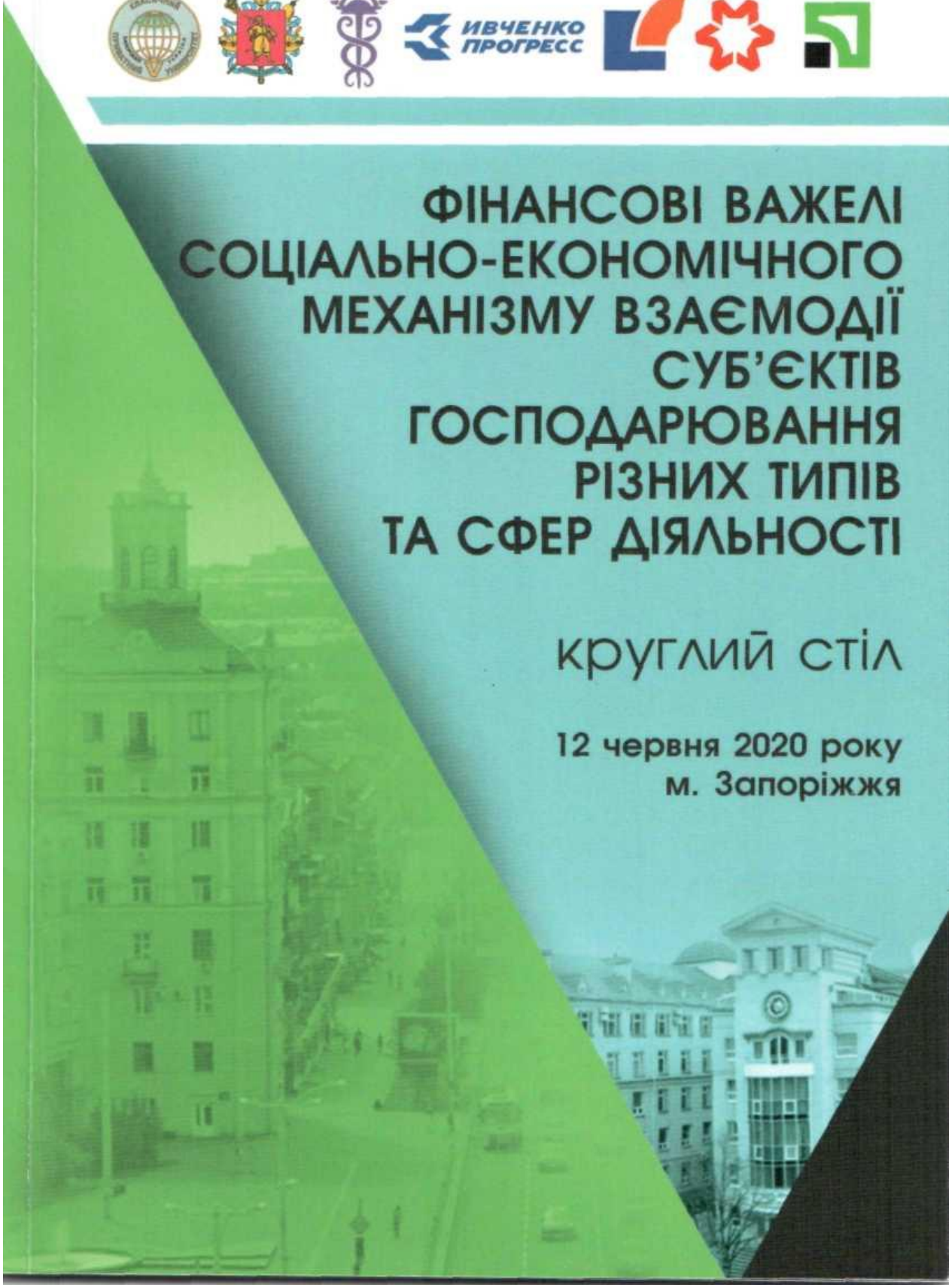




**ФІНАНСОВІ ВАЖЕЛІ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
МЕХАНІЗМУ ВЗАЄМОДІЇ
СУБ'ЄКТІВ
ГОСПОДАРЮВАННЯ
РІЗНИХ ТИПІВ
ТА СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ**

КРУГЛИЙ СТІЛ

**12 червня 2020 року
м. Запоріжжя**





КЛАСИЧНИЙ ПРИВАТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Інститут економіки

Кафедра економіки

ЗАПОРІЗЬКА ОБЛАСНА РАДА

ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА ПАЛАТА

Державне підприємство

«Запорізьке машинобудівне конструкторське
бюро «Прогрес» імені академіка О.Г. Івченка

ПрАТ «ДНПРОСПЕЦСТАЛЬ»

ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ»

АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Круглий стіл:

**«ФІНАНСОВІ ВАЖЕЛІ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ВЗАЄМОДІЇ
СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ РІЗНИХ
ТИПІВ ТА СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ»**

12 червня 2020 року

Запоріжжя

Оргкомітет круглого столу:

Семенов А. Г., д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки Інституту економіки Класичного приватного університету, голова Оргкомітету.

Порохня В. М., д. е. н., професор, професор кафедри економіки Інституту економіки Класичного приватного університету, заступник голови Оргкомітету.

Ярошевська О. В., д. е. н., доцент, професор кафедри економіки Інституту економіки Класичного приватного університету, відповідальний секретар.

Покатаєва О. В., д. е. н., д. ю. н., професор, проректор з наукової та науково-методичної роботи Класичного приватного університету.

Кучерова Г. Ю., д. е. н., доцент, професор кафедри економіки Інституту економіки Класичного приватного університету.

Салига К.С., д. е. н., професор, завідувач кафедри фінансів, обліку та оподаткування, директор Інституту економіки Класичного приватного університету.

Гальцова О.Л., д. е. н., професор, завідувач кафедри національної економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин Інституту економіки Класичного приватного університету.

Трохимець О. І., д. е. н., професор, начальник відділу наукової роботи та міжнародних зв'язків Класичного приватного університету.

Зарицька В. В., д. пс. н., професор, завідувач кафедри практичної психології Інституту журналістики та масової комунікації.

Антонюк Д. А., д. е. н., професор, віце-президент Запорізької Торгово-промислової палати.

Залуїн М. М., начальник відділу зовнішньо-економічних відносин ДП «Запорізьке машинобудівне конструкторське бюро «Прогрес» ім. академіка О.Г. Івченка».

Чередніченко С. В., к. е. н., депутат Запорізької обласної ради, головний спеціаліст з імпорту відділу металобрухту та металовідходів управління шихтопідготовки ПрАТ «ДНІПРОСПЕЦСТАЛЬ».

Гороховець Є. Г., директор Преображенського відділення Запорізького РУ АТ КБ «ПРИВАТБАНК».

Овруцька Г. А., фахівець з планування виробництва ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ».

Вінінцев Я. І., аспірант кафедри економіки Класичного приватного університету.

Бібіченко А. Д., студент магістратури кафедри економіки Класичного приватного університету.

Фінансові важелі соціально-економічного механізму взаємодії суб'єктів господарювання різних типів та сфер діяльності: матеріали доповідей круглого столу (м. Запоріжжя, 12 червня 2020 р.). – Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2020. – 84 с.

ISBN 978-966-992-149-9

У збірнику викладено матеріали доповідей учасників Круглого столу «Фінансові важелі соціально-економічного механізму взаємодії суб'єктів господарювання різних типів та сфер діяльності» (12 червня 2020 року, м. Запоріжжя), у яких розглядаються проблеми економічної та фінансової взаємодії суб'єктів господарювання різних типів на мікро- та макрорівні, фінансові важелі регулювання діяльності суб'єктів господарювання та інші питання.

УДК 336.027:332.012.23:334.7(063)

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІЧНА ТА ФІНАНСОВА ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ РІЗНИХ ТИПІВ НА МІКРО- ТА МАКРОРІВНІ

Кучерова Г.Ю.

COVID-УМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ..... 6

Лукин В.А.

О КВАЗИКРИЗИСАХ В РАЗВИТИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА..... 8

Петрушин О.О.

ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТИТУТІВ ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ 13

Трохимець О.І., Каспирович А.А.

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ 15

СЕКЦІЯ 2. ФІНАНСОВІ ВАЖЕЛІ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Vochkarova T.O., Artemenko A.S.

FUNCTIONING OF FOREIGN EXCHANGE AND GOVERNMENT BOND MARKETS IN THE SYSTEM OF FINANCIAL SECURITY . 20

Зеркаль А.В., Осипенко Є.І.

МІКРОКРЕДИТУВАННЯ ТА СПОЖИВЧІ КРЕДИТИ В УКРАЇНІ 24

Косова Т.Д., Ярошевська О.В.

ФІНАНСОВА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 27

СЕКЦІЯ 3. УПРАВЛІННЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ УСТАНОВ І ОРГАНІЗАЦІЙ РІЗНИХ СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ

Закаблук Г.О., Биков М.К.

САНАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ФІНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА..... 33

Канаш О.Є. ЕКОНОМІЧНІ СТЕЙКХОЛДЕРИ ЗВО У ЗАПРОВАДЖЕННІ ПРИНЦИПІВ ДУАЛЬНОСТІ ВПРОДОВЖ ФОРМУВАННЯ ФАХОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ЗАМОВНИКІВ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	36
Попова В.Д., Попов В.А. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ВОДИ ЯК ТОВАРУ НА ПРИКЛАДІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА	40
Семенов А.Г., Овруцька Г.А. ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	44
Чесноков М.В. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ВДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ.....	51
Шевченко І.Б. ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ В МЕДІАГАЛУЗІ	55
 СЕКЦІЯ 4. ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	
Ізюмцева Н.В., Шевцов С.К. ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ.....	60
 СЕКЦІЯ 5. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ МЕХАНІЗМУ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ РІЗНИХ ТИПІВ ТА СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ	
Кулько-Лабинцева І.В., Гороховець Є.Г. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ (ПРАВОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТИ).....	64
 СЕКЦІЯ 6. ПРОГНОЗУВАННЯ, МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ ПЕРСПЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	
Вінінцев Я.І. ОЦІНЮВАННЯ ЗАГРОЗ ВЗАЄМОДІЇ У ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	67

Дяченко О.Г., Сауц В.В. АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ ПАРТНЕРСТВА ВИЩОЇ ОСВІТИ, БІЗНЕСУ ТА ДЕРЖАВИ.....	70
Кравець О.В., Лазарєв В.А. ПРОЗОРІСТЬ ДІЛОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	74
Скрипка О.Ю. ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	78

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІЧНА ТА ФІНАНСОВА ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ РІЗНИХ ТИПІВ НА МІКРО- ТА МАКРОРІВНІ

Кучерова Г.Ю.

*доктор економічних наук,
професор кафедри економіки
Класичного приватного університету*

COVID-УМОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Складно віднайти чітке узагальнення тих процесів, які започатковано та наразі відбуваються із економіками світу, зокрема, і з національною, в умовах COVID-пандемії. Неготовність до нових ризиків такого плану продемонстрували суб'єкти національної економіки, як фізичні, так і юридичні особи, влада та суспільство в цілому. І це очікувано, оскільки колапс розвитку та взаємодії окремих секторів соціально-економічного середовища формувався роками. Несистемність програмних дій та знецінення пріоритетних питань забезпечення базових умов виживання суспільства призвели до того, що суб'єкти господарювання стали заручниками власної неспроможності чинити опір поширенню хвороби та негативним наслідкам пандемії як на рівні забезпечення безпеки здоров'я, психологічної підготовки, так і на рівні господарювання в умовах кризи такого типу. Наслідки пандемії повертають увагу безпосередньо до людини, визначають, що питання її безпеки та можливості існування, розвитку є пріоритетними базовими цілями для суспільства, влади, тому не ВВП та навіть не рівень життя у тому форматі, в якому його вимірюють, є ключовими показниками соціально-економічного розвитку чи безпеки нації.

Недостатність рівня безпеки функціонування та розвитку людини стримує досягнення інших, супутніх цілей розвитку.

Навіть наслідки світової фінансової кризи 2008 року не надали достатнього поштовху до принципової переорієнтації фінансово-економічної системи та ринкових правил господарювання. Пандемія зачепила не тільки фінансово-економічний, а, в першу чергу, соціальний сектор, чим довела необхідність швидкої та глибинної переорієнтації соціально-економічних процесів на комплексне забезпечення необхідного рівня безпеки існування людини, незважаючи на її рівень життя, місце проживання, освіти та інші фактори, оскільки саме існуючі та сталі моделі взаємодії з іншими об'єктами та суб'єктами виступають головним джерелом ризику поширення хвороби разом із усіма виникаючими наслідками для всіх сфер соціально-економічної розвитку країн.

Усталені моделі існування, форм та способів життя у країнах світу підтвердили необхідність їх скорочення, переорієнтацію обсягів споживання, виробництва. Нові виклики та оновлені цінності актуалізували попит на специфічні товари та послуги, які забезпечують вирішення складних питань соціально-економічної безпеки кожного в умовах пандемії. Вчасне забезпечення оновленого попиту сприятиме формуванню нової якості господарювання, зміщенню бізнесу в онлайн середовище, зміні базових правил взаємодії та функціонування суб'єктів всіх сфер.

Наразі принциповим є негайне переосмислення соціально-економічної поведінки кожного, формування її обмежень повинні відбуватися як на рівні свідомості суб'єктів, так і з урахуванням застережливих заходів владних структур усіх рівнів. Опортуністична поведінка суб'єктів вже матиме наслідки не лише у форматі економічних та фінансових втрат, а оцінюватиметься кількістю життів, на які її дії вплинули.

Чим швидше вдасться суб'єктам розробити план дій та реалізувати його, тим скоріше зможемо взяти під контроль масштаб розповсюдження хвороби та переорієнтувати бізнес-моделі у напрямку організації безпечного способу взаємодії. Це

стосується питань перенавчання персоналу, освоєння ним інформаційних технологій незалежно від віку та фаховості, забезпечення активного використання електронних способів взаємодії, комерції, розрахунків, переосмислення формату сучасних офісів, віднайти власну модель «the thrive-at-home есопому». Тобто, ті проблеми персоналу, що стосувалися обмежених можливостей використання інформаційних технологій, їх умов праці, як ніколи продемонстрували крайню необхідність термінового їх вирішення. Бізнес, який пріоритетно розвивався offline, будучи лише частково присутнім в онлайн середовищі, ігноруючи при цьому стрімкий розвиток інтернет-технологій, наразі невзможі подолати фінансові та економічні втрати, які були понесені внаслідок карантинних обмежень.

Як результат, тривалий період вимушеної ізоляції на тлі неготовності соціально-економічної системи виживати в умовах скорочення та зміни попиту, споживання та виробництва, обмеженої взаємодії, формування нових цінностей, вимог, обмежень, правил, стандартів, призводить до розподілу суб'єктів господарювання за новими критеріями, зокрема, спроможності вчасно реагувати та управляти змінами.

Лукин В.А.

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры учета и налогообложения
Харьковского учебно-научного института
ГВУЗ «Университет банковского дела»*

О КВАЗИКРИЗИСАХ В РАЗВИТИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА

В специальной литературе по бухгалтерскому учёту периодически ставится вопрос о кризисе в развитии теории и практики учёта. Одним из первых, кто уже в XXI веке поставил этот вопрос, был Я.В. Соколов. Причём он выделил и основные

составляющие этого кризиса: «Кризис бухгалтерского учета, который нас интересует, имеет четкие черты, о которых нам следует поговорить. Эта необходимость продиктована, в сущности, тремя кризисами: в теории учета (счетоведении), в его практике (счетоводстве) и в жизни людей, которые представляют профессию (бухгалтерии)» [1, с. 54].

На наличие кризиса в развитии учёта обращали внимание и другие авторы, а значит, проблема действительно существует. Однако в чём суть этого кризиса – мнения авторов расходятся. Не до конца решенным остаётся вопрос и о том, что же такое кризис в бухгалтерском учёте; есть ли он, и если есть, то в чём заключается и каков его характер. Словари дают разные толкования термина «кризис» для разных отраслей деятельности: медицины, экономики, политики и т.д. Обобщая мнения различных исследователей В.А. Цветков пишет, что «интерпретация понятия «кризис» включает в себя следующие определения:

- экстремальное состояние, из которого есть только два выхода: либо переход на новый, более совершенный уровень, либо прекращение существования в данном качестве;
- резкий, крутой перелом, переломный момент в последовательности процессов событий и действий;
- тяжелое переломное состояние какого-либо процесса, социального института, сферы общества или общества в целом;
- острый недостаток, нехватка чего-либо» [2, с. 311].

В теории систем для определения переломных моментов в развитии систем вводится более общий термин. Это бифуркация – момент в развитии системы, когда перед ней открываются различные варианты дальнейших действий и получения новых свойств. Производный от бифуркации термин – точка бифуркации, это «критическое состояние системы, при котором система становится неустойчивой относительно флуктуаций и возникает неопределённость: станет ли состояние системы хаотическим или она перейдёт на новый, более дифференцированный и высокий уровень упорядоченности» [3].

Термин бифуркация охватывает и кризисные явления, когда происходит «резкий, крутой перелом», и моменты, когда просто необходимо делать выбор одного из нескольких вариантов действий (что соответствует исходному определению слова «бифуркация»: «Бифурка́ция (лат. *Bifurcus* раздвоенный) – раздвоение, разделение, разветвление чего-л.» [4, с. 82]). А значит, верным является утверждение, что кризис – это один из двух возможных вариантов бифуркации (кризис – это точно бифуркация, но бифуркация – это не обязательно кризис). В результате бифуркации ситуация может перейти в стадию кризиса, а может разрешиться спокойно, бескризисно, в результате плавного прохождения точки раздвоения (точки бифуркации), то есть может разрешиться революционно или эволюционно.

Пример бифуркации, не переходящей в стадию кризиса – выбор варианта Плана счетов для украинского учёта (обсуждение его проходило в 1994–1999 гг.), когда решался вопрос: отказаться от старого ещё советского Плана счетов или оставить его в украинском учёте. В этом случае проблема выбора есть, а говорить о кризисе в учёте – оснований нет. Он просто не возник в результате перехода на новый План счетов, наоборот, система учёта в стране перешла на новый уровень упорядоченности. А могло бы быть и по-другому, если бы приняли решение вообще отказаться от общегосударственного Плана счетов (в некоторых странах, как известно, его нет).

В зависимости от того, что мы принимаем за исследуемую систему, кризис может быть всеобщим (охватывать всю систему) или частным (охватывает часть системы или отдельные подсистемы). Для учёта это может быть кризис мировой системы учёта или кризис в учёте отдельной страны, кризис в учёте отдельных отраслей деятельности или кризис в учётной системе отдельного предприятия (в зависимости от того, что мы рассматриваем как систему и как подсистему этой системы).

Среди учёных и практиков, работающих в сфере бухгалтерского учёта, преобладает субъективное представление о том, что такое кризис. То, что один ощущает как кризис, другой –

как нормальное течение событий. Этим зачастую объясняется разница в высказываниях авторов об одних и тех же событиях: одни воспринимают их как кризис, а другие говорят о них как «о естественном этапе развития этой области знаний» [5, с. 110]. На субъективность мнений бухгалтеров обращает внимание Я.В. Соколов когда пишет о трёх видов кризиса в учёте, ведь многое из того нового, что бухгалтер узнаёт, им не воспринимается как данность и изначально отторгается [1, с. 58-60].

Высказывается мнение, что кризис в учёте связан с изменением целей учёта. Вряд ли изменение целей можно считать кризисом. Но то, что каждый раз это были точки бифуркации в развитии учёта – несомненно. Это видно по международной системе учёта, в которой стандарты, разработанные до конца 1980-х годов, касались только вопросов реальной экономики, отражали практику производства продукции и оказания услуг, а после этого начали постепенно переходить на отражение виртуальной экономики, на интересы финансового капитала. В 1990-е и 2000-е годы уже разрабатывались в основном стандарты, отражающие практику финансовой экономики. Безусловно, эти стандарты были нужны. Они регулировали реально сложившиеся экономические отношения. Но переход к чисто финансовой экономике приводит к кризису в экономике. И бухгалтеры поучаствовали в его формировании.

Это не плохо и не хорошо. Учёт шёл за развитием экономики. А в экономике развитых стран всё большую долю занимала финансовая составляющая. И учёт не мог не отразить это движение.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

Бухгалтерский учёт – это сложная многоуровневая система, которая стабильно развивается. А то, о чём говорят и пишут как о кризисах в учёте – в большинстве случаев представляет собой обычное эволюционное развитие: возникают проблемы, которые разрешаются как на международном уровне, так и на местном уровне (региональном или отдельной страны).

Большая часть свидетельств о кризисе в учёте представляет собой субъективное мнение авторов, а не реальное состояние дел.

То, что один ощущает как кризис, другой – как нормальное течение событий. Этим зачастую объясняется разница в высказываниях авторов об одних и тех же событиях: одни воспринимают их как кризис, а другие – как естественный этап развития учёта.

Переход к финансовой экономике подводит мировую экономическую систему к кризису. И в подготовке этого кризиса сыграли определённую роль и бухгалтеры.

Очень часто наличие кризиса определяют так: меняется экономика, а учёт не меняется. Значит в учёте кризис. Такой вывод можно сделать при анализе многих источников. Но скорее наоборот, система учёта, доставшаяся нам в наследство, очень качественно сработана, и пока что отвечает всем вызовам времени. В глобальном учёте парадигма двойной записи себя ещё не исчерпала. Поэтому говорить о глобальном кризисе в учёте пока рано. И что будет после её исчерпания нам пока не ведомо.

Список использованных источников:

1. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет: кризис основ / Я.В Соколов // Финансы и бизнес, 2005. № 3. С. 54-61 // [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://finbiz.spb.ru/wp-content/uploads/2005/07/3_2005_sokol.pdf (по состоянию на 30.05.2020).

2. Цветков В.А. Циклы и кризисы: теоретико-методологический аспект / В.А. Цветков. – М.; СПб: Нестор-История, 2013. – 504 с. // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.ipr-ras.ru/articles/tsvetkov13-03.htm> (по состоянию на 30.05.2020).

3. Точка бифуркации. Материал из Википедии – свободной энциклопедии // [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D1%87%D0%BA%D0%B0_%D0%B1%D0%B8%D1%84%D1%83%D1%80%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8 (по состоянию на 30.05.2020).

4. Словарь иностранных слов. – 15-е изд., испр. – М.: Рус. яз., 1988. – 608 с.

5. Ковалев В.В. Является ли бухгалтерский учет наукой: ретроспектива взглядов и тенденций / В.В. Ковалев // Вестник Санкт-Петербургского университета, 2013. Экономика. Вып. 2. С. 90-112 // [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://economicsjournal.spbu.ru/issue/view/149__ (по состоянию на 30.05.2020).

Петрушин О.О.

аспірант

Університету державної фіскальної служби України

**ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСУВАННЯ
МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТИТУТІВ
ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ**

Пандемія коронавірусного захворювання COVID-19 створила нові виклики для усіх країн світу та їхніх економік зокрема. Це не минуло й Україну – порушення торгівельних зв'язків та обмеження діяльності підприємців внаслідок карантинних обмежень, спричинило падіння виробництва промислової продукції у квітні 2020 року порівняно з квітнем попереднього року на 16,7% та ділової активності – індекс ділової активності у квітні знизився до 29,9 з 45,8 пунктів у березні 2020 року.

У зв'язку із цим гостро постала проблема відновлення економіки до докарантинного рівня, що спонукає до пошуку потенційно доступних, в умовах обмеженості ринків капіталу, ресурсів. Задля стимулювання підприємницької діяльності та підвищення рівня споживання. Джерелом таких інвестицій у складний період можуть слугувати міжнародні фінансові інститути, які володіють значним кредитним потенціалом, що обчислюється десятками мільярдів доларів. Україна активно співпрацює з такими великими установами як Світовий Банк, Європейський інвестиційний банк та Європейський банк реконструкції та розвитку, які надають ряд фінансових продуктів та послуг – інвестиційні кредити, технічна допомога та інше.

Однак аналіз такого поточного стану співробітництва України із цими інститутами вказує, що існує проблема невикористання наданих для реалізації проектів коштів. Зокрема на таблиці 1 зображено, що Україна використала лише 32% від загальної суми позик, схвалених міжнародними фінансовими інститутами. Це свідчить про нереалізований потенціал, який містять у собі масштабні інфраструктурні проекти погоджені для фінансування, зокрема це подовження ліній метро, будівництво нових ліній

електропередач, покращення доріг, розвиток міської інфраструктури. Активізація реалізації цих проектів дозволяє запуснути економіку та поживати економічну і фінансову взаємодію суб'єктів господарювання, завдяки створенню нових робочих місць і росту споживання. А також це призведе до супутніх ефектів у вигляді позитивної динаміки податкових надходжень, що є критично необхідним в умовах дефіциту бюджету України у 2020 році.

Таблиця 1

Використання коштів міжнародних фінансових інститутів на реалізацію державних проектів

Назва інституту	Сума позик млн. євро	Вибрано млн. євро	Вибрано %
Світовий банк	2063	908	44
Європейський банк реконструкції та розвитку	1552	887	57
Європейський інвестиційний банк	4088	651	16
Всього	7703	2446	32

Отож в умовах невизначеності та економічної кризи, Україні варто активно шукати додаткові джерела іноземних інвестицій та активізувати реалізацію інфраструктурних об'єктів, що можливе за рахунок активізації та розширення співпраці з міжнародними фінансовими інститутами.

Список використаних джерел:

1. Щомісячні опитування підприємств України. *Національний банк України*. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Business_survey_m_2020_04.pdf?v=4 (дата звернення: 10.05.2020).

2. Особливості залучення фінансування Міжнародних Фінансових Організацій. *Міністерство фінансів України* URL: <https://mof.gov.ua/uk/spivrobotnictvo-shhodo-zaluchannja-finansuvannja-mfo> (дата звернення: 17.05.2020).

3. Індекс промислового виробництва. *Державна служба статистики*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/imf/meta/Prom.html> (дата звернення: 17.05.2020).

Трохимець О.І.

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри національної економіки,
маркетингу та міжнародних економічних відносин
Класичного приватного університету*

Каспирович А.А.

*студент магістратури
Класичного приватного університету*

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ

«Інтернет речей» (IoT – Internet of Things) або «розумне виробництво»: застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у всіх аспектах виробництва знаходиться в розпалі перетворення сучасного виробництва. Таке оцифрування виробництва змінюється тим, як продукцію проєктують, виготовляють, використовують, експлуатують та обслуговують після продажу, так само як використання ІоТ перетворює операції, процеси та енергетичне використання на заводах та великих підприємствах та управління виробничими ланцюгами поставок. Ця конвергенція цифрових технологій із виробничою галуззю також обіцяє змінити ландшафт глобальної конкуренції у виробництві.

За прогнозами вчених застосування Інтернету речей до 2025 року дозволить генерувати від 1,2 до 3,7 трлн. дол. США у чотирьох основних формах: 1) операційна ефективність; 2) прогностичне та профілактичне обслуговування; 3) управління ланцюгами поставок; 4) товарно-матеріальних цінностей та логістики.

Хоча впровадження Інтернету речей виробниками часто стосується декількох аспектів виробничих процесів, наступний виклад матеріалу надає конкретні приклади використання Інтернету речей для полегшення виробничих процесів.

Застосування Інтернету речей для полегшення прогностичного та профілактичного обслуговування тісно пов'язане з досягненням

максимальної експлуатаційної ефективності підприємства; тобто, використовуючи датчики для моніторингу обладнання в режимі реального часу, таким чином перетворюючи модель обслуговування на модель прогнозування та запобігання.

Наприклад, Ford розмістив датчики IoT практично на кожному виробничому обладнанні для виявлення найменших відхилень від специфікацій.

Аналогічно, Toyota скорочує час та витрати на відкликання, точно знаючи, яка машина (виробнича машина, устаткування) виробляла кожен компонент кожного транспортного засобу, дозволяючи відстежувати та ізолювати несправну частину (або несправне обладнання, що її виробляло) набагато швидше.

Фірми, ймовірно, побачать значне поліпшення ефективності роботи, оскільки розумні пристрої з'єднують машини на всіх фабричних поверхах через ланцюг поставок. Наприклад, BMW поставило собі за мету знати стан реального часу всього основного виробничого обладнання кожної компанії, яка виробляє ключові компоненти для кожного з своїх транспортних засобів.

Також, IoT може полегшити оптимізацію запасів.

Наступні приклади компаній Kaeser Kompressoren та HIROTEC демонструють, як великі та малі виробники використовували рішення IoT для покращення своїх виробничих процесів та ділових моделей виходу на ринок.

Kaeser Kompressoren. Реалізація IoT виробниками часто впливає на багато аспектів їх виробничих процесів та бізнес-моделей виходу на ринок одночасно. Розглянемо досвід компанії Kaeser Kompressoren, німецького виробника систем та послуг стисненого повітря, включаючи автомобільну, хімічну та фармацевтичну продукцію.

Щоб уникнути незапланованих відключень та простоїв у системі, Kaeser почав оснащувати своє обладнання стисненим повітрям датчиками IoT для збору ключових даних про навколишнє середовище та працездатність, таких як температура, вологість і вібрація. аналітики для визначення того, чи є деталі схильні до виходу з ладу, і так можна визначити та замінити

несправні деталі під час регулярного планового обслуговування замість після того, як відбулося відключення.

За оцінками Kaeser, такий підхід призвів до зниження на 60 % часу позапланового простою обладнання, а також до приблизно 10 млн дол. США економії на виправних витратах, оскільки компанія може краще передбачити свої потреби в запасах.

Але, хоча можливість відстежувати робочий стан свого розгорнутого обладнання значно підвищило ефективність роботи, це також дозволило Kaeser запуснути бізнес-модель «повітря як послуга», в якій клієнти більше не купують компресори Kaeser, а орендують компресори і сплачують за використане стиснене повітря. Це корисно для клієнтів Kaeser, які можуть перекласти більшу частину своїх витрат з капексу на опеку (капітал на операційні витрати), а також відстежувати їх використання в режимі реального часу та ефективніше керувати їх споживанням. Це також означає, що клієнти можуть масштабувати споживання вгору або вниз, оскільки потреби виробничих операцій змінюються, не потребуючи придбання нового компресорного обладнання (Kaeser приносить або забирає компресори в міру розвитку потреб клієнта).

Бізнес-модель «повітря як послуга» призвела до зменшення споживання стисненого повітря на 28,5 % для представницького виробника будівельних матеріалів та 30 000 євро щорічних заощаджень для виробника фарби. Цей випадок показує, як IoT може підвищити експлуатаційну ефективність, покращити управління запасами та ланцюгами поставок і навіть повністю змінить бізнес-модель компанії.

HIROTEC. HIROTEC – японська компанія, постачальник обладнання для виробництва автоматики та автозапчастин, що має 26 об'єктів у дев'яти країнах, який проектує та будує приблизно 7 млн дверей та 5 млн вихлопних систем щорічно. Вартість незапланованого простою для автомобільних оригінальних виробників приголомшлива, оцінюється в 1,3 млн дол. США за годину, або 361 дол. США за секунду.

Щоб вирішити схему «реактивного обслуговування», HIROTEC прагнув розробити конкурентну стратегію для

використання потенційних переваг Інтернету речей. Він пілотував та розробив хмарну платформу IoT. HIROTEC вперше включив IoT, проаналізував дані восьми одиниць машинного обладнання на своєму заводі в Детройті, штат Мічиган. Потім він скористався платформою IoT для віддаленої візуалізації автоматизованої лінії огляду вихлопної системи, оглядових роботів, датчиків сили, лазерних вимірювальних приладів та камер, щоб здійснити візуалізацію в режимі реального часу та автоматичну генерацію звітів без паперів для всієї виробничої лінії автомобільного заводу. Реалізація дала HIROTEC в реальному часі видимість в її бізнес-операціях і дасть їй змогу використовувати функціональні можливості машинного обладнання для прогнозування та запобігання руйнування критичних відмов системи. HIROTEC повідомляє, що фактично усунув час, присвячений ручному огляду виробничих систем, звільнивши працівників для отримання більш продуктивних завдань з більшою доданою вартістю.

З перелічених вище форм заявок IoT аналітики передбачають, що застосування IoT для досягнення максимальної ефективності заводу матиме найбільший вплив, збільшуючи продуктивність на цілих 25 %.

Попередні тематичні дослідження продемонстрували потенціал цифрової модернізації сучасного виробництва, але перед цим баченням можна повністю реалізуватись у національній (або глобальній) економіці.

Такі етапи як прозорість, прогнозований потенціал та адаптованість відображають еволюцію можливостей підприємства від простого процесу оцифрування (прийняття комп'ютерів та підключення їх до Інтернету) до можливості збирання даних, розуміння того, що відбувається і чому в режимі реального часу на заводській підлозі, до досягнення точки передбачення та прогнозування (чи для режимів несправностей машин, чи змін попиту, які вплинуть на замовлення і, таким чином, рівень виробництва), до самооптимізуючих заводів, на яких можна досягти автономних відповідей.

Впровадження нових цифрових технологій виготовлення може створити значні наслідки для продуктивності для компаній, які успішно інтегрують ці технології у свою діяльність.

Список використаних джерел:

1. Digitalization for All Future-Oriented Policies for a Globally Connected World B20 Taskforce Digitalization. Policy paper 2017. 45 p.
2. Ezell Stephen. Why Manufacturing Digitalization Matters and How Countries Are Supporting It. Information Technology and Innovation Foundation. April, 2018. 66 p.

СЕКЦІЯ 2. ФІНАНСОВІ ВАЖЕЛІ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Bochkarova T.O.

*PhD student, Department of banking, finance and insurance
Sumy State University*

Artemenko A.S.

*PhD student, Department of international economic relations
Sumy State University*

FUNCTIONING OF FOREIGN EXCHANGE AND GOVERNMENT BOND MARKETS IN THE SYSTEM OF FINANCIAL SECURITY¹

In 2019, the Ukrainian bond market began to grow rapidly due to the active demand of foreign investors for domestic government bonds. With minimal NBU participation in the foreign exchange market, this led to a short-term strengthening of the hryvnia. However, the remarkable events that took place in the spring of 2020 (the collapse of stock markets as a result of the break of the OPEC+ agreement, the COVID-19 pandemic) significantly shook the stability of the global financial market and Ukrainian as well. Consequently, the study of current trends in the foreign exchange and bond markets, as well as factors influencing the mechanism of their functioning are becoming important.

One of the main indicators of financial and currency security is the exchange rate of the national currency. Therefore, we will consider the main trends related to it.

Despite macroeconomic and financial imbalances, the Ukrainian hryvnia periodically depreciates or strengthens. Traditionally, this is influenced by seasonality. Usually, it strengthens in spring and summer and depreciates in autumn. The dynamics of the hryvnia exchange rate

¹ The material was prepared within the framework of the scientific research "Modelling and forecasting the behaviour of financial markets as an information base for ensuring financial stability and security of the state" No of state registration 0117U003936.

against the US dollar from 2010 to the first quarter of 2020 is shown in Figure 1.

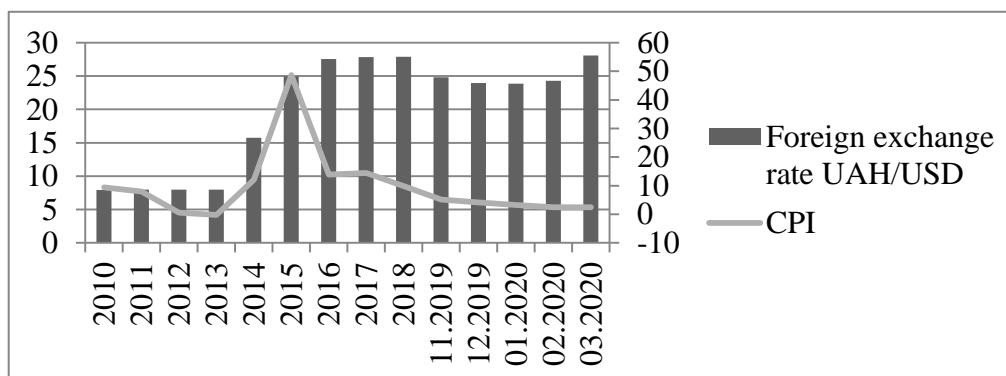


Figure 1. Dynamics of the UAH/USA exchange rate and CPI, 2010-first quarter of 2020 [1; 2]

During 2009-2013, the exchange rate was 7.90-7.99 UAH/USD as a result of the stabilized exchange rate regime. However, in February 2014, the situation began to change dramatically as the country established a floating exchange rate regime. Strict restrictions on foreign exchange transactions were imposed, and exports of goods decreased (by 13.5 % in 2014). In addition, there was a change of government and Ukraine was brought into a military conflict [3]. The exchange rate reached its historic peak and fluctuated between 24-28 UAH/USD until 2019. The last record for the previous three years was 23.46 UAH/USD in December 2019.

This strengthening was gradual and primarily occurred due to the growth of non-residents' demand for hryvnia bonds, the rapid growth of sunflower oil prices, significant optimism of investors and society.

However, in March 2020, a new anti-record was set. It was 28.07 UAH/USD. The negative situation arose as a result of falling oil prices and stock indices on world markets (termination of OPEC+ agreements, «Black Thursday» on March 12, 2020), mass buying of foreign currency in banks by the population caused by the quarantine, a sharp change of the government of Ukraine and a loss of interest in Ukrainian domestic bonds.

An important factor influencing the exchange rate in Ukraine is inflation. Figure 1 shows that Ukraine has experienced significant

inflation fluctuations over the last 10 years. Starting in 2009, the CPI gradually decreased and in 2012 reached the lowest value in the history of 0.57 %. But in April 2015, the devaluation of the hryvnia and a sharp rise in prices and tariffs raised the index to 48.7 %.

Regarding the current situation, the CPI began to slow down in December 2018 and set a new record in November 2019 – 5.1 %. The indicator is lower than the forecast of the NBU (6.3 %), which was published in the «NBU Inflation Report» for October 2019 [4]. The disinflation process was caused by prudent fiscal policies, relatively low energy resources prices on world markets and an increase in the supply of food products due to increased productivity of agricultural production.

Concerning Ukraine's financial trends in 2019, the rapid growth in demand for domestic government bonds from foreign investors was reasonable. Until the summer of 2019, there was a little attention to the domestic bond market and the growing share of non-residents as buyers. First of all, their influence became noticeable after changes in the foreign exchange rate.

Statistics of the Ukrainian domestic bond market show that over the past three years, investors have become interested in government securities. If in 2014 457.6 billion of hryvnias of domestic bonds were in circulation, then by March 2020 the volume had increased to 840.4 billion.

In Ukraine, the domestic bond market was intensified in order to solve the problem of the budget deficit, repayment of public and state-guaranteed debt (\$2.1 trillion or 56.1 % of GDP). On top of that, it should mitigate the currency risk of public debt by increasing the share of debt in the national currency (see figure 2).

Additional demand was created by the high yield of bonds (in 2018 the Ministry of Finance placed them with a nominal yield above 17.79 %), which depends on the NBU discount rate (in 2018 it was 18 %), as well as the launch of domestic government bonds auctions on Bloomberg. However, with the strengthening of the hryvnia, the slowdown in inflation, the NBU gradually began to lower the rate. In 2019, it was changed five times, from 18 % to 13.5 % and in March 2020 to 10 % (see figure 2).

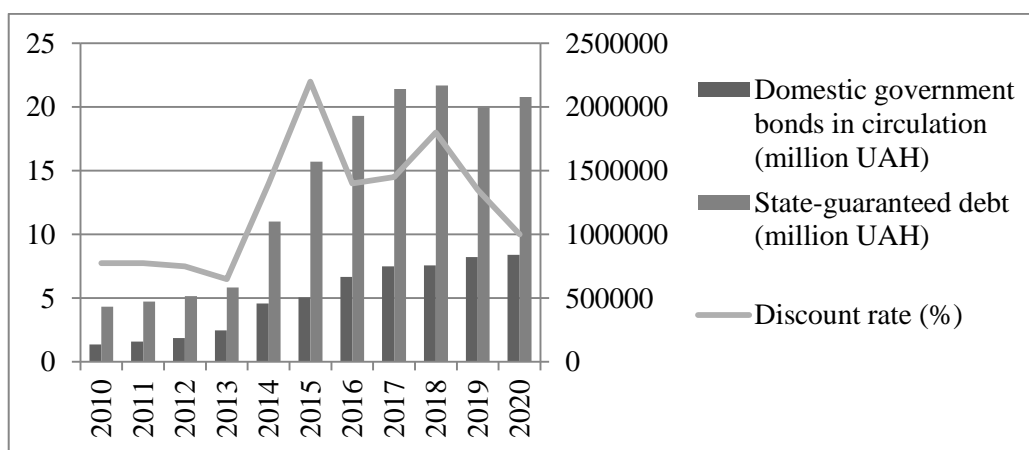


Figure 2. The volume of domestic government bonds in circulation in the structure of state debt and the dynamics of the discount rate, 2010-I quarter of 2020 [1; 2; 5]

Among domestic government bonds in circulation as of March 2020, the hryvnia predominates with the share of 73 % in the overall structure. In second place are domestic government bonds in foreign currency with a share of 13 % [1].

In terms of the structure of domestic government bonds, it seems that there is a monopoly of the banking system in the bond market, which does not allow it being sufficiently diversified.

Given that government securities are an instrument of debt and monetary policy, and can affect the macroeconomic situation and overall economic stability, it is important to examine the level of this impact and the existing relationships. Such an analysis makes it possible to predict the consequences of a particular policy on government securities and, if necessary, to propose its change.

References:

1. Website of the National Bank of Ukraine. URL: <https://bank.gov.ua>
2. Website of the State Statistics Service. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Financial Stability Report. NBU (2019). 50 p. URL: <https://bank.gov.ua/news/all/zvit-pro-finansovu-stabilnist-gruden-2019-roku>
4. Inflation report. NBU (2019). 45 p. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2019_Q4.pdf?v=4
5. Website of the Ministry of Finance of Ukraine. URL: <https://mof.gov.ua>

Зеркаль А.В.

кандидат економічних наук, доцент,

заступник завідувача,

доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування

Класичного приватного університету

Осипенко Є.І.

аспірант

Класичного приватного університету

МІКРОКРЕДИТУВАННЯ ТА СПОЖИВЧІ КРЕДИТИ В УКРАЇНІ

Ефективність мікрокредитування як інструменту боротьби з бідністю населення активно обговорюється зараз, коли після багатьох років бурхливого зростання інститути мікрофінансування (МФО) в Україні та різних країнах Європи борються зі значною заборгованістю клієнтів, проблемами погашення та іншими викликами, що стоять перед фінансово-кредитним сектором в цілому в умовах економічної кризи.

Це питання останнім часом найбільш активно вивчався Майклом Бейтманом, що також слідкує за публікацією результатів – узагальнених нижче – ряду рандомізованих польових експериментів, що свідчать про те, що вплив мікрокредитування може бути більш скромним, ніж вважають його найсильніші прихильники. Ці дослідження стримували очікування багатьох щодо здатності мікрокредитування виводити людей з бідності [1, с. 13].

Багато теоретичних розробок на практиці недостатньо вивчені та залишається незрозумілим, чи може взагалі, і яким чином мікрокредитування може допомогти бідним покращити своє життя. Відповіді на ці питання набувають надзвичайної актуальності зараз, коли галузь мікрокредитування змінюється різними способами. Зокрема, розширення масштабів та професіоналізація призвели до того, що ряд провідних МФО перейшли від групового або солідарного кредитування до індивідуального мікрокредитування.

У разі спільної відповідальності невеликі групи позичальників несуть відповідальність за повернення позик один одного. «Усі члени групи розглядаються як дефолт, коли принаймні один з них не повертає кредит, а всім членам відмовляють у наступних позиках. Оскільки позичальники виступають гарантами, вони перевіряють та контролюють один одного, роблячи це, зменшують проблеми у взаємодії між МФО та його позичальниками» [2, с. 26]. Потенційним недоліком кредитування спільної відповідальності є те, що воно часто передбачає трудомісткі щотижневі збори з виплатою та чинять сильний соціальний тиск, роблячи це потенційно обтяжливим для позичальників. Це одна з головних причин, через які МФО почали переходити від спільного до індивідуального кредитування.

Дещо дивно, що поки що існує дуже обмежене емпіричне підтвердження відносних переваг індивідуального та групового кредитування, особливо з точки зору впливу на позичальників. Як достатня теоретична, так і більш обмежена емпірична література в основному зосереджена на впливі солідарної відповідальності на ставки погашення. Б. Армендаріс та Дж. Мордух відзначають, що: «У досконалому світі емпіричним дослідникам вдалося б безпосередньо порівняти ситуації за договорами групового кредитування із порівнянними ситуаціями за традиційними банківськими контрактами. Найкращий тест передбачав би одного кредитора, який використовує низку контрактів (...). Найкраще свідчить про добре продумані експерименти, в яких контракти на позику різноманітні, але все інше зберігається таким же» [3, р. 101-102].

Зазвичай МФО надають відносно невеликі позики, спрямовані на велику кількість позичальників, та прогресивні: успішне повернення позики дає доступ до іншого кредитного циклу із зниженими процентними ставками, як це відбувається у багатьох програмах мікрокредитування. Хоча іноді позики і бувають призначені для фінансування створення бізнесу, виявлено, що зазвичай надають приватні кредити, і приблизно половина всього кредиту використовується для домашніх, а не для бізнес-цілей.

Клієнти, які отримали доступ до мікrokредиту, часто використовували позики для придбання побутових активів, зокрема великих побутових приладів.

Крім позик мікропідприємцям (мікrokредиту) на ринку мікрофінансування все більше надаються додаткові фінансові послуги, такі як заощадження та страхування, а також позики на освіту, надзвичайні ситуації та споживання. Це корисно для регуляторів, інвесторів та установ, що працюють на ринку мікрофінансування.

Мікрспоживчі кредити знижують якість кредитного портфеля для МФО, що працюють на ринку мікрофінансування країни. Як мікrokредити, можливо, негативно впливають на кредитний портфель? Щоб відповісти на це запитання, треба порівняти мікрспоживчі кредити та мікrokредити. Вони мають дві основні відмінності. По-перше, вони відрізняються плановим використанням позики: мікропобутові позики використовуються для придбання споживчих товарів для приватного (невиробничого) використання. В той час як, мікrokредитування призначене для виробничих цілей, таких як придбання запасів або інструментів для мікропідприємства.

По-друге, вони відрізняються методологіями кредитування. Методології кредитування в основному розрізняють у порядку подання заявки, оцінці можливостей повернення коштів та реакції на прострочення платежу. Причиною різних методологій кредитування є те, що обидва типи позик зазвичай націлені на різних клієнтів. Враховуючи, що мікrokредитування надається мікропідприємцям, мікрспоживчі кредити орієнтовані на зайнятих клієнтів.

Таким чином, два види позики відрізняються джерелом повернення та формальністю: мікrokредити повертаються за рахунок надходжень від неофіційного мікропідприємства, тоді як мікрспоживчі кредити повертаються за рахунок регулярного доходу від заробітної плати від офіційного працевлаштування. Ця різниця в основному джерелі погашення дає змогу стимулювати виплати за кредитами клієнтам, які отримують заробітну плату,

відхилятися від методології, застосованої для отримання кредитів мікропідприємцям.

Список використаних джерел:

1. M. Bateman (2017). Why Doesn't Microfinance Work? The Destructive Rise of Local Neoliberalism, Zed Books, London/New York, p. 12-16.
2. Caiazza, S., Pozzolo, A.F. and Trovato, G. (2016). «Bank efficiency measures, M&A decision and heterogeneity», Journal of Productivity Analysis, 46, p. 25-41.
3. B. Armendáriz and J. Morduch (2005). The Economics of Microfinance, MIT Press, Cambridge, MA., p. 101-102.

Косова Т.Д.

*доктор економічних наук, професор,
провідний науковий співробітник
Інституту економіки промисловості НАН України*

Ярошевська О.В.

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки
Класичного приватного університету*

ФІНАНСОВА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Забезпечення розвитку готельно-ресторанного бізнесу в умовах поглиблення відносин між Україною та Європейським Союзом, підписання Угоди про асоціацію, потребує підвищення якості послуг до рівня міжнародних стандартів [1, с. 85]. Організаційно-економічний механізм розвитку готельно-ресторанного бізнесу є системою із власною сукупністю елементів, що піддається зовнішньому впливу та зорієнтований на отримання визначеного результату [2, с. 195]. Фінансовий

результат закладу готельно-ресторанного господарства формує обсяг надання послуг гостинності і реалізованих товарів. Він є критерієм ефективності менеджменту на мікро-рівні, вирішення соціально-економічних завдань на рівні галузі, реалізації функцій макроекономічного розвитку національного господарства і складової індустрії туризму зокрема. Організація виробництва кінцевого продукту у матеріальній і нематеріальній формах, управління закладом готельно-ресторанного господарства є складними процесами із точки зору забезпечення ефективності механізму обслуговування, ціноутворення та планування, що безпосередньо впливає на побудову фінансово-контрольної підсистеми менеджменту [3, с. 65].

Протягом 2010-2016 рр. діяльність суб'єктів господарювання, що здійснюють діяльність із секції І «Тимчасове розміщування й організація харчування», була збитковою. Проте відбулися позитивні якісні зміни, оскільки частка підприємств, які отримали прибуток, зросла із 57,3% до 71,7% відповідно за рахунок скорочення частки підприємств, які отримали збиток, – із 42,7% до 28,3%. Мали місце також значні структурні зрушення між основними підгалуззями. Внесок закладів із тимчасового розміщування (код КВЕД 55) в отриманні збитки секції І збільшився із 54,64% у 2010 р. до 110,59% у 2016 р., оскільки підприємства, що здійснюють діяльність із забезпечення стравами та напоями (код КВЕД 56) у 2016 р. перейшли до беззбиткової діяльності, внесок отриманого прибутку у від'ємний фінансовий результат склав (-10,59%). Протягом 2017-2018 рр. більше 2/3 додатного фінансового результату по секції І згенерували підприємства із тимчасового розміщування. Внесок суб'єктів господарювання, що здійснюють діяльність із забезпечення стравами та напоями, у формування фінансового результату по секції І протягом 2010-2018 рр. скоротився: по прибутку – із 46,87% до 29,87%, по збитку – із 46,16% до 37,61%. Протягом аналізованого періоду зросла частка прибуткових підприємств в обох підгалузях, проте серед закладів із забезпечення стравами та напоями вона була вище порівняно з

зкладами із тимчасового розміщування: у 2010 р. – 58,5% проти 52,1%, у 2018 р. – 73,1% проти 66,2%.

Динаміка фінансового результату підприємств із тимчасового розміщування й організації харчування описується параболою із гілками догори ($R^2 = 0,5813$). Протягом 2010-2015 рр. обсяг збитків збільшився із 0,55 млрд. грн. до 7,1 млрд. грн., особливо стрімко їх нарощування відбувалося протягом 2013-2014 рр., коли їх величина зросла із 1,3 млрд. грн. до 6,6 млрд. грн. Сума прибутку 2017 р. і 2018 р. склала відповідно 1,98 млрд. грн. і 2,89 млрд. грн. Тренд фінансового результату підприємств, які отримали прибуток, описується висхідною гілкою параболи з $R^2 = 0,8803$ і свідчить про його стійке зростання, за виключенням загальноекономічної кризи 2014 р. Динаміка збитків описується параболою з гілками донизу ($R^2 = 0,5075$). Їх стійке нарощування спостерігалось протягом 2010-2015 рр. – із 1,17 млрд. грн. до 7,9 млрд. грн. і обумовлювало від'ємний фінансовий результат. У 2018 р. сума збитків скоротилася до 1,5 млрд. грн. [4].

Основну частку фінансового результату закладів із тимчасового розміщування формує діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування (код КВЕД 55.10) – у середньому 88,81%. Протягом 2011-2016 рр. вона зросла із 61,91% до 98,62% за рахунок скорочення питомої ваги закладів із розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання (код КВЕД 55.20) із 38,68% до 1,27%. У 2017-2018 рр. частка готелів і подібних засобів тимчасового розміщування (55.10) перевищувала 100%, оскільки прибуток від їх діяльності поглинав збитки інших підгалузей тимчасового розміщення – на період відпустки та іншого тимчасового проживання (55.20), надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів і причепів (55.30), діяльність інших засобів тимчасового розміщування (55.9). Протягом всього періоду 2010-2018 рр. внесок діяльності з кодом 55.3 у фінансовий результат з тимчасового розміщення не перевищував 1%, з кодом 55.9 – 2%, за виключенням 2010 р. (7,48%).

Внесок підгалузей у фінансовий результат діяльності із забезпечення стравами та напоями був нерівномірним. Від'ємні значення показників закладів із постачання готових страв (56.2), за виключенням 2014 р., пояснюються отриманням ними прибутку при збитковості галузі, його максимальне значення (-35,18%) мало місце у 2012 р. Значний внесок у сукупний прибуток діяльність із кодом (56.2) зробила у 2016 р. – 28,52%. У 2010 р. діяльність закладів із обслуговування напоями (56.3) обумовила майже половину збитків галузі (49,94%), у 2011-2012 рр. – майже всі збитки – відповідно 99,22% і 105,0%. Протягом 2013-2015 рр. основним джерелом збитків була діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування (56.10) – її частка зросла із 89,81% до 102,02%. Після переходу підприємств із забезпечення стравами та напоями у 2016 р. до беззбиткової діяльності, усі підгалузі виявилися прибутковими, за виключенням діяльності з кодом (56.3) у 2016 р., але основну частку додатного фінансового результату генерує діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування (56.10) – протягом 2017-2018 рр. вона становила відповідно 89,13% і 79,35%, а в середньому за весь період – 70,77%. Середні значення питомої ваги фінансових результатів постачання готових страв (56.2) у розмірі (-1,47%) і обслуговування напоями (56.3) у розмірі (30,70%) є дещо викривленими, оскільки у першому випадку підгалузь генерувала прибутки на фоні загальної збитковості, у другому випадку, навпаки, великі збитки.

Динаміка фінансових результатів різних видів діяльності із тимчасового розміщування й організації харчування характеризуються як схожими рисами, так і відмінностями. Схожим є тренд на рівні секції I, тимчасового розміщування (код КВЕД 55), діяльності готелів і подібних засобів тимчасового розміщування (код КВЕД 55.10) – парабола із гілками догори, рух збитків по низхідній гілці до 2015 р. (мінімальне значення функції), перехід до беззбиткової діяльності у 2017 р. Із збитків 2015 р. по секції I у розмірі 7,1 млрд. грн., на код 55 приходить 5,3 млрд. грн. (75,52%), у т.ч. на код 55.10 – 5,2 млрд. грн. (97,87% по коду 55).

Проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки.

1. Протягом досліджуваного дев'ятирічного періоду 2010-2018 рр. діяльність суб'єктів господарювання, що здійснюють тимчасове розміщування й організацію харчування, була прибутковою лише протягом двох останніх років. Аналізований часовий інтервал характеризується структурними зрушеннями між основними підгалузями у рамках секції I класифікації видів економічної діяльності: якщо на початок аналізованого періоду на тимчасове розміщення приходилося незначно більше половини фінансового результату, то на кінець – три чверті.

2. Спільною ознакою розвитку підгалузей у рамках секції I є збільшення концентрації на провідних видах діяльності: частка готелів і подібних засобів у фінансових результатах тимчасового розміщування зросла із 60% до майже 100%, а діяльності ресторанів, надання послуг мобільного харчування у фінансових результатах діяльності із забезпечення стравами та напоями – із 60% до 80%. Динаміка фінансових результатів зазначених видів діяльності обумовлює загальний результат по секції I, описується схожими трендами – параболою з гілками догори, накопиченням кумулятивних збитків до 2015 року, зворотною тенденцією у наступні роки, переходом до прибуткової діяльності закладами ресторанного господарства у 2016 році, готельного господарства – у 2017 році.

3. За критерієм фінансових результатів ефективність менеджменту закладів готельно-ресторанного господарства протягом 2010-2018 років зросла, суттєві відхилення 2014-2015 рр. були викликані різким погіршенням стану зовнішнього середовища і носили об'єктивний характер. Перспективним напрямком розвитку сучасних концепцій менеджменту готельно-ресторанного бізнесу, заснованих на управлінні якістю і стандартизації, є інтеграція до них підсистеми фінансового контролінгу. Остання передбачає розробку ключових показників фінансової ефективності, стимулів за їх досягнення у рамках діяльності центрів прибутків і відповідальності.

Список використаних джерел:

1. Нездойминов С. Г. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес регіону в умовах трансформації економіки. *Економіка харчової промисловості*. 2011. № 2. С. 81-87.

2. Гук Х. З. Обґрунтування концептуальних характеристик організаційно-економічного механізму державного регулювання в готельно-ресторанному бізнесі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 4(1). С. 193-197.

3. Домбик О. М. Економічна суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С. 64-66.

4. Фінансові результати до оподаткування підприємств за видами економічної діяльності (2010-2018). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin/fin_new/fin_new_u/fr_op_ek_2010_2018_u.xlsx (дата звернення: 15.05.2020).

СЕКЦІЯ 3. УПРАВЛІННЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ УСТАНОВ І ОРГАНІЗАЦІЙ РІЗНИХ СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ

Закаблук Г.О.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки*

Класичного приватного університету

Биков М.К.

студент

Класичного приватного університету

САНАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ФІНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з причин існування кризової ситуації на більшості українських підприємств є низький рівень менеджменту. Саме некваліфіковані та помилкові дії керівництва довели чимало підприємств до межі банкрутства.

Істотним фактором, який зумовлює прийняття неправильних управлінських рішень, є відсутність на вітчизняних підприємствах системи контролінгу.

Зрозуміло, що неодмінною умовою оздоровлення вітчизняної фінансової системи є санація суб'єктів господарської діяльності. Лише за таких умов можна буде відновити кількість і прибутковість основної маси платників податків, а отже, оздоровити державну фінансову систему. Водночас оздоровлення економіки значною мірою залежить від своєчасної та якомога безболіснішої ліквідації (реорганізації) неефективних виробничих структур, які не лише не поповнюють бюджет держави, а й потребують постійної фінансової підтримки.

Санація є ключовою процедурою, яка має ефективно вирішувати задачу фінансового оздоровлення господарюючого

суб'єкта. Однак для її реалізації потрібна підтримка кредиторів, інвесторів і додаткове влиття фінансових коштів.

Банкрутство є кризовим станом і його подолання потребує спеціальних методів фінансового управління. Ринкова економіка напрацювала широку систему фінансових методів діагностики та попередження банкрутства, які потребують не лише вивчення і застосування, але й поглибленого методичного опрацювання з урахуванням особливостей української економіки.

Актуальність цієї проблематики підсилюється прийняттям у 2000 році Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом», що регулює питання фінансової санації та банкрутства підприємств.

Закон впроваджує нові підходи до проведення реорганізації боржника, завдяки чому кредитори мають більші можливості повернути свої кошти ніж за умови ліквідації.

Метою дослідження є покращення фінансового стану підприємств та підвищення ефективності їх функціонування.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі основні задачі:

- дослідити економічну сутність санації;
- розкрити сутність класичної моделі фінансової санації та виявити основні фактори, які спричиняють погіршення фінансового стану підприємства;
- розробити ефективну модель санації підприємства;
- визначити та обґрунтувати шляхи виходу підприємства з кризового стану.

Об'єктом дослідження є санація як механізм фінансового оздоровлення підприємства.

Предметом дослідження є методики проведення санації на підприємствах різних форм власності.

Дослідження проводилось із використанням таких наукових методів:

- індукції та дедукція;
- аналітичний;
- порівнянь;
- економічного аналізу тощо.

У даній роботі отримано такі наукові результати:

– на основі проведеного системного аналізу обґрунтовано пріоритетні шляхи реалізації економічного механізму санації в Україні.

– запропоновано нову ефективну модель фінансової санації для підприємства у короткостроковому періоді;

– удосконалено процедуру проведення діагностики ймовірності банкрутства підприємств транспортної галузі.

З огляду на актуальність проблеми в запропоновано методичні підходи, пропозиції і рекомендації, які дозволяють покращити фінансовий стан підприємств транспортної галузі, а також сприяють його фінансовій стабілізації та подальшому розвитку. Даний комплекс заходів можна використовувати в господарській практиці на будь-якому транспортному підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом», від 14.05.1992, № 2343-ХІІ, внесення змін від 04.06.2009 № 1442-VI /1442-17.

2. Лишиленко О.М. Напрями вдосконалення обліку та аудиту фінансових результатів // Бухгалтерський облік та аудит. – 2005. – № 6. – С. 16-23.

3. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 132 с.

4. Петрусевич Н.Ю. Застосування контролінгу у сфері управління оборотним капіталом // Матеріали VII Міжнародних наук конф. «Наука і освіта»2004». – Том 15. – Дніпропетровськ: Наука і освіта. – 2004. – С. 33-34.

5. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: Навч. Посібник. – К.: КНЕУ, 2008. – 412 с.

6. Титов М.І. Банкрутство: Матеріально-правові та процесуальні аспекти / За наук. ред. В.М. Гайворонського. – Х.: Консум, 2005. – С. 49.

Канаш О.Є.

магістр, аспірант кафедри економіки

та організації виробництва

Національного університету кораблебудування

імені адмірала Макарова

**ЕКОНОМІЧНІ СТЕЙКХОЛДЕРИ ЗВО
У ЗАПРОВАДЖЕННІ ПРИНЦИПІВ ДУАЛЬНОСТІ
ВПРОДОВЖ ФОРМУВАННЯ ФАХОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ
ЗАМОВНИКІВ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

Зміни в органічній будові капіталу (тобто у співвідношенні засобів виробництва і робочої сили, здатної привести їх у дію) завжди несли для людини нові загрози та виклики, з одного боку, та шанси й можливості, – з іншого. Не стала виключенням і четверта промислова революція, яка продемонструвала світові такий феномен як штучний інтелект, здатний скласти конкуренцію Homo sapiens, в тому числі в процесах створення вартості. Як засвідчує світовий досвід, висвітлений у чисельних публікаціях вітчизняних та закордонних дослідників проблеми [1; 2; 3; 4], інструментом подолання цієї скрути, як на нас, може стати дуальна освіта (ДО).

Окреслимо коло суб'єктів, зацікавлених у її розвитку, виходячи з того, що дуальність має здійснюватися на інституціональному підґрунті з неминучим контролем держави за дотриманням відповідних законодавчих норм. В Україні її уособлюють Верховна Рада – вищий законодавчий орган, Кабінет Міністрів, Міністерство освіти і науки України та Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. Разом вони обирають політико-економічний курс держави з відповідними наслідками для тенденцій ринку робочої сили, інвестиційного клімату, підприємницької активності. Профільне міністерство узгоджує дій усіх учасників освітнього процесу, ухвалює, контролює дотримання правил та вимог щодо професійної підготовки.

Спираючись на викладені вище міркування, абсолютно переконані, що органи державної влади мали б стати найактивнішими ініціаторами розбудови системи ДО, сприяти її запровадженню та підтримувати поточне функціонування спеціальних програм:

а) здійснення науково-дослідних проєктів для забезпечення відповідності професійної підготовки світовим тенденціям. Зокрема, форм дуального навчання, його методів, моделей, дидактичних методів з подальшою їх модернізацією;

б) заохочення до створення нових робочих місць (наприклад, через замовлення вітчизняним підприємствам виготовлення наукомісткої продукції, замість її масового експорту з закордону);

в) підвищення рівня обізнаності громадян про інноваційні технології, задля удосконалення сценаріїв співпраці отримувачів освітніх послуг (чинних та майбутніх), дослідницьких організацій та індустріальних фірм.

На інституціональному рівні саме на часі заохотити заклади вищої освіти (і не лише їх одних) та підприємства до щільних взаємин, залучати бізнес до освітнього процесу. Як це відбувається у країнах, де дуальна форма навчання – звичайна річ [5]. Саме участь великої кількості зацікавлених сторін у них визначає загальне визнання дуальності та забезпечує їй належний рівень легітимності на ринку праці, зобов'язує стейкхолдерів до незупинного поширення та вдосконалення конфігурації та змісту співпраці.

Наступний суб'єкт системи ДО – підприємство, яке майже безперервно генерує попит на людський капітал: від топ-менеджерів до технічних працівників. Як правило усі вони неодмінні «тут та зараз» і потрібно докласти зусиль, щоб переконати власників у необхідності збалансованої кадрової політики, послідовних зусиль із її реалізації.

Далеко не кожен усвідомлює, що саме початок роботи на підприємстві, суміщеної з навчанням, відрізняє дуальну форму освіти від класичного «розгризання граніту науки» з непередбачуваними для професійної кар'єри наслідками.

Витратити коштів на придбання нового обладнання видається природним, а отримати фахівця високого гатунку бізнесмени та бізнеследі прагнуть за безцінь. Хоча, здавалося б, кожному відомо: з дешевої рибки – погана юшка.

З іншого боку, людина, яка добре ознайомилася з організаційними, технічними та технологічними процесами, під опікою зацікавленого ментора з багаторічним виробничим стажем написала випускню кваліфікаційну роботу на життєво важливу тему, налагодила конструктивні відносини з членами команди, здатна зробити не аби який внесок у піднесення організації. Залишається попіклуватися про те, щоб усі зацікавлені сторони були належним чином вмотивовані до співпраці та надійно захищені від ризиків невиконання взятих на себе зобов'язань.

Третій суб'єкт системи дуальної освіти – студент-стажер. Таким, на наш погляд, має бути статус молодої людини, яка обрала відповідну траєкторію опанування фаху. Головне, чого йому не вистачає у нинішніх реаліях – впевненості у майбутньому після отримання диплому. Дуальна освіта, як свідчить досвід успішних країн, формує знання та додає до них необхідні навички відповідно до обраної професії.

У навчальний план, закладається раціональна комбінація отримання академічних занять в університетських аудиторіях з практичною роботою у форматі та з періодичністю, узгодженими сторонами. Вони залежатимуть від професії, обраної замовником освітньої послуги, технологічної складності виробництва, умов, в яких відбувається виробничий процес. Є, погодитися, суттєва різниця між бухгалтером (навіть головним), проєктувальником суден і керівником зміни на стаціонарній буровій платформі, розташованій на континентальному шельфі прибережної країни.

Для претендента на робоче місце залишається якнайкраще проявити себе, адже після завершення навчання, у разі успішного складання екзаменів та позитивних відгуків колег, а не лише викладачів, він матиме змогу відразу, без випробувального терміну долучитися до трудового процесу. Від так, він абсолютно свідомо, без примусу ззовні, зацікавлено:

- своєчасно та на належному рівні, проявляючи розумну ініціативу, виконує індивідуальний навчальний план за графіком навчального процесу та виробничі завдання на робочому місці;
- додержується чинних приписів щодо охорони та гігієни праці, виробничої санітарії, антипожежної безпеки та внутрішнього регламенту роботи й відпочинку, які діють на підприємстві (вчасно прибуває на роботу і залишає її разом з колегами);
- регулярно, з використанням узгоджених каналів зв'язку, комунікує з відповідальними особами кафедри, деканату, підприємства з питань, які постають час навчання;
- з обережністю ставиться та послуговується за призначенням обладнанням та іншим майном підприємства, оскільки його утрата або пошкодження ведуть до матеріальної відповідальності.

Список використаних джерел:

1. Олексін Ю.П., Якубовська С.С. Педагогічна супервізія як елемент індивідуалізації дуального навчання. Молодий вчений. 2018. № 4.1. С. 102-105.
2. Deissinger T., Hellwig S. Apprenticeship in Germany: modernizing the Dual System. URL: https://www.researchgate.net/publication/242350012_Apprenticeship_in_Germany_modernising_the_Dual_System
3. Парсяк В.Н. Дибач І.Л., Парсяк К.В. Управління якістю освітніх послуг. Миколаїв: видавництво «Талісман», 2014, 296 с.
4. Парсяк В.Н. Драгомирова І.М. Трансформація діяльності операторів ринку освітніх послуг на засадах корпоративного менеджменту. Миколаїв: видавництво «Талісман», 2010. 173 с.
5. Thelen K. How Institutions Evolve: The Political Economy of Skills in Germany, Britain, the United States and Japan. Cambridge University Press, New York, 2004. 352 p.

Попова В.Д.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки

Класичного приватного університету

Попов В.А.

директор ТОВ «Олімп-95»

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ВОДИ ЯК ТОВАРУ НА ПРИКЛАДІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

Завдяки своїм унікальним фізико-хімічним властивостям, вода є запорукою існування людства й живого світу в цілому. Увесь природний ресурс води на планеті Земля розподіляється між трьома основними потоками, які перекриваються між собою: кругообіг води в природі, технічне водопостачання та водовикористання, питне водопостачання та водовикористання. На разі склалася розвинена й широко розгалужена індустріальна система розвідки й видобування сировинної води, її очищення, транспортування тощо. Вода стала соціально значущим товаром і важливою економічною категорією сучасного матеріального виробництва.

З кожним роком попит на питну воду зростає. Тому бізнес на воді є актуальним і перспективним [1].

Вживати воду безпосередньо з-під крану або з природних джерел в багатьох регіонах стало небезпечно або навіть неможливо через її недостатню очищеність і негативний вплив на її якість екологічних чинників [2]. Особливо гостро ця проблема встає перед жителями великих міст, де вживання проточної води стало шкідливим для здоров'я. Різного роду фільтри не спроможні її ефективно вирішувати, оскільки лише частково сприяють очищенню від механічних домішок і зовсім не впливають на її вірусно-бактеріологічну фауну. Єдиний вихід – бутильована спеціально очищена і оброблена вода.

Замовлення води стало звичайною справою практично для всіх офісів і підприємств різного профілю, а багато родин замовляють воду додому. При цьому, ціна бутильованої води є

помірною і прийнятною для споживачів, через що даний продукт користується достатньо великим і стабільним попитом. Щорічно потреба в чистій питній воді зростає, а число споживачів збільшується. Кожна третя родина у великому місті має у квартирі кулер з бутильованою водою.

Виробництво і постачання ультрачистої знесоленої та обеззараженої питної води підвищеної якості на сьогодні набуло ознаки масштабного і популярного бізнесу, який охопив широку мережу малих і середніх підприємств приватної форми власності [2].

У запорізькому регіоні виробництво і постачання води найвищих питних кондицій є винятковим видом діяльності підприємства ТОВ «Аква Фонтана» і здійснюється під одноіменною торгівельною маркою, зареєстрованою в серпні 1999 року; економічні аспекти виробництва питної води нами розглядаються саме на основі діяльності цього підприємства [3].

Технологія очищення розроблена співробітниками цього підприємства у співдружності із представниками провідних українських науково-дослідницьких установ і виробничих компаній з урахуванням умов водокористування регіону, який характеризується високим рівнем хімічного й бактеріального забруднення природних джерел прісної води продуктами та відходами металургійної, хімічної, машинобудівної промисловості тощо.

Використовувана технологія гарантує споживачеві безпеку при вживанні такого продукту, бездоганну якість, природний смак і свіжість чистої джерельної води.

Досягнуті підприємством показники якості продукції й організації проведення відповідають вимогам Всесвітньої організації охорони здоров'я й Міжнародної асоціації якості води, членом якої ТОВ «Аква Фонтана» стало в 2001 році, – одним з перших в Україні.

Технологія виробництва чистої води цією фірмою має три основних етапи:

– передочищення або грубе очищення водопровідної води (підготовка й фільтрація на мультимедійних фільтрах з метою видалення осадових і взважених частинок, пом'якшення

води на іонообмінному фільтрі, фільтрація й дехлорування за допомогою гранульованого активованого вугілля;

– основне очищення на спеціальній установці зворотного осмосу з напівпроникливою мембраною, виготовленою з чистого пропилену;

– насичення киснем на спеціальному озонаторі, що забезпечує ефективну стерилізацію води й знешкодження бактерій та ентеровірусів.

Досліджувався вплив чинників зовнішнього середовища на ефективність господарської діяльності ТОВ «Аква Фонтана», серед яких слід виділити: діяльність постачальників, покупців та конкурентів. Підприємство не має постійних постачальників. Поставку основної сировини підприємство прагне здійснювати напяму, проте 47% загальної поставки сировини покладається на посередників. Постійні покупці забезпечують реалізацію 93% продукції ТОВ «Аква Фонтана». На підприємстві розроблено стратегічний план розширення списку постійних споживачів продукції та збільшення числа індивідуальних покупців шляхом активізації рекламно-маркетингової діяльності, а також укладання постійних довгострокових контрактів.

Основна частка доходів у ТОВ «Аква Фонтана» – прибуток від продажів, проте особливу увагу представляють інші операційні доходи, що збільшилися за 2017-2018 рр. в 2 рази (табл. 1).

Таблиця 1

**Показники витрат ТОВ «Аква Фонтана»
за 2017 – 2018 рр., тис. грн**

Показники	Роки		Відхилення	Темп зміни, %
	2017	2018		
Собівартість проданих товарів	5261	6385	1124	121,36
Комерційні витрати	160	154	-6	96,25
Інші операційні витрати	980	274	-706	27,95
Позареалізаційні витрати	384	341	-43	88,8
Витрати, всього	1524	769	-755	92,45

Основною групою витрат ТОВ «Аква Фонтана» залишаються інші операційні витрати, тобто витрати, пов'язані з основною діяльністю підприємства. Їх сума в 2018 р. склала 274 тис. грн., що на 706 тис. грн. менше аналогічного показника 2017 р.

Таким чином, діяльність ТОВ «Аква Фонтана» за 2017-2018 рр. стала менш витратною.

Оцінка показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «Аква Фонтана» в 2018 році дозволила зробити висновок, що діяльність підприємства в цілому є рентабельною. В 2018 році фінансовий результат покращав, проте сума прибутку до оподаткування знизилася на 54 тис. грн, хоча сума чистого прибутку зросла на 174 тис. грн, а рентабельність підвищилася на 3,6%

Великий вплив на діяльність ТОВ «Аква Фонтана» мають конкуренти. Конкуренція між виробниками є типом взаємостосунків з приводу встановлення цін і об'ємів пропозиції товару на ринку.

Поява нових конкурентів знижує можливості прибуткової роботи в галузі. Вони привносять нові виробничі потужності, прагнуть дістати частку збуту і, тим самим, знижують можливість забезпечення високого прибутку. Для збереження конкурентоспроможності необхідно платити за рекламу, організацію збуту і зменшувати прибуток за рахунок зниження цін. В той же час конкуренція дозволяє створити нові можливості для розробки товару, нові заходи маркетингу, виробництва або доставки, поліпшити супутні послуги.

Завдяки науково обґрунтованій, спланованій й грамотно проведеній програмі скорочення витрат, підприємство заклало потенціал для закріплення досягнутих успіхів. Обрано реальні шляхи орієнтації на стратегічні можливості й навички компанії й контроль попиту на допоміжні послуги.

Підприємство практично готове до подальшого зростання й отримання високого прибутку.

Список використаних джерел:

1. Аналітичний огляд ринку питної води України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://inventure.com.ua>
2. Роджерс П. Вода как социальный и экономический товар: как применить этот принцип на практике / П. Роджерс, Р. Бхатия, А. Хубер. – Стокгольм, 1998. – 26 с.
3. Офіційний сайт ТОВ «Аква Фонтана» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.af.zp.ua>

Семенов А.Г.

*доктор економічних наук, професор,
Класичний приватний університет*

Овруцька Г.А.

*фахівець з планування виробництва
ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ»*

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Всі фінансові коефіцієнти та показники типу фінансової стійкості обчислюються за балансом та описують фінансову стабільність підприємства з точки зору співвідношення між власними і позиковими фінансовими ресурсами. При цьому оцінювання фінансової стійкості має включати аналіз факторів формування показників. Такі фактори характеризують стабільність функціонування підприємства з точки зору забезпечення прибутковості діяльності. Головними показниками є поріг рентабельності та запасу фінансової стійкості [1].

Розглянувши поняття порогу рентабельності та запасу фінансової стійкості, здійснимо розрахунок цих показників (табл. 1).

З табл. 1 бачимо, що відбувається зменшення операційного доходу на 37935 тис. грн (2 %), при цьому операційні витрати зросли на 18%. Результатом такої динаміки є зменшення прибутку від операційної діяльності на 312431 тис. грн.

Таблиця 1

**Розрахунок порогу рентабельності та запасу фінансової стійкості підприємства
у 2015–2017 рр., тис. грн.**

Показник	Формула	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Відхилення	
					2017/ 2016 (+-)	2017/2016 (%)
Операційний дохід	$ОД=2000+2120$	1100656	2359989	2322054	-37935	0,98
Операційні витрати	$ОВ=2050+2130+2150+2180$	1088479	1524462	1798958	+274496	1,18
у тому числі: змінні витрати	$ЗВ=2050 \times ((2500++2505+2510)/2550)+2180$	554100	1013873	1144644	+130771	1,13
постійні витрати	$ПВ=2050 \times ((2515++2520)/2550)+2130+2150$	534379	510589	654314	+143725	1,28
Маржинальний дохід	$МД=ОД - ЗВ$	546556	1346116	1177410	-168706	0,87
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)	$П=2190 (2195)$	12177	835527	523096	-312431	0,63
Частка (кофіцієнт) маржинального доходу в операційному доході	$КМД= МД/ОД$	0,50	0,57	0,51	-0,06	0,89
Показник порогу рентабельності	$ПР = ПВ/КМД$	1076134	895156	1290419	+395263	1,44
Частка порогу рентабельності в операційному доході, %	$ЧПР=(ПР/ОД)*100\%$	97,77	37,93	55,57	+17,64	-
Показник запасу фінансової стійкості, %	$ЗФС=(ОД-ПР)/ОД *100\%$	2,23	62,07	44,43	-17,64	-

Серед операційних витрат змінні витрати збільшились на 130771 тис. грн., а постійні – на 143725 тис. грн. Негативною тенденцією фінансової стійкості є збільшення показника порогу рентабельності на 395263 тис. грн., при чому його частка в операційному доході зросла з 37,93 до 55,57%. Це свідчить про те, що більша частка операційного доходу забезпечує покриття операційних витрат, а не одержання прибутку від операційної діяльності.

Отже, необхідним є забезпечення перевищення темпу приросту операційного доходу над темпом приросту порогу рентабельності, що сприятиме зниженню частки порогу рентабельності в операційному доході [4].

Щодо показника запасу фінансової стійкості, то слід зазначити, що його рівень знизився на 17,64%, що свідчить про погіршення стабільності роботи підприємства у розрізі забезпечення прибутковості операційної діяльності.

Проведемо факторний аналіз методом ланцюгових підстановок та здійснимо розрахунок умовних значень результативного показника (табл. 2).

Таблиця 2

Методика факторного аналізу показника порогу рентабельності, тис. грн

Показник	Формула	Розрахунок
1. Показник умовний 1	$PR_{UM1} = (OD_{2017} * PB_{2016}) / (OD_{2017ф} * ЗВ_{2016})$	906308
2. Показник умовний 2	$PR_{UM2} = (OD_{2017} * PB_{2017}) / (OD_{2017-} * ЗВ_{2016})$	1161423
Загальна зміна (+,-) показника порогу рентабельності в 2017 р. порівняно з 2016 р.	$\Delta PR = PR_{2017} - PR_{2016}$	+395263
тому числі за рахунок факторів:		
1) операційного доходу:	$\Delta PR_{OD} = PR_{UM1} - PR_{2016}$	+11151,8
2) постійних витрат:	$\Delta PR_{PB} = PR_{UM2} - PR_{UM1}$	+255115
3) змінних витрат:	$\Delta PR_{ЗВ} = PR_{2017-} - PR_{UM2}$	+128996
Перевірка розрахунку:	$\Delta PR = \Delta PR_{OD} + \Delta PR_{PB} + \Delta PR_{ЗВ}$	+395263

Отже, збільшення порогу рентабельності в 2017 р. порівняно з 2016 р. на 395263 тис. грн. спричинили вплив певні фактори. У зв'язку зі збільшенням постійних витрат на 143725 тис. грн (28%), а також змінних витрат на 130771 тис. грн (13%) поріг рентабельності зріс відповідно на 255115 і 128996 тис. грн. Зменшення операційного доходу на 37935 тис. грн поріг рентабельності збільшився на 11151,8 тис. грн. Отже, зробимо висновок, що основним фактором збільшення порогу рентабельності є зростання постійних витрат. Також слід розглянути фактори, що впливають на зміну показника запасу фінансової стійкості, а саме операційний дохід, постійні та змінні витрати [2].

Здійснимо факторний аналіз запасу фінансової стійкості методом ланцюгових підстановок (табл. 3).

Таблиця 3

Методика факторного аналізу показника запасу фінансової стійкості

Показник	Формула	Розрахунок
1. Показник умовний 1	$ЗФС_{ум1} = \frac{ОД_{2017} - ПВ_{2016} - ЗВ_{2016}}{ОД_{2017} - ЗВ_{2016}} * 100\%$	60,97
2. Показник умовний 2	$ЗФС_{ум2} = \frac{ОД_{2017} - ПВ_{2017} - ЗВ_{2016}}{ОД_{2017} - ЗВ_{2016}} * 100\%$	49,98
Загальна зміна (+,-) показника запасу фінансової стійкості в 2017 р. порівняно з 2016 р., відсоткових пунктів:	$\Delta ЗФС = ЗФС_{2017} - ЗФС_{2016}$	-17,64
тому числі за рахунок факторів:		
1) операційного доходу:	$\Delta ЗФС_{ОД} = ЗФС_{ум1} - ЗФС_{2016}$	-1,10
2) постійних витрат:	$\Delta ЗФС_{ПВ} = ЗФС_{ум2} - ЗФС_{ум1}$	-10,99
3) змінних витрат:	$\Delta ЗФС_{ЗВ} = ЗФС_{2017} - ЗФС_{ум2}$	-5,56
Перевірка розрахунку:	$\Delta ЗФС = \Delta ЗФС_{ОД} + \Delta ЗФС_{ПВ} + \Delta ЗФС_{ЗВ}$	-17,64

З табл. 3 спостерігаємо, що запас фінансової стійкості підприємства знизився на 17,64%. У зв'язку зі збільшенням

постійних витрат на 143725 тис. грн (28%), а також змінних витрат на 130771 тис. грн (13%) запас фінансової стійкості знизився відповідно на 10,99 і 5,56 відсоткових пунктів. Негативним фактором впливу на зміну результативного показника є зменшення операційного доходу на 37935 тис. грн., що спричинило зниження запасу фінансової стійкості.

Таким чином, найбільш впливовим фактором від'ємної динаміки запасу фінансової стійкості є зменшення постійних витрат.

Здійснимо багатофакторний аналіз коефіцієнта стійкості економічного зростання, що надасть змогу здійснити прогноз темпу розвитку підприємства, оцінивши вплив кожного показника-фактора [3]. Проведемо розрахунок коефіцієнта стійкості економічного зростання підприємства (табл. 4).

В табл. 4 спостерігається постійна зміна показників протягом аналізованого періоду. Частка прибутку, реінвестована на виробництво залишається майже на одному рівні, станом на 2015 р. вона становила 98%, а у 2017 р. вже 95%. Від'ємних значень набуває показник рентабельності продажу через наявність на підприємстві чистого збитку протягом аналізованого періоду та становить у 2017 р. -0,2. Негативних змін також зазнав показник оборотності власного оборотного капіталу, адже він набуває від'ємних значень. Протягом аналізованого періоду спостерігаємо помітний спад коефіцієнту стійкого економічного зростання. Найбільше значення коефіцієнта було у 2015 р. та становило 0,6, а у 2016 р. цей показник значно знизився до рівня 0,18. На кінець аналізованого періоду цей показник становить лише 0,08.

На величину цього коефіцієнту значно впливають певні фактори, які перебувають у постійній зміні. Отже, необхідним є проведення факторного аналізу впливу цих семи коефіцієнтів-факторів, що мають безпосередній вплив на коефіцієнт економічного зростання. Для проведення факторного аналізу необхідно побудувати допоміжну таблицю, де буде визначено як кожен фактор здійснює вплив на коефіцієнт стійкості економічного зростання (табл. 5).

Оцінка рівня стійкості економічного зростання

Показник	Формула	2015 р.	2016 р.	2017 р.
частка прибутку, реінвестована у виробництво	$K1 = \frac{\text{чистий прибуток} - \text{виплачених дивідендів}}{\text{чистий прибуток}}$	-1	-1	-1
рентабельність (збитковість) продажу	$K2 = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{виручка від реалізації продукції}}$	-2,44	-0,40	-0,20
оборотність власного оборотного капіталу	$K3 = \frac{\text{виручка від реалізації продукції}}{\text{середній розмір власного оборотного капіталу}}$	-0,31	-0,34	-0,4
забезпеченість власним оборотним капіталом	$K4 = \frac{\text{середній розмір власного оборотного капіталу}}{\text{середній розмір оборотних активів}}$	-2,71	-4,34	-2 84
коефіцієнт загальної ліквідності	$K5 = \frac{\text{середній розмір оборотних активів}}{\text{середній розмір короткострокових зобов'язань}}$	0,20	0,19	0,26
частка короткострокових зобов'язань у капіталі підприємства	$K6 = \frac{\text{середній розмір короткострокових зобов'язань}}{\text{середній розмір капіталу}}$	1,79	2,21	1,74
коефіцієнт фінансової залежності	$K7 = \frac{\text{середній розмір капіталу}}{\text{середній розмір власного капіталу}}$	-2,75	-0,8	-0,84
коефіцієнт стійкості економічного зростання	$K_{\text{сез}} = K1 * K2 * K3 * K4 * K5 * K6 * K7$	-2,02	-0,2	-0,04

Таблиця 5

Розрахунок впливу зміни факторів на показник стійкості економічного зростання

№ з/п	Фактори							Ксез	Зміна
	К1	К2	К3	К4	К5	К6	К7		Вплив фактору
2016	-1	-0,4	-0,34	-4,34	0,19	2,21	-0,8	-0,1983	-
ΔК1	-1	-0,4	-0,34	-4,34	0,19	2,21	-0,8	-0,1983	0,000
ΔК2	-1	-0,2	-0,34	-4,34	0,19	2,21	-0,8	-0,0991	0,099
ΔК3	-1	-0,2	-0,4	-4,34	0,19	2,21	-0,8	-0,1166	-0,017
ΔК4	-1	-0,2	-0,4	-2,84	0,19	2,21	-0,8	-0,0763	0,040
ΔК5	-1	-0,2	-0,4	-2,84	0,26	2,21	-0,8	-0,1044	-0,028
ΔК6	-1	-0,2	-0,4	-2,84	0,26	1,74	-0,8	-0,0822	0,022
2017 ΔК7	-1	-0,2	-0,4	-2,84	0,26	1,74	-0,84	-0,0863	-0,004

Отже, з табл. 5 можна зробити висновки, що позитивно вплинуло на даний коефіцієнт зростання коефіцієнту рентабельності продажу з -0,4 у 2016 р. -0,2 у 2017 р., за рахунок цього показник економічного зростання зріс на 0,099. До зменшення коефіцієнту економічного зростання на 0,017 призвело зменшення оборотності власного оборотного капіталу на 0,06. Позитивний вплив призвело зростання на 1,5 од. коефіцієнта забезпеченості поточних активів власними оборотними коштами, що в свою чергу призвело до зростання коефіцієнту на 0,04.

Вагомим негативним чинником стало зростання коефіцієнту загальної ліквідності на 0,07 що призвело до зменшення коефіцієнту економічного зростання на 0,028. Зменшення частки поточних зобов'язань у капіталі підприємства на 0,47 призвело до зростання коефіцієнту стійкості економічного зростання на 0,022. Негативний вплив на коефіцієнт призвело погіршення коефіцієнту фінансової залежності на 0,04, що призвело до спаду коефіцієнту стійкості економічного зростання на 0,004.

Провівши факторний аналіз впливу семи показників-факторів на коефіцієнт стійкості економічного зростання, можна зробити висновок, що цей показник набуває від'ємних значень протягом

2016–2017 рр., адже на підприємстві відсутній прибуток та власний капітал має від’ємні значення.

Список використаних джерел:

1. Василенко А.В. Менеджмент сталого розвитку підприємств: монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 648 с.
2. Гринів Б.В. Деякі проблеми методики аналізу фінансової стійкості підприємства. Вісник Львівської комерційної академії. Серія: Економічна. 2014. № 44. С. 123–127.
3. Загорулько Ю.І. Фінансова стійкість підприємства як економічна категорія. *Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ. Серія: Економічні науки.* 2013. № 4. С. 236–246.
4. Колосов А. М., Коваленко О. В., Кучеренко С. К. Економічне управління підприємством : навч. посіб. Старобільськ : вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т ім. Т. Шевченка», 2015. 352 с.
5. Офіційний сайт ПрАТ «Запоріжтрансформатор». URL: <http://ztr.com.ua/>

Чесноков М.В.

*магістрант інституту економіки
Класичного приватного університету
Науковий керівник: Ярошевська О.В.
доктор економічних наук*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РАХУНОК ВДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ

Основною рушійною силою розвитку підприємств в сучасних умовах господарювання є персонал. Саме людський фактор дозволяє отримати значне зростання продуктивності та ефективності праці, сприяє зростанню прибутків підприємства. Головним чинником активізації трудової діяльності людських ресурсів, підвищення їх внеску у діяльність підприємства є мотивація.

Мотивація праці персоналу – це організаційно-економічний механізм, який поєднує зовнішні чинники впливу на особистість, визначаючи її поведінку щодо досягнення особистісних цілей і цілей організації.

У науковій літературі існує розгалужена система класифікації методів мотивації праці персоналу, яку можна поділити на: організаційно-адміністративні (організаційно-адміністративні), економічні та соціально-психологічні, які є досить поширеними в сучасній управлінській практиці.

Система мотивації працівників включає в себе наступні елементи:

- функції системи мотивації працівників – характеризують прояв її властивостей в даній сукупності відносин [4, с. 224];

- об'єкт системи мотивації працівників. Як об'єкт системи мотивації працівників виступає праця або трудова діяльність, так як вона лежить в основі процесу мотивації. Роботодавець розробляє набір мотивів і визначає необхідний для цього бюджет з метою залучення в свою організацію найбільш кваліфікованих працівників, а також мотивування своїх працівників до продуктивної праці і ефективному досягненню цілей. Людина приймає рішення про «продаж» своїх здібностей до праці конкретного роботодавця, а працівник трудиться з максимальним використанням свого трудового потенціалу за певний набір стимулів [1, с. 112];

- суб'єкти системи мотивації працівників. Суб'єктами системи мотивації працівників виступають люди, а саме працівники (їх представники) і роботодавці (їх представники);

- цілі і завдання системи мотивації працівників. Базовою метою системи мотивації працівників є ефективне досягнення загальних (стратегічних) цілей організації і задоволення потреб кожного працівника. З урахуванням сучасних вимог соціально-орієнтованого управління система мотивації працівників повинна забезпечувати безперервний професійний і творчий розвиток особистості, створювати умови для гармонійного поєднання роботи та дозвілля людини;

– принципи системи мотивації працівників – це, можна сказати, закони, за якими вона будується і функціонує;

– методи оцінки діяльності персоналу. Оцінка діяльності персоналу – процес визначення ефективності діяльності співробітників в ході реалізації завдань організації, дозволяє отримати інформацію для прийняття подальших управлінських рішень [1, с. 114];

– показники (індикатори) ефективності системи мотивації працівників є необхідною складовою цієї системи, так як вони інформують (дають зворотний зв'язок) про те, який вплив надає система мотивації працівників на персонал.

Сучасна практика ведення бізнесу в Україні доводить, що невід'ємною складовою розвитку підприємства є створення (побудова) ефективної системи мотивації праці персоналу. Вмотивованість співробітників на досягнення високих результатів – гарантія ефективної роботи компанії, тому важливо підтримувати її на високому рівні, проводячи періодично оціночні заходи і виявляючи, наскільки дієві методи мотивації використовуються на підприємстві.

Грамотна вибудована система мотивації персоналу є основним фактором успіху підприємства і його можливості утриматися «на плаву» в умовах ринкових відносин. Система мотивації не повинна «заважати» роботі, навпаки, вона покликана створювати сприятливі умови для особистісного зростання працівників, отримання ними задоволення від виконаної роботи, суспільне визнання досягнутих результатів.

Наявність мотивованих співробітників дозволяє компанії знизити витрати на управління. Мотивовані співробітники самі шукають і оптимізують свою роботу, а не чекають вказівки керівника, потрібно менше контролю над якістю виконуваних ними робіт, компанія менше витрачає на внутрішню безпеку [2, с. 176].

Організація швидше досягає своїх цілей: мотивовані менеджери будуть приймати для цього всіх заходів, вони вважають себе частиною компанії і цілі компанії – це їхні цілі, таким співробітникам легко і швидко можна пояснити необхідність змін і нововведень. З усього вищесказаного слід

зробити висновок, що результати роботи дуже тісно пов'язані з мотивацією. Робота мотивованих співробітників завжди більш продуктивна.

У сучасному світі домінуючим фактором ефективності діяльності будь-якого підприємства є мотивація, яка безпосередньо впливає на результати роботи. Мотивовані працівники задоволені роботою і виконують її добре. Брак мотивації виражається в різних порушеннях трудової дисципліни: збільшення прогулів і особистих розмов під час роботи, повільне виконання своїх прямих робочих обов'язків. Крім усього іншого, у працівників не з'являється бажання брати на себе відповідальність.

Дослідження успішного управління підприємством, незалежно від форм його власності, показує, що досягнення успіху в бізнесі або науці безпосередньо залежить від професіоналізму його працівників. Професіоналізм повинен бути властивий не тільки працівникам певної ланки або рівня: це якість праці, коли виконання працівником своїх обов'язків відбувається на найвищому рівні. Таке ставлення до роботи має бути природним для кожного працівника на кожній дорученій йому ділянці, починаючи від нижчого рівня і закінчуючи керівником. І тільки коли трудовий колектив націлений на виконання якісно і в відведений термін завдань, що стоять перед ним, підприємство приречене на успіх.

Список використаних джерел:

1. Бердник А. А. Мотивування персоналу підприємства в сучасних умовах господарювання / А. А. Бердник // Київський національний університет технологій та дизайну. – 2015. – № 1(6). – С. 112–116.

2. Занора В.О. Управління підприємствами: планування технологічних витрат, ризик-менеджмент, мотивування, прийняття управлінських рішень / Управління підприємствами: планування технологічних витрат, ризик-менеджмент, мотивування, прийняття управлінських рішень : монографія / В.О. Занора, С.В. Войтко. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2017. – 224 с.

3. Осіпова А. Ю. Мотивація як складова механізму забезпечення ефективного використання персоналу підприємств легкої промисловості /

А. Ю. Осіпова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 4(1). – С. 54-59.

4. Шапиро С. А. Мотивация / С. А. Шапиро. – М.: ГроссМедиа, 2010. – С. 224.

Шевченко І.Б.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
видавничо-поліграфічних підприємств
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»*

ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ В МЕДІАГАЛУЗІ

Сучасні динамічні зміни в комунікаційних та інформаційних технологіях, створили нові способи та методи роботи в медіаіндустрії. Засоби створення, поширення та доставки інформації, якими користувались багато років, виявились не потрібними в новому інформаційному суспільстві. Активного розвитку набувають немедійні засоби масової інформації і створюють достойну альтернативу офіційним ЗМІ. Це створює безліч проблем для медіаменеджменту.

Медіаменеджмент нове інтеграційне поняття, що поєднує в собі безліч аспектів. Деякі з них:

1) сукупність способів та методів управління медіакомпанією як сталою соціально-економічною системою, що підвищують ефективність її функціонування з метою отримання прибутку;

2) управління медіасферою як середовищем створення та поширення інформації;

3) особливий вид соціальної діяльності, позаяк медіасфера створює площадку для спілкування, висвітлення альтернативних точок зору, формує колективну свідомість;

4) на державному рівні – створення правових основ функціонування інформаційного суспільства, формування у соціумі основ медіакультури, забезпечення взаємозв'язку особистості та держави, дослідження впливу інформаційних технологій на громадян;

5) на рівні підприємств інших галузей, що не пов'язані із виробництвом та поширенням інформації – створення власного медіапростору, що стосується інтернет-торгівлі, рекламної діяльності, інтернет- та SMM-маркетингу, організацією фідбеку – зворотнього зв'язку із споживачем і т.п.

Медіаменеджмент консолідує для використання методи та інструменти таких наук як економіка, культурологія, психологія, журналістика, соціологія. Основу роботи на підприємствах медійної галузі складає творчий процес, генерування інноваційних креативних ідей. Тому першочерговим завданням для менеджерів в таких компаніях – це ефективно його організувати.

Одна з перших моделей творчого процесу була представлена Г. Уоллес у книзі «Мистецтво думки» [3].

Крок 1: Підготовка Це та частина, де ми визначаємо проблему, що потребує вирішення, а також встановлюємо критерії, які сприятимуть вирішенню цієї проблеми.

Крок 2: Інкубація Це етап, який може тривати як декілька хвилин, так і декілька років (наприклад, режисери нерідко «виношують» ідеї своїх майбутніх фільмів роками, навіть якщо вже давно мають загальне уявлення про нього). Іншими словами, проблемі потрібно «визріти». Вона має стати зрозумілою для всіх учасників творчого процесу.

Крок 3: Освітлення Це етап пошуків вирішення проблеми. Він – найбільш відповідальний і, частіше за все, найбільш важкий. Він потребує зосередження, конкретики та неабияких зусиль, аби врешті-решт сталося «освітлення» – тобто з'явилося вирішення творчої проблеми чи конкретний спосіб реалізації ідеї.

Крок 4: Перевірка. Фінальний етап творчого процесу тягне за собою проведення різних заходів для перевірки ефективності винайденого рішення. Чи задовільняє воно всіх учасників

творчого процесу? Чи співпадає з початковою метою процесу? Чи має перспективи для подальшого розвитку?

Такий підхід є універсальним, проте має один суттєвий недолік. Він працюватиме лише в ідеальних умовах, тобто в умовах, де в творчому процесі задіяні виключно досвідчені професіонали, в яких повністю співпадають смаки та вподобання, а також є часові, фінансові та моральні ресурси для реалізації найсміливіших ідей. Іншими словами, універсальний паттерн, скоріше за все, працюватиме в студії Disney чи на Голівудському знімальному майданчику, а коли мова йде про регулювання творчого процесу для студентів, початківців чи просто «звичайних людей», доречно буде користуватися більш детальними методами.

Творча діяльність – це інтелектуальна діяльність людей, що відрізняються між собою знаннями, досвідом, психологічними особливостями, смаками та вподобаннями, цілями. Тому для підвищення згуртованості та ефективності роботи творчих команд, на нашу думку, можна використовувати наступні інструменти:

– віднайти резонанс. Теорія резонансного менеджменту детально розглянуто Р. Бояцисом та Е. Маккі [1]. Головна ідея даного методу полягає в тому, щоб знайти не будь-яке рішення творчої проблеми, а саме те, з яким у більшості учасників творчого процесу виникне умовний «резонанс». Більше того, мета творчого процесу, за даним методом, винайти саме те рішення, яке викликатиме резонанс не тільки в учасників креативного процесу, а й в людей, які потім споживатимуть створений ними продукт. Це – не універсальний, але дуже ефективний метод запобігання «творчості заради творчості».

– компас компетенцій. Даний метод широко використовується багатьма компаніями у своїй кадровій політиці та практиці підбору персоналу. Компас компетенцій – це своєрідний заклик до усвідомленості і розуміння того, у що і навіщо ми вкладаємо свої сили. Це – інструмент для вибору напрямку (як особистого, так і професійного). Він допоможе менеджеру краще зрозуміти кожного працівника та знайти сферу для його найкращого

застосування і розкриття особистого потенціалу та допоможе винайти баланс серед особистих компетенцій учасників творчого процесу.

Складові компасу компетенцій:

1. Дія (за будь-яких обставин рухатися вперед, втілювати ідеї в життя).

2. Новаторство (шукати інноваційні рішення, генерувати ідеї без страху помилитися).

3. Зміцнення (заглиблюватися у вивчення однієї теми, вибудовувати фундамент).

4. Співпраця (вчитися працювати в команді, терпляче удосконалювати комунікаційні навички).

5. Рефлексія (аналізувати свої внутрішні процеси, «грати в психолога»).

6. Методологія (діяти за конкретною схемою, використовувати запропоновані інструменти).

7. Розширення (поверхнево досліджувати декілька нових тем).

8. Особистий розвиток (працювати самостійно, орієнтуватися в першу чергу на власні інтереси, потреби і бажання).

9. Дія (за будь-яких обставин рухатися вперед, втілювати ідеї в життя).

10. Новаторство (шукати інноваційні рішення, генерувати ідеї без страху помилитися).

11. Зміцнення (заглиблюватися у вивчення однієї теми, вибудовувати фундамент).

12. Співпраця (вчитися працювати в команді, терпляче удосконалювати комунікаційні навички).

13. Рефлексія (аналізувати свої внутрішні процеси, «грати в психолога»).

14. Методологія (діяти за конкретною схемою, використовувати запропоновані інструменти).

15. Розширення (поверхнево досліджувати декілька нових тем).

16. Особистий розвиток (працювати самостійно, орієнтуватися в першу чергу на власні інтереси, потреби і бажання).

– Таблиця суттєвих морально психологічних якостей працівника. Вона саме для того, аби найважчі виклики творчого процесу сприяли особистому розвитку кожного з учасників. Спираючись на особистісні риси менеджера, описані Л.І. Скібіцькою [2], ми виділили основні суттєві якості та їх прояви, що можуть переважати в окремій особистості:

1. Лідерство (відповідальний, надійний, сумлінний, скромний, організований, делегуючий, надихаючий, харизматичний, цілеспрямований, зібраний, точний).

2. Усвідомленість (наглядаючий, рефлексуючий, співчуваючий, вдячний, автентичний, приймаючий, терпимий).

3. Цікавість (відкритий, зацікавлений, вмотивований, ініціативний).

4. Сміливість (впевнений, наполегливий, енергійний, оптимістичний, натхненний).

5. Витримка (стійкий, сильний, дисциплінований, старанний, стабільний, той, що вносить ясність, цілісний).

6. Етика (доброзичливий, поважаючий себе та інших, справедливий, співчуваючий, добрий, відкритий, толерантний, лояльний, чесний, правдивий, порядний).

Найбільш важливим є розуміння необхідності комплексного підходу до цього питання. Універсальна формула регулювання творчих процесів повинна доповнюватись ефективними методами створення команд та вивченням індивідуальних компетенцій та психологічних особливостей працівників.

Список використаних джерел:

1. Боядис Р., Макки Э. Резонансное лидерство. Самосовершенствование на основе активного сознания, оптимизма и эмпатии. – Перевод: А. Лисицына. – Издательство Альпина Паблишер, 2007. – 300 с. – URL: <https://ru.b-ok2.org/ireader/2041427>]

2. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера. – Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с. – URL: https://pidruchniki.com/16350318/menedzhment/osobistisni_risi

3. Уоллес Г. Стадии решения мыслительной задачи. URL: <https://www.psychology-online.net/articles/doc-1318.html>

СЕКЦІЯ 4. ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ізюмцева Н.В.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
та соціально-гуманітарних дисциплін
Харківського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»*

Шевцов С.К.

*студент
Харківського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»*

ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ

В умовах економіки знань змінюються вимоги, що пред'являються до сучасному менеджеру. Одним з таких вимог стає емоційне лідерство, під яким розуміється мистецтво управління людьми на основі емоційного інтелекту. В протилежність раціонального управління, емоційне керівництво будується на використанні енергії емоцій для досягнення цілей компанії.

Емоції, як еволюційно більш ранній механізм регуляції поведінки, ніж розум, надають істотний вплив на поведінку і здоров'я людини. Вони впливають на вміння вирішувати конфлікти, справлятися зі стресом, працездатність, настрій і т. д. Від вміння керувати своїм емоційним станом залежить і власна мотивація, і ефективність професійної діяльності, і ефективність організації в цілому. Саме тому останнім час термін «емоційний інтелект» користується все більшою популярністю.

Аналіз наукової літератури з теми дослідження показав, що основа для дослідження емоційного інтелекту була закладена в

1988 році, коли фізіолог Рувен Бар-Он у своїй докторській дисертації використовував поняття «коефіцієнт емоційності» [1]. Двома роками пізніше Джон Майер і Пітер Селовей ввели в науковий обіг термін «емоційний інтелект», опублікувавши статтю з однойменною назвою [2]. Також слід зазначити роботи Даніела Гоулман, який не тільки описав історію розвитку теорій емоційного інтелекту, проаналізував сучасні уявлення про даний феномен, а й запропонував свою власну Модель.

Незважаючи на те, що в даний час існує велика кількість визначень емоційного інтелекту, всі вони можуть бути зведені до здатності сприймати і ефективно використовувати ірраціональні сигнали зовнішнього середовища. це здатність усвідомлювати як власні, так і чужі емоції, вміння керувати ними, будувати ефективні відносини з людьми.

Прийнято виділяти чотири компоненти емоційного інтелекту: самосвідомість, самоконтроль, соціальна чуйність і управління відносинами. Якщо перші дві компоненти спрямовані на роботу з власними емоціями, то останні дві компоненти критичні при взаємодії з іншими людьми. Так наприклад, одна з форм соціальної чуйності – емпатія – необхідна для успішної діяльності компанії, особливо в міжкультурному середовищі. Для менеджера важливо не тільки зберігати емоційний спокій в непростих ситуаціях, але і вміти використовувати емоції підлеглих для досягнення цілей компанії. Не дарма існують такі поняття, як «емоційне зараження» або «Емоційний підйом».

На емоційний інтелект впливають наступні фактори: темперамент, характер, виховання, наявність афективних порушень, соціальне оточення і ін.

Емоційний інтелект складається з наступних ментальних здібностей: розуміння емоцій, їх усвідомлена регуляція, асиміляція в мисленні, відмінність і вираз емоцій. Щоб ефективно керувати емоціями, сучасному менеджеру необхідно мати уявлення про існуючі точки зору на проблему емоцій. Найбільш пильно дана проблема вивчається в рамках психологічного знання, хоча і не обмежується тільки їм.

Питаннями емоцій займаються і філософи, і фізіологи, і соціологи.

Існує безліч різних точок зору на проблему емоцій, знаходить себе в відповідних теоріях.

Ряд дослідників (Емде, Хермон, Генсбауер, Ч. Дарвін, П. К. Анохін, Я. Рейковський та ін.) до проблеми емоцій підходять з біологічної (еволюційної) точки зору, розглядаючи їх як вроджені реакції на певні стимули. Тим самим дослідники підкреслюють первинність емоцій по відношенню до когнітивного процесу. Наприклад, в біологічній теорії П. К. Анохіна під емоцією розуміється інтеграція і узгодження всіх функцій організму з метою досягнення біологічно корисних результатів і задоволення потреб [3, с. 172-177]. В рамках біхевіоризму (Д. Уотсон, Б. Ф. Скіннер, Д. Роттер, А. Бандура) під емоціями розуміється специфічний вид реакції (реакція внутрішніх органів). Згідно Д. Уотсоном ця реакція може виявлятися у формі страху, гніву або любові. Схожа точка зору на емоції була і у Бехтерева. Він розглядав їх як мимико-соматический тонус і міміка-соматичні рефлекси [3, с. 24-25].

Інші дослідники (Мейер, Дж. Мандлер, Даффі і ін.) взагалі пропонують відмовитися від використання терміна «емоція» або замінити його на більш відчутні терміни, такі як «Активація» або «порушення». Також висловлюється припущення, що неможливо дати емоціям точне наукове визначення [4, с. 51-52].

Підводячи підсумки, хочеться зазначити, що для успішної діяльності сучасного менеджера необхідно розуміти і ефективно управляти, як власними, так і чужими емоціями. незважаючи на те, що проблема емоцій має давню історію в області філософії, і що було проведено величезну кількість досліджень, серед вчених ніколи не було єдиної думки щодо природи емоцій, їх динаміки, класифікації і т. д.

Існує різноманіття підходів з різними крайніми позиціями: від пропозиції повністю виключити термін «емоції», замінивши різні емоційні стани терміном «Активація», до теорій, в яких з обмеженої кількості основних емоцій можуть виводитися практичне необмежену кількість їх можливих комбінацій.

Список використаних джерел:

1. Bar-On R. (1988). The development of a concept of psychological well-being. Unpublished doctoral dissertation, Rhodes University, South Africa.
2. Salovey P. & Mayer J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, 9, 185-211.
3. Анохін П. К. Емоції / П. К. Анохін // Психологія емоцій. Тексти / Под ред. В. К. Вілюнас, Ю. Б. Гіппенрейтер. – М.: Изд-во Моск. ун-ту, 1984. – С. 172-177.
4. Фестингер Л. Введення в теорію дисонансу // Фестингер Л. Теорія когнітивного дисонансу. – СПб.: Ювента, 1999. – С. 15-52.

СЕКЦІЯ 5. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ МЕХАНІЗМУ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ РІЗНИХ ТИПІВ ТА СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ

Кулько-Лабинцева І.В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки

Класичного приватного університету

Гороховець Є.Г.

директор Преображенського відділення

Запорізького РУ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ (ПРАВОВИЙ, ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТИ)

Кризові явища як в економіці країни, так і в світовій економіці змушують гравців фінансового ринку вдаватися до пошуку нових, інноваційних методів просування продукту. Банківська система країни стала заручницею недовіри з боку споживача, що було зумовлене різким коливанням курсу долара, ліквідацією частини банків, уніфікацією банківської системи в цілому.

Необхідність інноваційних змін у системі збуту банківського продукту також зумовлене чітким спрямуванням вектору інтеграції банківської системи країни. Багато хто з аналітиків передрікав крах банківської системи країни ще у 2014-2015 роках, однак завдяки активному впровадженні маркетингових інновацій крупні банки змогли укріпити свої позиції на ринку банківських послуг.

Головним питанням, яке змушені були вирішити банки, «як персоніфікувати традиційний продукт», розширити його функціонал, ущільнити взаємозв'язки між банком та клієнтом,

зробити зрозумілим для всіх категорій клієнтів понятійний апарат. Для його вирішення банківська система, переймаючи досвід європейських колег, почала опановувати нові інструменти, форми та методи, концепції банківського маркетингу, створювати свої власні маркетингові інновації.

Нині, питання розробки та впровадження маркетингових інновацій у банківській сфері є досить актуальним, та таким що акцентує увагу сотень науковців. Так, у своїх працях вітчизняні та зарубіжні вчені досліджують використання новітніх технологічних доробок у маркетингових стратегіях реалізації банківського продукту. Головна мета їх наукової діяльності – виокремити стратегії залучення нових клієнтів, та збереження вже існуючих в умовах економічної невизначеності.

Досить проблемним є питання залучення соціальних мереж та інших комунікаційних каналів збуду задля привернення уваги до банківського продукту нової, платоспроможної аудиторії. Залучені фінансові консультанти на багатьох банках зауважують, що маркетингова діяльність не є спрямованою, не охоплює такий пласт споживачів банківських послуг, як молодь, та особи які тільки-но досягли повноліття. Адже, за статистикою європейських країн, з цієї вікової групи найчастіше виходять нові підприємці, інноватори, фінансово освічені споживачі банківських послуг.

Основне завдання будь-якого підприємства, фінансової установи, за умов економічної невизначеності, є створення, впровадження нового інноваційного продукту, який б дозволив закріпити конкурентні переваги фірми на ринку товарів та послуг. Новий банківський продукт формує на ринку новий специфічний попит, нові ніші, нові ринки банківських послуг. На стадії формування нового банківського продукту використовуються наступні інструменти маркетингу:

- робота з новим продуктом (особливості, назва, терміни надання послуги, умови надання, умови надання для окремих категорій, торгове, технічне обслуговування);

- цінова політика (можлива диференціація ціни продукту, відсоток за користування, інші платежі, знижки, умови платежів);

- система збуту;
- рекламна підтримка (обсяги, частота реклами).

Маркетингова діяльність банків регулюється законодавством України, (ЗУ «Про захист прав споживачів», «Про захист економічної конкуренції», «Про захист від недобросовісної конкуренції», іншими нормативними актами), відповідає стандартам та вимогам європейського банківського законодавства. Однак, це ніяк не поліпшує ситуацію банківської сфери, коли випуск та реалізація нового банківського продукту здійснюється на власний ризик в умовах економічної невизначеності.

Недоросовісна конкуренція «копіювання продукту», запозичення якісних характеристик продукту, зменшення довіри до медійних каналів збуту банківського продукту, відсутність державної підтримки у створенні інноваційного банківського продукту, все це призводить до того, що банки вимушені постійно пристосовувати свою маркетингову стратегію до потреб споживача.

Це призводить до збільшення поточних витрат, та урізання бюджету на створення нового банківського продукту. Однак, не зважаючи на вищевказане, маркетинг у банківській сфері нашої країни є перспективним напрямком, який, за умови законодавчої, державної, фінансової підтримки – дозволить збільшити попит на інноваційний банківський продукт.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про захист прав споживачів». URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 20.05.2020).
2. Закон України «Про захист економічної конкуренції». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14> (дата звернення: 20.05.2020).
3. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр> (дата звернення: 20.05.2020).
4. Банківський маркетинг в Україні: реалії та перспективи: зб. наук. праць за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф. (25-26 січня 2013 р.). Сімферополь: Economics, 2013. 172 с.
5. Веселова М.Ю. Сучасні тенденції застосування маркетингу в банках України. *Молодий вчений*. 2016. № 1(28). С. 26–30.

СЕКЦІЯ 6. ПРОГНОЗУВАННЯ, МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ ПЕРСПЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Вінінцев Я.І.

аспірант

Класичного приватного університету

ОЦІНЮВАННЯ ЗАГРОЗ ВЗАЄМОДІЇ У ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Розвиток суспільства у напрямку розширення застосування інформаційних технологій породжує нові види злочинів, а для їх скоєння кордони безсилі, така ситуація вимагає побудови системи законодавства у цій сфері та розробку критеріїв для оцінювання наслідків кіберзлочинності. Кіберзлочини можуть бути направлені як на окремих громадян, підприємства, так і на державу загалом. Розвиток та доступність світових інформаційних ресурсів та технологій, перехід до використання систем електронної комерції, все більше занурення реального життя до соціальних мереж – всі ці фактори стають можливістю для здійснення протиправних дій.

За даними офіційного сайту кіберполіції України упродовж 2018 року було виявлено 6 тисяч злочинів, що пов'язані із використанням високих інформаційних технологій, з них у сфері протиправного контенту – 11%, у сфері кібербезпеки – 22%, у сфері е-комерції – 27% [2]. Та найбільше злочинів зареєстровано у сфері платіжних систем – 40%, загалом по цій лінії завдано збитків на суму понад 25 млн. грн. Проте за даними Національного банку України у 2019 році сума збитків від незаконних дій із платіжними картками у порівнянні до попереднього року зменшилася та становила 0,0042% від загального обсягу всіх операцій із платіжними картками (у 2018 році – 0,0092%, у 2017 році – 0,0077%) [1]. Шахрайство та кібернетичні загрози за оцінками

експертів входять до п'ятірки найбільших факторів ризику діяльності фінансових установ, цей вид ризику вважають високим або дуже високим 70% опитаних експертів.

У роботі [3] виділяються наступні основні тенденції розвитку комп'ютерної злочинності в Україні:

- найвищі темпи росту;
- корислива мотивація більшості комп'ютерних злочинів;
- ускладнення способів здійснення комп'ютерних злочинів і поява нових видів протиправної діяльності в сфері комп'ютерної інформації;
- зростання кримінального професіоналізму комп'ютерних злочинців;
- омолодження комп'ютерних злочинців і збільшення частки осіб, що раніше не залучалися до кримінальної відповідальності;
- зростання матеріального збитку від комп'ютерних злочинів у загальній частці збитку від інших видів злочинів;
- переніс центра ваги на здійснення комп'ютерних злочинів з використанням комп'ютерних мереж;
- переростання комп'ютерної злочинності в розряд транснаціональної злочинності;
- високий рівень латентності комп'ютерних злочинів.

Як зазначають у роботі [4] найбільшу небезпеку для суспільства, держави становить транскордонна організована кіберзлочинність: комп'ютерний тероризм; диверсії, інші прояви антагоністичної інформаційної боротьби кримінальних формувань з державою, правоохоронними органами; крадіжки інформації з комп'ютеризованих баз даних тощо.

Оцінювання наслідків кіберзлочинів має складний характер, оскільки наразі відсутні ефективні підходи для оцінювання та прогнозування розвитку кіберзлочинності, її обсягів та об'єктів, при цьому окрім фінансових збитків, шкоду може бути нанесено й іміджу потерпілою стороною. Проте за дослідженнями [5] більшість організацій ігнорують наявність загроз в інформаційній сфері та вимоги щодо побудови процесів та структури захисту для

забезпеченні відповідних мір безпеки. Свідченням відсутності чіткого розуміння підходу до побудови системи безпеки є опитування згідно якого тільки 29% респондентів чітко зазначають осіб, що відповідальність за інформаційну безпеку, проте в більшості організацій керівники кібербезпеки все ще відсутні.

Базою для ефективної протидії загрозам інформаційній безпеці стає довіра, координація спільних дій та обмін інформацією між всіма зацікавленими сторонами, проте за даними [5] лише 58% респондентів зазначають, що вони офіційно співпрацюють з іншими організаціями у своїй сфері, включаючи конкурентів, для підвищення безпеки та зменшення потенціалу для майбутніх ризиків.

Оскільки Інтернет у цілому нікому конкретно не належить, ніким конкретно не регулюється, то немає й відповідальної за Інтернет адміністративної інстанції. Тому, можна стверджувати про суттєву потребу в розробці математичних методів та алгоритмів моніторингу або виявлення кіберзлочинів з метою їх попередження.

Список використаних джерел:

1. Збитки від незаконних дій із платіжними картками зменшилися більше ніж удвічі. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zbitki-vid-nezakonnih-diy-iz-platijnimi-kartkami-zmenshilisya-bilshe-nij-udvichi> (дата звернення 03.06.2020)
2. Кіберполіція. Офіційний сайт кіберполіції України. URL: <https://cyberpolice.gov.ua> (дата звернення: 03.06.2020).
3. Орлов О.В., Онищенко Ю.М. Попередження кіберзлочинності – складова частина державної політики в Україні. *Теорія та практика державного управління*. 2014. Вип. 1(44). С. 9-15.
4. Пчолкін В.Д. Шляхи вдосконалення діяльності ОВС щодо протидії кіберзлочинності // Актуальні питання розслідування кіберзлочинів: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 10 грудня 2013 р., м. Харків. Харків, 2013. С. 37–40.
5. Strengthening digital society against cyber shocks. The Global State of Information Security. URL: <https://www.pwc.com/us/en/cybersecurity/assets/pwc-2018-gsiss-strengthening-digital-society-against-cyber-shocks.pdf> (дата звернення: 03.06.2020).

Дяченко О.Г.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки
Класичного приватного університету*

Сауц В.В.

керівник відділу аналітики «Аптека низьких цін»

АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ ПАРТНЕРСТВА ВИЩОЇ ОСВІТИ, БІЗНЕСУ ТА ДЕРЖАВИ

Зміни у сучасному світі відбуваються з неймовірною швидкістю, що змінює бізнес-середовище, а ринок праці породжує все нові професії та вимоги до пошукачів. Чи встигають за цими змінами заклади вищої освіти щодо забезпечення здобувачів освіти відповідними знаннями та практичними навичками? Для української освіти це питання є дуже актуальним. Хоча й кількість не працевлаштованих після закінчення закладів освіти за даними Державної служби статистики [2] за останні роки має тенденцію до скорочення: якщо у 2011 році відсоток таких випускників становив 18,1%, то поступово знижуючись у 2016 році – 15,6%, а у 2019 році – вже 9,4%.

Проте заклади освіти України мають низькі світові рейтинги. За розрахунками 2020 року щодо кращих закладів вищої освіти всього світу до рейтингу потрапили лише шість університетів України [5]. Найкращу позицію, 491 місце, посів Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна. На загальний рейтинг впливають шість показників: міжнародна наукова репутація, цитованість наукових робіт викладачів, співвідношення кількості викладачів і студентів, оцінка роботодавців, відсоток іноземних викладачів та іноземних студентів.

Кількість вступників останніми роками знижується тому, як зазначають у роботі [3], конкуруючи між собою заклади освіти знижують ціну за навчання, а не рідко й вимоги щодо якості підготовки фахівців. При цьому конкурують між собою і роботодавці, щоб отримати професійно підготовлені кадри.

Інститут вищої освіти розглядають як один з фундаментів інноваційного розвитку економіки та країни в цілому. За розрахунками Глобального інноваційного індексу [6] Україна у 2019 році посіла 47 місце (у 2018 – 43). Одним з показників, що впливає на загальний рейтинг, є охоплення вищої освітою. Хоча за цим показником країна займає високе місце (14 позиція рейтингу), проте він, як бачимо, не впливає на ступень розвитку інновацій у країні. Щодо країн, які займають перші місця у цьому рейтингу, Швейцарія та Швеція, то за цим показником вони мають 49 (57,9%) та 39 (63,5%) місце відповідно. Так само й відсоток від ВВП витрат на освіту не значно впливає інноваційний розвиток. У Швеції витрати на освіту становлять 7,6% ВВП, у Швейцарії – 5,1 %, а в Україні – 5%. Одним з факторів, що має значний вплив на розвиток інновацій, визначають рівень співпраці між бізнесом та закладами освіти. Також значний вплив мають витрати на дослідження та розробки: в Україні цей показник лише 0,4% ВВП, натомість у Швейцарії та Швеції – 3,4%. Тобто застарілі підходи до отримання вищої освіти не встигають за всесвітніми інноваційними процесами, тому формування партнерських відносин між вищою освітою та бізнес-середовищем є необхідністю у сучасних умовах для успішного розвитку суспільства та країни в цілому.

Наразі форми співпраці закладів освіти та бізнесу є проходження практик в межах освітнього процесу, проведення відкритих лекцій та семінарів. Проте, найбільш ефективною формою є проведення довгострокового стажування під час якого здобувачі освіти мають змогу відчувати робочий ритм підприємства.

Зазначаючи важливу роль взаємодії закладів вищої освіти та бізнесу, частину функцій по налагодженню взаєморозуміння між цими агентами беруть на себе громадські організації. Так, за сприяння компанії UGEN, щорічно проводяться конференції зі співпраці бізнесу та університетів, результатами яких успішно налагоджуються зв'язки та реалізуються кейси.

У роботі [4], зазначають, що модель партнерства закладів вищої освіти та бізнесу має включати такі напрями:

– для бізнесу: формування діалогу та перспективних напрямів діяльності з університетами, націлених на потреби ринку праці; спільна розробка та впровадження актуальних освітніх програм та ініціатив залучення студентів до практичної діяльності на виробництві;

– для закладів освіти: зменшення бюрократичного тиску, що перешкоджає налагодженню ефективного діалогу з представниками бізнесу; активне залучення експертів та спеціалістів із галузі, що суміжна зі спеціальністю до освітнього процесу;

– для держави: забезпечення автономії та фінансової незалежності університетів; формування державного замовлення на спеціалістів відповідно до нагальних потреб ринку праці; стимулювання компаній (на основі надання пільг) до спільної науково-дослідної співпраці з університетами в пріоритетних галузях.

При формуванні стратегій підвищення власної конкурентоспроможності заклади освіти повинні враховувати, що вона забезпечується за рахунок: конкурентоспроможності студентів та випускників; рівня професорсько-викладацького складу; високого рівня методичних, наукових та технічних засобів навчання; наявності матеріального-технічної бази та іншого.

У статті [1] виділяють низку проблем, що сформувалися у просторі взаємодії закладів освіти, бізнесу та суспільства в цілому: низька поінформованість бізнесу про досягнення вітчизняних науковців, про їх потенційні можливості для вирішення місцевих і національних стратегічних завдань; відсутність інформаційної бази даних про наявні науково-технологічні проблеми на виробничих підприємствах, у сфері інфраструктурного забезпечення бізнесу, в соціальній сфері конкретного міста/регіону; недостатність «критичної маси» фінансування для реалізації інноваційних проектів на локальному, регіональному, національному рівнях; недосконала нормативно-правова база захисту інтелектуальної власності та забезпечення трансферу знань; відсутність організаційно-

економічних механізмів взаємодії у ланцюгу «освіта – наука – інвестор – бізнес».

І хоча держава визначає пріоритетом співпрацю бізнесу та закладів вищої освіти через нові вимоги до отримання акредитацій та запровадження дуальної форми навчання, проте складність механізмів реалізації, відсутність чітких інструкцій з боку Міністерства освіти і науки України, що посиляється на автономію ЗВО у цьому питанні, зумовлюють низький рівень такої співпраці та у більшості випадків реалізується свідомими закладами освіти та представниками бізнес-структур, які відчувають потребу налагодження зв'язків для формування висококваліфікованих випускників, які б були підготовлені не тільки фахово, але й психологічно до професійної діяльності, мали креативне та критичне мислення, навички роботи в команді, швидкого пошуку та аналізу інформації.

Список використаних джерел:

1. Бакушевич І. Розвиток мережевої взаємодії бізнесу, освіти і науки відповідно до нового Закону про вищу освіту в Україні. Збірник конференції «Будуємо нову Україну» 26-27 листопада 2014 р. Київ, с. 64.
2. Безробіття населення (за методологією МОП) за причинами незайнятості у 2010-2019 рр. Держстат України, 1998-2019. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/rp/eans/eans_u/arch_nzn_ved_u.htm (дата звернення: 04.06.2020)
3. Мазур І. І. Стратегія розвитку партнерства вищої освіти, науки та бізнесу. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2014. 165 с.
4. Покідіна В. Університети та бізнес: міжнародний досвід співпраці та перспективи для України. URL: http://old.cost.ua/files/Universities%20and%20business_report.pdf (дата звернення: 04.06.2020).
6. QS World University Rankings 2020. URL: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2020> (дата звернення: 04.06.2020).
7. The Global Innovation Index (GII) 2019: Creating Healthy Lives – The Future of Medical Innovation. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/Home> (дата звернення: 04.06.2020).

Кравець О.В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки

Класичного приватного університету

Лазарєв В.А.

магістр кафедри економіки

Класичного приватного університету

ПРОЗОРИСТЬ ДІЛОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

За результатами різних досліджень виявлено, що суб'єкти господарювання, як правило, розповсюджують лише позитивну інформацію щодо своєї діяльності, та старанно приховувати не дуже гарні новини. Таким чином, звіт використовується як засіб реклами. Звичайно така практика є неприпустимою, оскільки знижує довіру до наданої інформації.

Термін «прозорість» використовують у науці, інженерії, бізнесі, гуманітарних науках та інших соціальних контекстах. Прозорість передбачає відкритість, спілкування та відповідальність.

Прозорість соціальних наук розглядається як найвища здатність місцевих органів влади, компаній, організацій, суб'єктів господарювання та фізичних осіб, чинити діяльність таким чином, коли плани, фінансування та інша важлива інформація надається публічно та чітко. Головна мета – відкритість та спілкування, а не приховування інформації. Таким чином, сутність прозорості – розкриття інформації. Тим не менш, думка про прозорість відрізняється у різних авторів. Наприклад, визначає [1] прозорість із використанням трьох функцій: відповідна, своєчасна та достовірна інформація. Тим часом [2] включають три характеристики прозорості: ефективність (позитивно пов'язана з якістю інформації), свобода і чеснота. Зазвичай прозорість часто описується як сумлінне спілкування, що суперечить неупередженості, рекламі та маніпуляції. Незважаючи на різноманітність аспектів аналізу, головна увага у

фінансовому та соціальному обліку або організаційні дослідження спрямовані на розкриття інформації, тобто прозорість організації залежить від загальнодоступної прозорості інформації. Тому прозорість, як правило, визнається компаніями, як доступність фінансової та не фінансової інформації для зовнішніх користувачів [3]. Отже, прозорість діяльності суб'єктів господарювання залежить від ділової інформації, тобто фінансової та не фінансової інформації, розголошеної у звітах про фінансову та соціальну відповідальність, щорічних звітах, веб-сайтах, інших засобах поширення інформації тощо.

Більшість авторів сходяться на думці, що доступність інформації та прозорість сприяють надійності компанії та зменшує відчуження між організацією та зацікавленими сторонами. Інші помічають ймовірний негативний вплив прозорості. Наприклад, користувачі інформації можуть помилково зрозуміти надану інформацію, що може призвести до необґрунтованих очікувань від компанії. Ось чому суб'єкти господарювання повинні усвідомити важливість аналізу та оцінки інформаційної прозорості. Тільки враховуючи всі фактори, компанія може очікувати вигоди від прозорості та уникнути негативних наслідків.

У науковій літературі немає єдиної методології оцінювання прозорості бізнес-інформації. Залежно від розглянутої проблеми дослідження, автори посилаються на різні інструменти вимірювання. Так, у [3] запропоновано всебічний інструмент вимірювання для прозорості корпорацій. Вони вимірюють корпоративну прозорість за допомогою трьох елементів: корпоративної звітності, збору приватної інформації та спілкування, а також розповсюдження інформації. Оцінка корпоративної звітності проводилася з використанням таких факторів як інтенсивність розкриття інформації, розкриття фінансових даних та управління, принципи обліку, своєчасність розкриття інформації та достовірність розкриття інформації. Збирання приватної інформації та комунікація вимірювались, оцінюючи суму придбання приватної інформації фінансовими аналітиками та інституційними інвесторами, а також масштаби

інсайдерської торгівлі. Тоді як елемент поширення інформації відображав проникнення медіа-каналів в економіку.

Інша модель корпоративного управління представлена у [4], була покликана сприяти підвищенню рівня довіри до бізнесу. Вони надали інструмент оцінювання прозорості в бізнес-організації. Модель вимірювання прозорості включає такі показники як: точність, комплексність, доречність, своєчасність, доступність, чіткість. Зазначені показники оцінюють в різних галузях компанії за шкалою від 0 до 50. За результатами дослідження виявляють рівень прозорості підприємства: непрозорі (10-24); напівпрозорі (25-39) або прозорі (40-50).

Автори дослідження [5] проаналізували зв'язки між прозорістю прибутку та вартістю капіталу та виявили суттєве негативне відношення між ними.

Лі та Джозеф (2013) вивчили практику розкриття інформації в Інтернеті та їх зв'язки з організаційною прозорістю. Автори стверджують, що організації добровільно розкривають високоякісну фінансову та нефінансову інформацію, а веб-сайти розглядаються як більш відкриті, надійні та підзвітні широкій громадськості [6]. Вони проаналізували розкриття інформації неприбуткових організацій за допомогою аналізу веб-контенту. Компоненти розкриття веб-сторінок були поділені на дві групи: фінансові та розкриття результатів діяльності. Автори проаналізували, чи надають досліджувані організації суспільству щорічні звіти, аудиторську фінансову звітність, тощо, щоб оцінити фінансові складники, а також для розкриття результативності діяльності, такі показники, як місія, показники ефективності, успішність розповіді / відгуки тощо.

Запровадження прозорості у особливих ситуаціях, таких як криза, було досліджено у [7]. Автори використали випадок кризи, з яким стикався британський банк, і застосували критичний аналіз дискурсу для того, щоб представляють, як запроваджувалася прозорість, яка допоможе вирішити таку складну ситуацію.

Слід зазначити, що прозорість інформації стимулює розвиток взаємодії між суб'єктами господарювання, залежність

зацікавлених сторін від компанії, але як недостатнє надання інформації так і її надлишок [8] може сприйматися неправильно і може призвести до невиправданості очікувань від компанії.

Список використаних джерел:

1. Williams A. A global index of information transparency and accountability. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0147596714001036>
2. Dubbink et al. Transparency and the Role of Intermediate Organisations. URL: https://www.researchgate.net/publication/225222028_CSR_Transparency_and_the_Role_of_Intermediate_Organisations
3. Bushman, R., Piotroski, J., & Smith, A. (2004). What Determines Corporate Transparency? *Journal of Accounting Research*, 42, 207-252.
4. Bandsuch, M., Pate, L., & Thies, J. (2008). Rebuilding Stakeholder Trust in Business: An Examination of Principle-Centered Leadership and Organizational Transparency in Corporate Governance. *Business and Society Review*, 113, 99-127.
5. Barth, M. E., & Schipper, K. (2008). Financial Reporting Transparency. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 23, 173-190.
6. Lee, R. L., & Joseph, R. C. (2013). An examination of web disclosure and organizational transparency. *Computers in Human Behavior*, 29, 2218-2224.
7. Albu, O. B., & Wehmeier, S. (2014). Organizational Transparency and Sense-Making: The Case of Northern Rock. *Journal of Public Relations Research*, 26, 117-133.
8. Kucherova, H., Didenko, A., & Kravets, O. (2019, October). Modeling information transparency of economic entities under uncertainty. In 2019 7th International Conference on Modeling, Development and Strategic Management of Economic System (MDSMES 2019). Atlantis Press. URL: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/mdsmes-19/articles>

Скрипка О.Ю.

майстер навчального центру

*ТОВ «Обласний навчальний центр «РЕГІОН БУД»,
магістр освітньої програми «Економічна кібернетика»
Класичного приватного університету*

ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Кількості закладів системи надання освітніх послуг протягом останніх років поступово скорочується, також зменшується їх контингент через демографічні фактори, знецінення інституту освіти та відсутність достатнього фінансування розвитку закладів. Так, у 2019 році порівняні до 2000 року кількість закладів вищої освіти скоротилася з 315 до 281, а кількість студентів з 1402,9 тис. осіб до 1266,1 тис. осіб [1]. А кількість закладів професійно-технічної освіти у 2018 році порівняні до 2010 року скоротилася з 940 до 736, а кількість учнів з 416 тис. осіб до 255 тис. осіб [1]. Фінансування освітньої сфери у більшості країн відбувається на неналежному рівні внаслідок обмеження бюджетних можливостей, тому для урядів вкрай важливо створювати умови залучення коштів з інших джерел та формування фінансовоспроможних освітніх закладів.

У сфері надання освітніх послуг відповідальність за якість покладено на кожен заклад освіти. Такий спосіб сприяє забезпеченню можливості перевірки якості системи навчання загалом. Оцінка якості базується не на тривалості або змісті навчання, а на тих знаннях, уміннях і навичках, які опанували випускники, тобто важливим є не процес, а результат [2]. Однією з умов ринкової конкурентоздатності закладу освіти є наявність у нього системи якості, що відповідає загальновизнаним вимогам. Проте процес створення таких систем у закладах освіти України йде вкрай повільно. Але при цьому якість освіти набуває все більшого значення для забезпечення конкурентоспроможності випускників закладів освіти на ринку праці, що у свою чергу впливає на рейтинг самого закладу [2].

Проте зв'язок отримання освіти – конкурентоспроможність випускника на ринку праці не є прямим, ці поняття скріплює між собою якість робочої сили. У статті [3] зазначають, що конкурентоспроможність робочої сили – це категорія ринкової економіки, що відображає ступінь розвитку конкуренції на ринку праці, тоді як якість робочої сили та трудових послуг – властивість людського фактора виробництва у будь-якій економічній системі. Якість робочої сили – це сукупність кваліфікаційних характеристик (рівень освіти, професійні знання та навички, професійна мобільність, виробничий досвід), особистих та ділових рис (стан здоров'я, здібності до навчання та опанування нових видів діяльності, новаторство, мотивованість, відповідальність, дисциплінованість) працівників.

Тому, отримання рейтингу закладу освіти (riv_ZO) за допомогою моделі нечіткого логічно виводу пропонуємо визначати ураховуючи:

- якість послуги, яку отримують її споживачі, що формується на основі внутрішнього моніторингу закладу освіти ZO;
- рейтинг випускників даного закладу освіти серед роботодавців, зовнішня оцінка споживачів VR.

Для побудови нечіткої моделі в якості вихідного параметри оберемо якість закладу освіти ZO, а в якості вхідних: рівень матеріальної бази $baza_res$ (лінгвістична змінна A_1), якість викладацького складу v_sklad (лінгвістична змінна A_2), внутрішнє забезпечення якості освіти vzo (лінгвістична змінна A_3). Для кожної лінгвістичної змінної визначено терми та вимірянні інтервали. Лінгвістичні змінні A_1, A_2, A_3 – утворюють входи системи нечіткого виведення. Виходом системи є нечітка функція, що визначає значення якості закладу освіти та приймає такі значення tr_{ij} : 3 – відповідає висока якість закладу освіти, 2 – відповідає середня якість закладу освіти, 1 – відповідає низька якість закладу освіти. Далі побудовано 15 правил нечіткого виведення у вигляді: Π_i : Якщо $A_1=t_{1j}$ і $A_2=t_{2j}$ і $A_3=t_{3j}$, то tr_{ij} .

Потім визначено зовнішню оцінку, тобто рейтинг випускників на ринку праці серед роботодавців VR. Використано такі лінгвістичні змінні A_4 (визначає рівень кваліфікації випускника з точки зору роботодавця (kvalif)) та A_5 (визначає рівень заробітної плати випускника (zarp)). У цьому випадку виходом системи є визначення зовнішньої оцінки, тобто рейтингу випускників на ринку праці серед роботодавців VR, яка приймає значення tr_{2j} : 1, що відповідає низькому рівню, 2 – середньому рівню, 3 – високому рівню на основі сформованих 8 правил.

Наступним кроком є формування правила щодо визначення загального рейтингу закладу освіти (riv_ZO) $R = \{1, 2, 3, 4, 5\}$ на основі двох входів системи нечіткого виведення (якість послуги, яку отримують її споживачі, що формується на основі внутрішнього моніторингу закладу освіти ZO та рейтинг випускників даного закладу освіти серед роботодавців, зовнішня оцінка VR) (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення рейтингу закладу освіти

Рейтинг VR	Рейтинг ZO	riv_ZO R_i
високий	великий	5
	середній	4
	низький	3
середній	великий	4
	середній	3
	низький	2
низький	великий	4
	середній	2
	низький	1

Поверхню відклику від двох змінних: «VR» та «ZO» представлено на рис. 1.

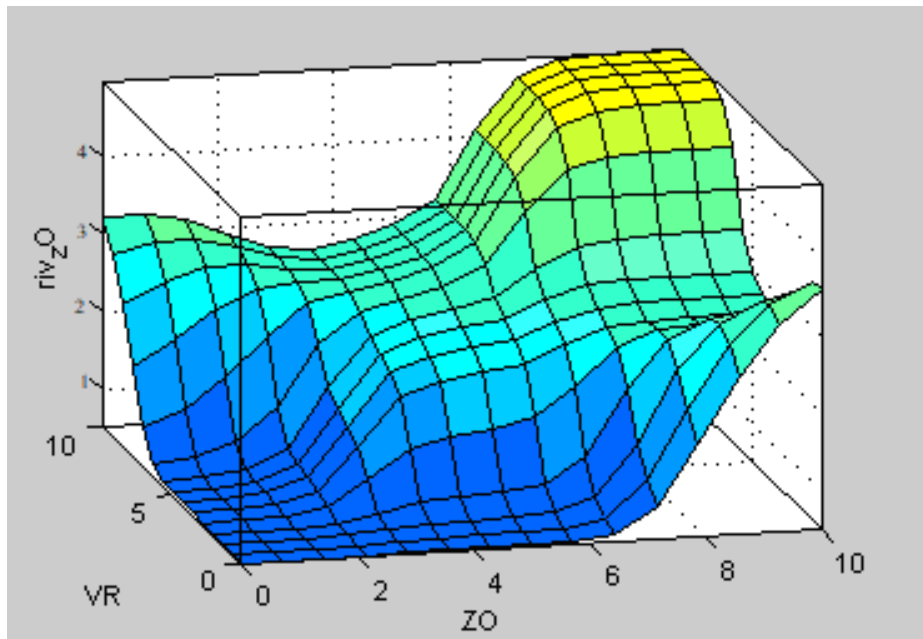


Рис. 1. Поверхня відклику нечіткої системи логічного виведення [побудовано у середовищі 4]

Отже, у роботі запропоновано підхід до оцінювання рейтингу закладу освіти на основі за допомогою моделі нечіткого логічно виводу, яка базується на визначенні якості послуги, яку отримують її споживачі, що формується на основі внутрішнього моніторингу закладу освіти, та рейтингу випускників даного закладу освіти серед роботодавців, тобто зовнішньої оцінки споживачів.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Ніколаєнко С. М. Якість вищої освіти України – погляд у майбутнє. *Світ фінансів*. 2017. Вип. 3(8). С. 7-22.
3. Шевченко Л. С. Професійна освіта як чинник конкурентоспроможності робочої сили. *Соціальні аспекти конкурентоспроможності національної економіки*. 2008. С. 77-85.
4. Matlab. URL: www.mathworks.com

НОТАТКИ

Наукове видання

Круглий стіл

**«ФІНАНСОВІ ВАЖЕЛІ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ
ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ
ГОСПОДАРЮВАННЯ РІЗНИХ ТИПІВ
ТА СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ»**

(м. Запоріжжя, 12 червня 2020 р.)

Підписано до друку 26.06.2020. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 4,88. Тираж 100. Замовлення № 0620-154.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавничий дім «Гельветика»
м. Херсон, вул. Паровозна 46-а
Телефони: +38 (0552) 39 95 80,
+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.