

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ТОВ «БЕРДЯНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ І БІЗНЕСУ»



**“АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ
ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ: ДЕРЖАВА,
РЕГІОН, ПІДПРИЄМСТВО”**

Матеріали

*ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів та молодих учених
(м. Бердянськ 16-17 квітня 2020 р.)*

Бердянськ 2020

УДК:330(063)

*Рекомендовано до друку
рішенням Вченої ради ТОВ "Бердянський університет менеджменту і
бізнесу"
(протокол №8 від 25 березня 2020 р.)*

Редакційна колегія:

Антошкіна Лідія Іванівна – доктор економічних наук, професор;
Рунчева Наталія Вікторівна – доктор економічних наук, професор;
Столяров Василь Федосійович – доктор економічних наук, професор;
Антошкін Вадим Костянтинович – доктор економічних наук, доцент;
Кірова Людмила Леонідівна – кандидат економічних наук, доцент;
Князєнко Ірина Іванівна - кандидат економічних наук;
Соловійов Денис Ігорович – кандидат економічних наук;
Фролова Галина Іванівна – кандидат економічних наук, доцент;
Трикоз Ірина Володимирівна - ст.викладач

Актуальні проблеми використання економічного потенціалу: держава, регіон, підприємство: Матеріали ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. студентів і молодих учених (м.Бердянськ, 16-17 квітня 2020 р.). – К.: Талком, 2020. – 213 с.

У збірнику надруковано матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих учених «Актуальні проблеми використання економічного потенціалу: держава, регіон, підприємство», яка відбулася 16-17 квітня 2020 року у ТОВ "Бердянський університет менеджменту і бізнесу".

Збірник розрахований на науково-педагогічних працівників, аспірантів, здобувачів закладів освіти, фахівців-практиків.

УДК 330(063)

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори матеріалів.

Висловлені авторами думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань. Переклади і передруки дозволяються лише за згодою автора.

© Авторський колектив, 2020
© ТОВ "Бердянський університет менеджменту і бізнесу", 2020
© Кафедра менеджменту, 2020

Тютюнник Ю.М., Тютюнник С.В. ОЦІНЮВАННЯ СТІЙКОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРІВ ЇЇ ЗМІНИ.....	161
Фролова Г.І. ПЕРЕДУМОВИ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ	164
Шинкар Є.М. ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	167
Шульга Д. О. КОНТРОЛЬ ТА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	169

СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ: МІЖНАРОДНИЙ АСПЕКТ

Куцевол М.Є. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	172
Леушина О. А. ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РОЗВИТОК СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ.....	175
Проценко В.С. СТРУКТУРНА ПОБУДОВА МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ АУДИТУ.....	178
Рева К.С. ЗАКОРДОННЕ МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ.....	181

СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ: ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Буц І. М. АНАЛІЗ НОРМАТИВНО-ГРОШОВОЇ ОЦІНКИ ЗЕМЕЛЬ В УКРАЇНІ.....	185
Васильченко Н.В. ПРО ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ.....	188
Желязкова А.О. СУДОВА ПРАКТИКА ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В НОРМАТИВНОМУ РЕГУЛЮВАННІ.....	190
Костенко А.Д., Лега О. В. ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	192

викликати у споживача інтерес до товару – надати останньому інноваційні якості. Автори концепції латерального маркетингу вважають інновації основою сучасних конкурентних стратегій.

Ситуація на українських ринках не настільки критична, щоб можна було говорити про кризу класичного маркетингу. Проте це не означає, що технології латерального маркетингу не слід впроваджувати в Україні. Для того, щоб завоювати лідерські позиції завтра, розробляти й упроваджувати нові ідеї необхідно вже сьогодні.

Таким чином, латеральний маркетинг на сьогоднішній день є прогресивним і ефективним способом підвищення показників роботи підприємства та збільшення обсягів реалізації виробленої продукції.

Використані джерела:

- 1.Оксенюк В. Від божевільних ідей до успіху. URL.: <http://www.management.com.ua/marketing/mark119.html>.
- 2.Тарасюк Ю.А. Латеральний маркетинг як засіб підвищення конкурентоспроможності сучасних українських підприємств. Збірник наукових праць СНУ ім. В. Даля. 2012. № 18. С. 89 – 93.
- 3.Раца О.Б., Ящук О.О. Латеральний маркетинг як нестандартне вирішення стандартних проблем. URL.: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=32729>.

*Тютюнник Ю.М., к.е.н., доцент,
Тютюнник С.В., к.е.н., доцент,
Полтавська державна аграрна академія,
м. Полтава*

ОЦІНЮВАННЯ СТІЙКОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРІВ ЇЇ ЗМІНИ

З метою уникнення кризових явищ у виробничо-фінансовій діяльності та для забезпечення стійкого економічного зростання необхідно підвищувати ділову активність підприємства, що мінімізує ризики в умовах економічно нестабільного ринкового середовища. Система показників кількісного вимірювання ділової активності суб'єктів господарювання може включати такі складові [1, с. 306]:

1) динаміка: валюти балансу, власного капіталу, основних засобів, запасів, чисельності працівників, обсягів виробництва продукції (робіт, послуг), обсягів реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), чистого доходу, чистого фінансового результату, реальних інвестицій тощо;

2) ефективність використання ресурсів: фондівіддача основних засобів, матеріаломісткість продукції, продуктивність праці, середня заробітна плата працівників, рентабельність продукції, рентабельність сукупного капіталу, рентабельність власного капіталу, рентабельність реальних інвестицій тощо.

Рівень ділової активності оцінюється не лише за досягнутими економічними показниками в короткостроковому періоді. Пріоритетною є ділова активність стратегічного виміру, що характеризується стійкістю економічного зростання. Основними показниками стійкого економічного зростання підприємства є:

- стабільні або зростаючі темпи приросту активів. При цьому важливо врахувати вплив інфляції на зміну вартості майна;
- приріст обсягів довгострокового фінансування (довгострокові інвестиції та довгострокове залучення капіталу) за параметрами прибутковості та оптимістичного ризику;
- збільшення величини власного капіталу (абсолютний приріст і стійкі темпи зростання) насамперед за рахунок акціонерної діяльності та фінансових результатів;
- прискорення оборотності активів, що зумовлює їх вивільнення для розширення підприємницької діяльності.

Підприємство може формувати свої активи за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел. До внутрішніх перш за все належать реінвестований прибуток і нарахована амортизація. Зовнішніми джерелами фінансових ресурсів є банківські кредити, позики, кошти кредиторів.

Пріоритетним джерелом забезпечення стійкості економічного зростання є чистий прибуток, тому можливості підприємства щодо розширення основної діяльності за рахунок реінвестування власних коштів визначаються за допомогою коефіцієнта стійкості економічного зростання (коефіцієнта реінвестування прибутку) (K_{CEZ}), який розраховується за формулою:

$$K_{CEZ} = \frac{ЧП - Д}{BK} \times 100 = \frac{П_P}{BK} \times 100, \quad (1)$$

де $ЧП$ – чистий фінансовий результат: прибуток (форма № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)», рядок 2350);

$Д$ – дивіденди (виплати власникам) (форма № 4 «Звіт про власний капітал», рядок 4200, гр. 10);

BK – середньорічна вартість власного капіталу (форма № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)», рядок 1495, (гр. 3+гр. 4)÷2);

$П_P$ – реінвестований прибуток (прибуток, спрямований на розвиток виробництва).

Коефіцієнт стійкості економічного зростання зазвичай використовується для характеристики ділової активності акціонерних компаній і показує, скільки прибутку реінвестує підприємство на формування власних активів у розрахунку на 1 грн власного капіталу.

Власний капітал акціонерної компанії може збільшуватись або в результаті додаткового випуску акцій, або за рахунок реінвестування отриманого чистого прибутку. Таким чином, коефіцієнт стійкості економічного зростання відображає, як збільшується власний капітал за рахунок результатів

господарської діяльності, а не завдяки залученню додаткового акціонерного капіталу. Коефіцієнт стійкості економічного зростання показує, якими у середньому темпами може розвиватися підприємство надалі, не змінюючи сформованого співвідношення між різними джерелами фінансування, рентабельністю, дивідендною політикою і т. ін.

Вплив факторів, які визначають ці темпи, аналізується з використанням такої детермінованої багатofакторної моделі [2, с. 424]:

$$K_{CEZ} = \frac{П_p}{ЧП} \times \frac{ЧП}{ЧД} \times 100 \times \frac{ЧД}{A} \times \frac{A}{BK}, \quad (2)$$

де $П_p$ – реінвестований прибуток;

$ЧП$ – чистий фінансовий результат: прибуток;

$ЧД$ – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

A – середньорічна вартість активів (сукупного капіталу);

BK – середньорічна вартість власного капіталу.

Економічна інтерпретація факторів (коефіцієнтів) моделі:

- перший ($П_p \div ЧП$) – частка реінвестованого прибутку: характеризує дивідендну політику підприємства, що полягає у виборі економічно доцільного співвідношення між дивідендами і часткою чистого прибутку, що реінвестується у виробництво;

- другий ($ЧП \div ЧД \times 100$) – рентабельність продажу: характеризує прибутковість чистого доходу;

- третій ($ЧД \div A$) – ресурсовіддача (коефіцієнт обертання активів): характеризує величину чистого доходу в розрахунку 1 грн середньорічної вартості активів;

- четвертий ($A \div BK$) – коефіцієнт фінансової залежності: характеризує співвідношення між сукупним і власним капіталом.

Отже, на зміну коефіцієнта стійкості економічного зростання впливають такі фактори:

- 1) дивідендна політика;
- 2) зміна рентабельності продажу;
- 3) зміна ресурсовіддачі (оборотності активів);
- 4) зміна коефіцієнта фінансової залежності.

Розширену модель факторного аналізу коефіцієнта стійкості економічного зростання (за сімома факторами) можна представити так [3, с. 167-168; 4, с. 213-214]:

$$K_{CEZ} = \frac{П_p}{ЧП} \times \frac{ЧП}{ЧД} \times 100 \times \frac{ЧД}{OA_B} \times \frac{OA}{OA} \times \frac{OA}{ПЗ} \times \frac{A}{BK}, \quad (3)$$

де OA_B – середньорічна вартість власних оборотних коштів;

OA – середньорічна вартість оборотних активів;

$ПЗ$ – середньорічна величина поточних зобов'язань і забезпечень;

$ЧД \div OA_B$ – коефіцієнт обертання власних оборотних коштів;

$OA_B \div OA$ – коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними оборотними коштами;

$OA \div ПЗ$ – коефіцієнт загальної ліквідності;

ПЗ÷А – частка поточних зобов'язань і забезпечень у сукупному капіталі.

Таким чином, використання багатofакторних моделей коефіцієнта стійкості економічного зростання дає змогу спрогнозувати темпи розвитку підприємства й оцінити вплив кожного факторного показника на загальну стійкість економічного зростання. Факторами підвищення коефіцієнта стійкості економічного зростання є: зниження частки виплачених дивідендів; підвищення рентабельності продажу; зростання ресурсовіддачі (прискорення оборотності активів); підвищення частки позикового капіталу в джерелах формування капіталу (при цьому повинен забезпечуватися достатній рівень фінансової стійкості підприємства). Створення умов для стійкого економічного зростання мінімізує ризики фінансової кризи та втрати конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Використані джерела:

1. Тютюнник Ю.М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Полтава: ПДАА, 2016. 432 с.
2. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 566 с.
3. Базілінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посіб. Вид. 2-ге. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 328 с.
4. Крамаренко Г. О., Чорна О.Є. Фінансовий аналіз: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 392 с.

*Фролова Г.І., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»,
м. Бердянськ*

ПЕРЕДУМОВИ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ

Тенденції сучасного розвитку ринку санаторно-оздоровчих послуг характеризуються великими змінами якісного і кількісного вмісту, пов'язаними з впровадженням та використанням нових інноваційних технологій, розвитком конкурентних відносин на внутрішньому ринку, посиленням конкуренції з боку зарубіжних курортів тощо. У цих умовах численні санаторно-курортні підприємства (СКП), сформовані за часів регулярних дотацій з боку держави, виявилися нездатними швидко адаптуватися до нових економічних умов і, як наслідок, стали нерентабельними в умовах жорсткої конкуренції. У нових умовах для СКП життєво важливою стала проблема розширення їх діяльності, вихід на новий рівень обслуговування та інші практичні аспекти, що визначають завдання їх майбутнього розвитку. Вважаємо, що ці завдання повинні вирішуватися на основі розробки і реалізації механізму