продуктів харчування; Підсумковий індекс) [1,2]. Перше місце в рейтингу GFSI займає Сінгапур. Це результат високого рівня доходів, ВВП на душу населення. Україна в цьому рейтингу знаходиться на 63-му місці. Тривожним є показник якості та безпеки продукції (46-е місце), як ступінь прямої шкоди здоров'ю та життю. Як відомо, фактори, що впливають на цей показник - зворотна сторона техніко-технічних та інноваційних придбань, які притаманні, крім України, ще безлічі країн:

- «хімічний і мікробіологічний синтез харчових компонентів» [3] в продовольчому секторі;
- широке і практично неконтрольоване використання медикаментів і

різних стимуляторів;

- «забруднення сільськогосподарських культур і продуктів тваринництва пестицидами, які використовуються для боротьби зі шкідниками рослин і у ветеринарній практиці для лікувальної профілактики тварин» [3];

- проникнення в харчові продукти токсинів з пакувальних матеріалів;

- токсини, що утворюються в продуктах в результаті певних способів технологічної обробки;

- утворення токсинів в результаті порушення санітарних умов виробництва і зберігання продуктів;

- проникнення в продукцію сільського господарства канцерогенних речовин із зовнішнього середовища [3].

Також Глобальний індекс продовольчої безпеки представив коригувальний показник - стійкість країн до зміни природних ресурсів: «Рейтинг природних ресурсів і стійкості». Він включає оцінку ризику схильності країн впливу клімату, що змінюється; можливості адаптації до цих ризиків. Рейтинг країн, найменш уразливих до таких ризиків, наступний: Словаччина (81,7), Данія (81,5), Чехія (80,9), Австрія (80,2), Угорщина (79,2), Швейцарія (78,5), Польща (77,7), Франція (76), Німеччина (75,7), Португалія (75,7). Можна вважати, що цей індекс побічно відображає потенціал продовольчої самозабезпеченості. І Сінгапур, який лідирував за показниками продовольчої безпеки, в цьому коригувальному рейтингу зайняв лише 103-є місце. Сінгапур вразливий і в значній мірі залежить від імпорту продовольства (більше 90% продовольства, необхідного для постачання його населення, імпортується) [1]. Україна займає в цьому рейтингу лише 76-е місце (коеф 57,5) [1]. Також відображені в коефіцієнтах сильні і слабкі сторони країни в плані забезпечення продовольством, розраховані ФАО [4]. В якості економічних проблем країни, які роблять уразливою продовольчу безпеку, ФАО визначає високий рівень корупції, низький рівень валового внутрішнього продукту. Навіть ризики політичної стабільності за оцінками ФАО викликають менше побоювань, ніж корупційна складова, що видно з оціночних індексів проблем [4]. Ситуацію також ускладнює ще деструктивний чинник: зовнішній державний борг України, який на 31.12.2020 склав 125690,0 млн.долл.США [5].

Одним з факторів, також в деякій мірі негативного впливу на стан продовольчого самозабезпечення, був вступ України до СОТ через лібералізацію зовнішньої торгівлі.[6].

Ряд деструктивних чинників пов'язаний з політичною ситуацією. Близько 46 країн порушені військовими конфліктами [7]. Конфлікт порушує стійкість виробничо-збутової системи, зачіпаючи всі її компоненти: робочу силу; орні землі; вирощений урожай і можливість його збору, переробки та транспортування; інвестиції; збут [7]. Все це в повній мірі відноситься до наслідків триваючих воєнних дій на сході України, в результаті чого втрачено 13,8% сільськогосподарських земель [6].

Розглядаючи далі деструктивні фактори продовольчої безпеки можна виділити екстремальні кліматичні явища: збільшення кількості опадів, посухи, пожежі, повені, землетруси, зсуви, урагани, бурі, циклони. Наслідки: каліцтва і загибель людей, трансмісивні захворювання, захворювання, що передаються через воду, забруднення води, пошкодження інфраструктури, розмноження переносників, гризунів, збої в системі охорони здоров'я, відсутність продовольчої безпеки, неповноцінне харчування, інфекційні захворювання, погіршення якості води, відсутність водопостачання і каналізації, забруднення повітря, зменшення доступності медобслуговування, респіраторні захворювання, тепловий стрес, психічні та психосоціальні наслідки, переміщення населення та інші [8]. За оцінками ФАО [9] «за період з 1990 по 2017 рік в ЄЦА відбулося 577 природних катастроф, від яких постраждали більше 69 млн. чоловік; заподіяний ними економічний збиток склав більше 49 млрд. дол. США »[9], з яких понад 3 млрд. дол. склали збитки України.

Питання самозабезпеченості продовольством - «економічно складна дилема». Близько 16 відсотків населення світу залежить від імпорту продуктів харчування. Очікується, що до 2050 року це число збільшиться до 50 відсотків. І одним з ключових чинників буде виснаження сільськогосподарських земель, вплив клімату на орні землі [10]. Міжнародні організації в міру можливості залучають ресурси для допомоги у вирішенні багатьох важливих проблем продовольчої безпеки. Не залишаються без уваги безпосередньо зони військового конфлікту [11]. Відновлення регіонів східної України, які постраждали від конфлікту, проводиться з ініціативи різних міжнародних організацій, зокрема, «Підтримка ЄС східній Україні: відновлення, миротворчість і управління, 2018-2022 роки» [11] фінансується Європейським союзом і впроваджується Програмою розвитку ООН, ООН- жінки, Фондом ООН з народонаселення і ФАО. Витрати плануються в розмірі 25 млн. євро [11]. Ініціатива обґрунтовується низкою факторів, які ставлять під загрозу задоволення людиною базових потреб: закриття підприємств, пошкодження життєво важливої інфраструктури, безробіття, зростання цін і масштабів

бідності, що перевищують середні показники по країні [11]. ФАО на період до 2030 року планує розширювати свою присутність на сході України з метою забезпечення сталого розвитку [11] і запустила «проект з розвитку ланцюжків створення вартості в Україні.»[11]. Однак допомога міжнародних організацій при повній відсутності практичних заходів по відродженню села і забезпечення продовольчої самозабезпеченості буде лише частково і лише на час покращувати ситуацію. Необхідно забезпечити і населенню і торговельному потенціалу стабільне, динамічне, безперебійне виробництво якісного продовольства. А перед загрозою втрати значної частини експортного ринку (відмова від нашої продукції, відмова в транзиті і технічна неможливість доставки товарів покупцям і інші фактори) фульмінантно розробити стратегію переорієнтації на інші, менш проблемні ринки.

Список використаних джерел

1. Офіціальний сайт The Global Food Security Index [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://foodsecurityindex.eiu.com/>
2. Офіціальний сайт The Global Food Security Index “Ratings and Trends” [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://food securityindex.eiu.com/Index>
3. Ахмедьярова М.В. Продовольственная безопасность Казахстана/экономический доклад [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://docplayer.ru/34858806-Prodovolstvennaya-bezopasnost-kazahstana-ahmedyarova-m-v-d-e-n-professor.html>
4. Офіціальний сайт The Global Food Security Index [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://foodsecurityindex.eiu.com/Country/Details#Ukraine>
5. Офіційний сайт Міністерства фінансів України «Зовнішній борг Укрїни» / [Електронний ресурс].-Режимдоступу: <https://index.minfin.com.ua/economy/foreigndebt/>
6. Статистичний збірник «Сільське господарство України 2017» // Державна служба статистики [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/09/zb_sg2017_pdf.pdf
7. Офіційний сайт ФАО "Положение дел в области продовольственной безопасности и питания в мире – 2017.» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.fao.org/3/a-I7695r.pdf>
8. Офіційний сайт ФАО «Положение дел в области продовольственной безопасности и питания в мире – 2018. Повышение устойчивости к климатическим воздействиям в целях обеспечения продовольственной безопасности и питания.» [Електронний ресурс]. — Режим доступу:

<http://www.fao.org/3/I9553RU/i9553ru.pdf>

9. Офіційний сайт FAO Положение дел в области Продовольственной безопасности и питания в Европе и Центральной Азии-2017 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.fao.org/3/i8194ru/I8194RU.pdf>

10. Офіційний сайт The National Geographic Stone “Is Your Country Food Independent?” [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.nationalgeographic.com/people-and-culture/onward/2014/04/13/is-your-country-food-independent/>

11. Офіційний сайт FAO. FAO возобновляет поддержку в восстановлении восточной Украины, пострадавшей от конфликта [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.fao.org/europe/news/detail-news/ru/c/1174369/>

Ягольник С.Г.,

к.т.н, асистент кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів

Чабан С.П.

ст. групи ПТ-41 кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів

Національний університет «Львівська політехніка»

м. Львів, Україна

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЕКОМАРКУВАННЯ ТОВАРІВ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА

В умовах постійно зростаючої конкуренції одним із основних і пріоритетних завдань виробників товарів та послуг є бажання привернути увагу споживачів до своєї продукції. Для цього вони товаровиробники використовують багато маркетингових прийомів – рекламу, виставки, ярмарки тощо. Однак, для того щоб завоювати справжню довіру споживача, виробникам товарів та послуг потрібна більш переконлива інформація про їх якість та екологічну безпечність. Цю мету можна досягти екомаркуванням товарів [1].

Метою роботи є дослідження розвитку екомаркування продовольчих та непродовольчих товарів в Україні з 2018 по 2021 р. включно.

Екологічне маркування (environmental label, ecolabel – англ.) - це твердження, у якому зазначені екологічні аспекти певного товару чи послуги тощо. Воно може застосовуватися у вигляді фраз чи символів етикетці або пакуванні. Основною метою його застосовування є стимулювання економіки до зниження негативного впливу на довкілля під час виробництва товарів та послуг, а також у разі переробки продукції, що втратила свої властивості.

Застосування екологічного маркування було рекомендовано в 1992 році у Ріо-де-Жанейро на Всесвітній конференції ООН з навколишнього

середовища і розвитку. Це посприяло розробленню і впровадженню національних багатокритеріальних програм екологічного маркування в багатьох країнах світу. З метою підвищення рівня компетентності споживачів щодо значення екомаркування 8 жовтня 2018 року ООН був започаткований Всесвітній День екологічного маркування (World Ecolabel Day, WED).

В Україні екологічне маркування було започатковано в 2003 році (рис. 1). Воно містить обов'язкове поєднання таких елементів як знак «Зелений журавель» та номеру екологічного сертифікату (під знаком в рамці). В наш час майже 1000 товарів та послуг вітчизняного виробництва вітчизняного виробництва мають це маркування. Це маркування визнано у 60 країнах світу та включено в Глобальну мережу екологічного маркування GEN (Global Ecolabelling Network). Ця міжнародна система об'єднує 27 регіональних та національних систем з екологічної сертифікації продукції згідно вимог міжнародного стандарту ISO 14024 [2].

Екомаркування в Україні поки що знаходиться на етапі становлення. Головними стимулами розвитку та впровадження екологічного маркування в нашій державі є потреба в споживанні екологічно безпечних товарів та послуг та пріоритетність розвитку екологічної складової в концепції сталого розвитку України.



Рис. 1. Знак екомаркування товарів та послуг вітчизняного виробництва

Споживачам товарів та послуг дуже важливо знати справжні знаки екомаркування щоб не дати ввести себе в оману, тому що в торговельних мережах на багатьох товарах дуже часто зустрічаються безпідставні екологічні твердження або символи. Адже лише розуміння справжніх позначок та маркувань на продукції допоможе покупцям зробити свідомий та раціональний вибір продукції [1, 2].

У табл. 1 та 2 наведені основні товаровиробники вітчизняних продовольчих та непродовольчих товарів які отримали сертифікат екологічного маркування Зелений журавлик в період з 2018 по наш час.

Таблиця 1

Товаровиробники продовольчих товарів, які отримали знак екомаркування*

Роки	К-ть	Юридична адреса	Продукція
2018	6	ТОВ «ПРАЙМ СНЕК» (м. Харків); ТОВ «ГОРМОЛЗАВОД» (м. Одеса); ПП «Кока-Кола Беверіджиз Україна» (м. Київ); ТОВ «КМФ» (м. Київ); ТОВ «Фенікс Інвест Трейд» (м. Київ); ТОВ «Атлантик» (м. Дніпро);	Сири сухі спінені ТМ SNECO; Молочна продукція ТОВ «ГОРМОЛЗАВОД»; Вода питна «БОНАКВА»; Макарони ТОВ «КМФ»; Кава смажена у зернах та мелена ТМ GUFO VERDE, JAMERO, GUSTO DI FESTO, ETHNO KAVA; Лінійка горілок ТМ «GREEN DAY»;
2019	7	ТОВ «УкрЕко-Хліб» (Київ. обл. с. Мотижин); ТОВ «Перший Український Горілчаний Стандарт» (м. Київ); ПрАТ «Муровано-куриловецький завод мінеральної води «Регіна» (Він. обл. с. Житники); ТОВ «Благотрейд» (м. Тернопіль); ТОВ «Новомосковський завод мінводи» (Дніпропетр. обл. м. Новомосковськ); ПрАТ «Кондитерська фабрика «АВК» (м. Дніпро); ПП «Еко-молпродукт» (Він. обл. с. Некрасове); ТОВ «Юнілівер Україна» (м.Київ);	Продукція хлібобулочна, кондитерська та сухарна ТОВ «УКРЕКО-ХЛІБ»; Лінійка горілок ТМ «IDEA»; Вода мінеральна «РЕГІНА»; Повітряні зерна кукурудзи у карамелі з морською сіллю ELMAIZ виробництва ТОВ «БЛАГОТРЕЙД»; Вода мінеральна природня столова «БОНБУАССОН»; Хрусткі трубочки «Бамбук зі смаком згущеного молока» та хрусткі трубочки «Бамбук зі смаком «Полуниця з вершками»; Молоко згущене Виробництва ПП «ЕКО-МОЛПРОДУКТ»; Чаї ТМ LIPTON;
2020	7	ПрАТ «МКЗ «Регіна» (Він. обл. с. Житники); ТОВ «ФІРМА «ФОВОР» (м. Київ); ДП «Сантрейд» (м. Київ); ТОВ «Виналь» (м. Дніпро); ТОВ «Віньковецький сирзавод» (Хмельницька обл. смт. Віньківці); ТОВ «Юнілівер Україна» (м. Київ); «АВК КОНФЕКШІНЕРІ» (м. Дніпро);	Вода мінеральна «РЕГІНА» сильногазована та негазована; Молочні та кисломолочні продукти дит. харчування ТМ «АМА»; Олія ТМ «ОЛЕЙНА»; Горілки GREEN DAY DISCOVERY TA ORIGINAL LIFE; Молочні та кисломолочні продукти ТМ «ВІНЬКОВЕЦЬКИЙ СМАК»; Чаї Lipton Gold та Lipton Natura Botanica; Мультизлакові снеки «Brunch»; Шоколад ТМ «АВК»;
2021	0	-	-

*Складено на основі [1]

Таблиця 2

Товаровиробники непродовольчих товарів, які отримали знак екомаркування*

Роки	К-ть	Юридична адреса	Продукція
2018	20	ТОВ «АЕРОК» (Київ. обл., м. Обухів); ТОВ «СИРЕНА ПЛЮС ЛТД» (м. Київ); ТОВ «Сніжка-Україна» (Львів. область, м. Яворів); Гойдалка (м. Київ) і т.д.	Вироби стінові з ніздрюватого бетону; Мийні засоби ТМ «Ніпро» та еко гель-бальзам для миття посуду ТМ «Tortilla»; фарби; Вироби з деревини ТМ «ГОЙДАЛКА» і т.д.
2019	22	ТОВ «ДЕ ЛА МАРК» (м. Київ); ПП «Завод «Пінопласт» (м. Калуш); ТОВ «ВЕМАКО» (м. Львів); ТОВ «Новомосковський посуд» (Дніпропетр. обл. м. Новомосковськ) і т.д.	Мийні засоби та засоби для чищення; Теплоізоляційні пінополістирольні матеріали ТМ EUROBUD; Лакофарбові матеріали виробництва ТОВ «ВЕМАКО»; Посуд сталевий емальований ТМ IDILIA TA TM LAYREL і т.д.
2020	25	ТОВ фірма СВ (Харківська обл. с. Руська); ТОВ «СтудіоПак Технології» (м. Київ); ТОВ «СТЕКО» (м. Дніпро); ТОВ «Голд Дроп-Україна» (Івано-Франківська обл. м. Рогатин); ТОВ «Укргазифікація Південь» (м. Одеса) і т.д.	Засоби для миття та прибирання ТМ CLEAN HOUSE; Алюмінієві контейнери ТМ «STUDIOPACK»; Вироби з блоків віконних та дверних ТМ STEKO; Дитяче рідке мило серії «A-SENS KIDS», «A-SENS», «SENSUA»; Труби поліетиленові для водо- та газопостачання Виробництва ТОВ «Укргазифікація Південь» і т.д.
2021	3	ТОВ «Евдемон» (м. Київ); ТОВ «Сніжка-Україна» (м. Львів); ТОВ «Сервіс ПРО» (м. Київ) і т.д.	Крема і шампуні ТМ «ELYSEE»; Нові фарби ТМ ŚNIEŻKA; Засоби для чищення ТМ ФРЕКЕН БОК і т.д.

*Складено на основі [1]

Як видно з табл. 1 знаком екомаркування Зелений журавлик в Україні в середньому щороку сертифікується лише 6-7 продовольчих товарів вітчизняного виробництва, що є дуже мало. В той час як непродовольчих товарів сертифікується практично в три рази більше (табл. 2) і є помітна чітка стійка тенденція до подальшого зростання.

Так, у 2018 році була сертифікована продукція 20 товаровиробників непродовольчих товарів, а у 2020 році вже було сертифіковано продукцію 25 вітчизняних товаровиробників. Лідерами за кількістю отриманих сертифікатів є підприємства харчової промисловості, будівельної галузі і виробники мийних та косметичних засобів. Такий розвиток вітчизняного виробництва екологічно чистих продовольчих та непродовольчих товарів свідчить про те, що для українського бізнесу відкриваються дуже гарні можливості виходу на

зарубіжні ринки, оскільки Україна є членом СОТ та відповідно до GEN маркування Зелений журавлик визнано у 60 країнах світу. Лише таким чином українські товаровиробники зможуть позиціонувати себе виробниками товарів та послуг з поліпшеними характеристиками відносно впливу на стан довкілля і здоров'я людини на усіх етапах життєвого циклу. Тому що знак екологічного маркування є найкращим орієнтиром для споживача, який прагне споживати якісну й безпечну продукцію, що відповідає його потребам.

З кожним роком незважаючи на економічний спад кількість таких споживачів по цілому світі невпинно збільшується. Адже звичка читати, те що написано на пакуванні, приходить з часом і свідчить про бажання покупців відповідально купувати товари. Коли людина перевіряє термін придатності і склад продуктів – то цим вона показує, що дбає про власне тіло і здоров'я. Якщо вона використовує та зберігає товари згідно рекомендацій товаровиробника, то своїми діями не скорочує термін їх придатності. А коли людина слідує за знаками екомаркування на продовольчих та непродовольчих товарах то вона показує, що дбає не лише за власну державу, а і за всю планету.

Список використаних джерел

1. Підтвердження екологічних переваг товарів і послуг. Система екологічної сертифікації та маркування згідно ISO 14024. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ecolabel.org.ua/>
2. Зарубіжний досвід екомаркування товарів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://tr.knute.edu.ua/files/2013/15/20.pdf>

Яснолоб І.О.

к.е.н., доцент кафедри підприємництва і права, доцент

Калюжна Ю.П.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу, доцент

Козаченко Ю.А.

к.ю.н., доцент кафедри підприємництва і права, доцент

Полтавський державний аграрний університет

м. Полтава, України

Гаспарян Г. А.,

професор, завідуючий аспірантурою

Національного аграрного університету Вірменії

ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕЧНІСТЬ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Сьогодні екологічна ситуація в країні вже призвела до забруднення питної води, повітря, ґрунтів та продуктів харчування. При чому 1/3 частина

країни забруднена радіонуклідами. Оскільки в нас діє багато підприємств, які переробляють та зберігають хімічні речовини, що є отруйними для населення. Біля 80 % токсичних речовин проникає в організм людини через продукти харчування та питною водою.

Зазначимо, що саме хімізація аграрного сектору призвела до негативних екологічних наслідків: в ґрунті підвищується вміст важких металів, радіоактивних елементів, нітратів, нітритів, які потрапляють переважно в рослини і продукти, які з них виготовляються. Через корм забруднюються цими речовинами тварини і продукти тваринного походження [1]. Тому з 9 січня 2020 р. набрав чинності Закон України «Про безпечність та гігієну кормів».

Зниженню забрудненню біосфери і забезпечення населення екологічно чистою продукцією є не тільки проблемою нашої держави але і країн світу. Вирішення цієї проблеми вимагає значних матеріальних і науково-технічних ресурсів. Проблема екологічної безпечності продуктів харчування повинна вирішуватися на державному рівні [1]: потрібно запровадити суворих заходів щодо запобігання забрудненню біосфери; забезпечити аграрний сектор такими технологіями, щоб у підприємствах вирощувалась екологічно чисті сільськогосподарські культури з яких отримувалась екологічна сировина та продукти її переробки; заборонити надходження на вітчизняний ринок небезпечних товарів.

Щороку 7 червня відзначається Всесвітній день безпеки харчових продуктів. Оскільки, ЄС визначив безпечність харчових продуктів одним з головних пріоритетів своєї політики. Причиною хвороб є небезпечні продукти харчування, які містять у собі багато різноманітних хвороботворних бактерій, вірусів, паразитів та шкідливих хімічних речовин.

Сьогодні реалізація продуктів харчування носять міжнародний характер, отже ефективна співпраця між країнами, виробниками і споживачами продуктів харчування сприяє забезпеченню екологічної безпеки продуктів харчування. Україна, в законодавчому рівні, намагається вирішувати питання харчової безпеки, яка визначається Законом України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини» та Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [2].

Як висновок, можемо зазначити, що екологічна безпечність продуктів харчування є одним із головних факторів в екологічній безпеці кожної країни, оскільки цим визначається її спроможність ефективно контролювати

виробництво екологічно чистої продукції, а також експорт та імпорт безпечної продукції та предметів її переробки.

Список використаних джерел

1. Екологічна безпека харчових продуктів. Електронний ресурс. URL: <https://library.udau.edu.ua/fondi-ta-kolekcii/virtualni-vistavki/ekologichna-bezpeka-harchovih-produktiv.html>.
2. Харчова безпека – що потрібно знати. Електронний ресурс. URL: <https://phc.org.ua/news/kharchova-bezpeka-scho-potribno-znati>.