

Міністерство освіти і науки України
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Первинна профспілкорова організація ЧНУ ім. Петра Могили
Південний науковий центр НАН та МОН України
Університет ім. Адама Міцкевича (Польща)
Університет гуманітарних та природничих наук ім. Яна Длугоша (Польща)
Інститут національної пам'яті (Польща)
Університет Марії Кюрі-Склодовської (Польща)
Університет Сегеда (Угорщина)
Академія військового мистецтва (Польща)
Військово-морська академія ім. Героїв Вестерплатте (Польща)
Northcentral University (United States of America)



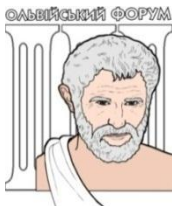
**ОЛЬВІЙСЬКИЙ ФОРУМ – 2021:
стратегії країн Причорноморського регіону
в геополітичному просторі**

XV Міжнародна наукова конференція

10–13 червня 2021 р., м. Миколаїв

ТЕЗИ

**РЕСУРСИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ**



Миколаїв
2021

Ольвійський форум – 2021 : стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі : XV Міжнар. наук. конф. 10–13 червня 2021 р., м. Миколаїв : тези доп. : Ресурси забезпечення соціально-економічного розвитку Причорноморського регіону / Чорном. нац. ун-т ім. Петра Могили. – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. – 60 с.

Секція.
РЕСУРСИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ

УДК 339.37:65.018

Великий Ю. В.,
*д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна*

ВНУТРІШНІЙ АУДИТ НА ПІДПРИЄМСТВІ:
ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЕТАПИ

Організаційний етап внутрішнього аудиту передбачає формування групи і призначення керівника; визначення мети та критеріїв аудиту; встановлення об'єкта для здійснення аудиту і налагодження зв'язку з ним.

На організаційному етапі здійснюється деталізація цілей у контексті загальної мети аудиту. Після визначення мети аудиту встановлюють його обсяг та межу: підрозділи підприємства, перелік процесів, що підлягають аудиту, а також строки його проведення, критерії аудиту. Їх встановлення є важливими завданнями організаційного етапу внутрішнього аудиту, оскільки саме критерії визначають особливості здійснення і характер аудиторних перевірок. До критеріїв внутрішнього аудиту підприємства відносимо: стандарти, методики, регламенти, системи управління, контракти та ін.

Наступним організаційним етапом внутрішнього аудиту є встановлення можливостей його здійснення та формування групи з аудиту з врахуванням компетентності, яка необхідна для виконання мети аудиту. По можливості, підбір групи аудиторів здійснюється з урахуванням принципу дистанціювання, тобто таким чином, щоб забезпечити нейтральність аудиторської групи від об'єкту аудиту і виключити конфлікт всередині групи.

Документально-ознайомчий етап внутрішнього аудиту призначається для аналізу документації, яка стосується об'єкту аудиту та визначення відповідності системи документації критеріям аудиту, тобто завданням цього етапу внутрішнього аудиту є вивчення стану, структури і змін, що відбувалися з моменту минулого аудиту.

Формування плану аудиту відповідно до окреслених завдань, визначення та підготовку робочих документів передбачено на регламентаційно-методичному етапі.

План аудиту підлягає перегляду і прийняттю замовником аудиту з подальшим направленням його об'єкту аудиту. На регламентаційно-методичному етапі внутрішнього аудиту визначають робочі завдання для груп аудиту.

Ефективно використовуючи ресурси аудиту, керівник, консультуючись з групою, розподіляє між учасниками відповідальність за проведення аудиту конкретної ділянки. Важливим і відповідальним кроком регламентаційно-методичного етапу внутрішнього аудиту є підготовка робочих документів, необхідних у процесі аудиту. Робочі документи складаються членами групи аудиту на основі аналізу інформації, що стосується їхніх завдань з аудиту, і можуть містити: перелік контрольних питань і плани відбирання інформації під час аудиту, бланки для реєстрування інформації такої, як дані аудиту та протоколи нарад.

Крім рекомендованих робочих документів також можуть бути застосовані й опитувальні листи, які розсилаються перед проведенням аудиту на місцях разом з повідомленням про його проведення для ознайомлення підрозділами та їх заповнення. Використання опитувальних листів надає такі переваги: скорочення часу проведення аудиту на місцях; перетворення підрозділу, що є об'єктом аудиту, на учасника аудиторської перевірки; психологічна підготовка підрозділу, що є об'єктом аудиту, до роботи аудиторів. Опитувальні листи після заповнення повертаються аудиторів для їх обробки. Опитувальні листи в процесі обробки підлягають аналізу відносно повноти, правильності та правдивості отриманих відповідей. Виявлені відповіді, що підлягають сумніву, стають об'єктом додаткової перевірки.

У процесі аудиту в робочі документи можуть бути внесені відповідні корективи з урахуванням інформації, зібраної під час аудиту. Такий підхід забезпечує свободу аудиторської діяльності та відповідає принципу динамізму. Робочі документи підлягають обов'язковому збереженню до кінця аудиту.

Залежно від виду аудиту та рівня його складності виникає необхідність в обміні інформацією між членами групи та з об'єктом аудиту.

Завершальною стадією етапу проведення аудиту на місцях є організація заключної наради, на якій мають бути всі зацікавлені сторони.

Усі розбіжності щодо даних і висновків аудиту між групою з аудиту і об'єктом аудиту потрібно обговорити і погодити. Етап узагальнення та формування висновку аудиту передбачає підготовку та схвалення, розсилання висновку аудиту. Відповідальним за підготовку висновку аудиту і за його зміст є керівник групи.

Таким чином, останнім етапом внутрішнього аудиту є етап завершення та реалізації результатів аудиту. Він розпочинається тоді, коли

виконано всі роботи за планом аудиту. Завершальним етапом аудиторської перевірки є формування справи аудиту. Для цього всі матеріали аудитів комплектуються в окрему справу під відповідним реєстраційним номером. Справа зберігається згідно з установленим терміном.

УДК 330.322.3:338.43](477)(043,2)

Кузьменко О. Б.,

д-р екон. наук.

*професор кафедри економіки та підприємництва,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна*

ІНВЕСТУВАННЯ В АГРАРНЕ ВИРОБНИЦТВО УКРАЇНИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

В умовах постійного зростання у світі попиту на продукти харчування Україна яка володіє 10% світових запасів чорнозему, кваліфікованими трудовими ресурсами має забезпечити власну продовольчу безпеку та провідне становище країни на світовому ринку аграрної продукції. Це можливо лише шляхом забезпечення інвестування на підставі інноваційного розвитку.

В аграрному виробництві спостерігається загальна активізація інвестиційної діяльності. Обсяг капітальних інвестицій в сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних з ними послуг і їх частка в загальному обсязі по Україні значними темпами зростають за останні роки: 18,4 млрд грн. (8,4%) – 2014 р.; 29,3 млрд грн. (10,7%) – 2015 р.; 49,7 млрд грн. (13,9%) – 2016 р.; 63,4 млрд грн. (14,1%) – 2017 р.; 65,1 млрд грн. (11,2%) – 2018 р.; 58,6 млрд грн. (9,4%) – 2019 р., хоча з 2018 року спостерігається зменшення їх частки, а в 2019 році і в абсолютному виразі, що актуалізує необхідність покращення інвестиційного клімату в сільському господарстві. Треба відмітити що основне джерело капітальних інвестицій в економіку України це власні кошти підприємств і організацій 65,4% і лише 0,7% це кошти іноземних інвесторів, 4,9% кошти державного бюджету. Окремо треба відзначити зниження прямих інвестицій (акціонерний капітал) в сільське, лісове та рибне господарство на 27,8% з 776,9 млн. дол. США – 2014 р. до 560,9 млн. дол. США – 2018 р. Відповідно виникла необхідність в створенні передумов для подальшого зростання вітчизняного інвестування, особливо державної підтримки та вирішення проблем щодо залучення іноземних інвестицій. Зокрема це незавершеність законодавства стосовно ринку земель сільськогосподарського призначення, низ-

ко ефективно і екологічно небезпечно використання земельне ресурсного потенціалу аграрного виробництва, незадовільна інфраструктура зберігання і розподілу рослинницької продукції, невідповідність аграрної продукції європейським і світовим стандартам.

Інвестування в аграрне виробництво має здійснюватися на підставі інноваційного розвитку. Досягнення аграрної науки вирішують проблеми обмеженості ресурсів, зменшення природної родючості ґрунтів, підвищення продуктивності виробництва. Для прийняття оптимальних рішень, як на рівні фермерських господарств, так і великих аграрних об'єднань застосовують комплексні системні моделі які враховують, біофізичні, соціально-економічні, екологічні ситуації у всіх галузях (в рослинництві по окремих культурам і факторам; в тваринництві в процесах відгодівлі та продуктивності тварин), в масштабах господарства, регіону і країни в цілому. Дослідження розвитку таких моделей в історичній ретроспективі показало тенденцію глобалізації проблем сільського господарства (зростання попиту на продукти харчування у зв'язку з ростом чисельності населення, забезпечення сталого розвитку з екологічного і економічного боків) і відповідно необхідність об'єднання різних моделей і баз даних для створення сумісного набору моделей, даних і платформ для забезпечення глобальних суспільних благ. Моделі для аналізу впровадження нових технологій та оцінки управлінських рішень для фермерського господарства потребують різних типів даних (загальнодоступних біофізичних, економічних та конфіденційних даних конкретних господарств). Ці дані і моделі мають бути інтегровані з сучасними інформаційними технологіями, бути прості у використанні, функціонально сумісні з різними пристроями для користування фермерами. Україна, як провідна аграрна країна світу має більш активно включатись в інформаційний обмін створення баз даних і застосовувати інформаційні технології.

Інноваційні технології і обладнання аграрного виробництва: точне землеробство, глобальні навігаційні супутникові системи, безпілотні летальні апарати, генерація і зберігання даних в хмарних системах, цифровій зв'язок всіх видів об'єктів і пристроїв надають великі обсяги даних. Їх аналітика за допомогою інформаційних платформ і систем забезпечує підтримку прийняття рішень для оптимізації бізнес процесів в інтелектуальному сільському господарстві (Smart Farming). Впровадження інновацій в комплексі смарт-фармінгу підвищить ефективність і конкурентоспроможність фермерських господарств і великих аграрних об'єднань України.

Таким чином Україна в процесі реалізації аграрної політики має створити умови зростання аграрного виробництва на підставі іннова-

ційного розвитку. Реалізація завдань аграрної політики вимагає комплексного і системного підходу з пріоритетних напрямків:

1. Перехід від сировинної орієнтації аграрної галузі до виробництва продукції з високою доданою вартістю. Це зменшить залежність від коливань попиту і цін на сировинну продукцію на зовнішніх ринках, призведе до розвитку переробних підприємств, зростання зайнятості і доходів сільського населення, зменшить міграційні процеси. Для цього треба підвищувати якість продуктів харчування, їх відповідність європейським і світовим стандартам.

2. Забезпечення дієвого контролю за використанням земель, спрямованого на збереження природної родючості ґрунтів. Оптимізація структури, площ земель і системи землекористування для запобігання деградаційним процесам ґрунтового покриву. Посилення відповідальності за недотримання заходів з раціонального землекористування та охорони ґрунтів.

3. Покращення інвестиційного клімату і інвестиційної привабливості аграрного виробництва на підставі чітких і прозорих регуляторних принципів нормативно-законодавчої бази адаптованої до вимог ЄС у галузі фітосанітарного контролю, сертифікації, оцінці відповідності.

4. Збільшення та надання державної допомоги аграрним виробництвам орієнтованої не лише на великі, а і середні та малі сільськогосподарські підприємства. Запровадження механізму страхування сільгоспвиробників за підтримки держави.

5. Розвиток інфраструктури та системи логістики аграрного виробництва з метою зменшення втрат сільськогосподарської продукції при транспортуванні, зберіганні та первинній переробці. Інфраструктурні і логістичні потужності зосереджені в основному в агрохолдінгах і їх збільшення спростить доступ до них малого і середнього агробізнесу.

6. Державна підтримка аграрного експорту у вигляді інформування про стан експортних ринків, державних програм і агенцій з розвитку аграрного експорту, допомоги в укладанні контрактів безпосередньо сільгоспвиробниками.

7. Створення сприятливих умов для інвестицій в сільське господарство, особливо для іноземних. Забезпечення інвестування на підставі інноваційного розвитку. Для цього впроваджувати в аграрне виробництво системи прийняття оптимальних рішень на підставі моделювання, інноваційні технології і обладнання (точне землеробство, глобальні навігаційні супутникові системи, безпілотні летальні апарати, генерація і зберігання даних в хмарних системах, цифровій зв'язок всіх видів об'єктів і пристроїв) в комплексі смарт-фармінгу. Проведення періодичного аналізу ефективності впровадження інновацій для ліквідації проблем і уникнення конфліктів.

Ужва А. М.,
*д-р екон. наук, доцент кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна*

ОЦІНКА ВПЛИВУ ЕКОЛОГІЧНОЇ ДЕТЕРМІНАНТИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Концептуальними засадами сталого розвитку передбачається екологізація економіки та запровадження певної системи принципів підходів до питань господарської діяльності. Як відомо, модель сталого розвитку сільського господарства є системою інтегрованих компонентів, їх суттєвих відносин і зв'язків, що відображають основний зміст процесів збалансованого соціально-економічного та екологічного розвитку.

Сучасний екологічний стан агроєкосистем України в цілому можна визначити як незадовільний. На їх функціонування діє комплекс негативних факторів, зокрема, недотримання вимог науково-обґрунтованої системи ведення сільського господарства як на рівні окремих виробничих систем, так і регіонів, виснаження родючості та деградація ґрунтів, розповсюдження бур'янів, хвороби, шкідників, порушення гідрологічного режиму на значних територіях, занепад тваринництва тощо. В зв'язку з цим, створення умов для сталого розвитку агроєкосистем є досить складним процесом, який торкається широкого кола питань, починаючи від фізико-хімічних і біологічних процесів в ґрунті, кругообігу речовин та енергії в агроєкосистемах, підвищення коефіцієнту корисної дії фізіологічно активної радіації, закінчуючи удосконаленням спеціалізації аграрних виробничих систем, оптимізації структури сільськогосподарських ландшафтів та організації території землекористування. Екологізація сільського господарства полягає в тому впливі, який на нього здійснює діяльність людини, з одного боку, а з іншого – у впливі сільського господарства на природні екологічні процеси і на організм людини. Значний вплив сільського господарства на навколишнє середовище зумовлений притаманними цьому виду економічної діяльності особливостями, насамперед, органічною зв'язаністю з природою і її ресурсами, високою ефективністю, як вважається, застосування агрохімікатів; каталізацією прискорення негативних природно-антропогенних процесів у оброблюваних землях. Отже, забезпечення екологічної складової сталого розвитку сільського господарства, в основному, ґрунтується на розробці заходів раціонального

використання природних ресурсів і зменшення забруднення навколишнього середовища. Відтак, в процесі дослідження нами з'ясовано, що пріоритетними завданнями політики сталого розвитку щодо раціонального використання природних ресурсів і охорони навколишнього середовища є:

- зменшення кількості джерел викидів забруднюючих речовин в атмосферу, підвищення рівня їх екологічної безпеки і поліпшення стану атмосферного повітря;

- забезпечення економії первинних ресурсів, розв'язання проблеми утилізації відходів виробництва шляхом удосконалення структури його розміщення, формування виробничих комплексів замкнутого циклу;

- сповільнення процесу деградації ґрунтів, збереження водних ресурсів і об'єктів як унікальних складових довкілля;

- забезпечення належної охорони та збереження лісових ресурсів і екосистем, посилення природоохоронних функцій лісів, здійснення комплексу лісгосподарських заходів щодо зниження рівня радіоактивного забруднення лісового фонду;

- реалізація заходів щодо гарантування безпеки довкілля під час видобування корисних копалин;

- підвищення ефективності державного контролю за додержанням вимог природокористування і збереження довкілля шляхом застосування економічних та адміністративних санкцій;

- розвиток системи сертифікації, екологічного аудиту та страхування, ліцензування екологічно небезпечних видів діяльності, поступовий перехід на систему міжнародних стандартів технологічних процесів.

В умовах сьогодення доцільно використовувати нову парадигму ведення сільського господарства у формі екологізації систем землеробства, рослинництва тощо. Зокрема, органічне рослинництво має в Україні значні перспективи розвитку та може вважатися альтернативною формою виробництва агарної продукції. Вирощування органічної, екологічно чистої продукції ґрунтується на використанні лише біологічних джерел живлення та захисту рослин, що передбачає використання органічних добрив у вигляді гною, сидеральних добрив, рослинних решток, засобів боротьби зі шкідниками лише природного походження тощо. Перспективними в даному спрямуванні є інноваційні розробки у сфері меліорації, способів живлення рослин, обробітку ґрунту як доповнюючі елементи до основної системи господарювання.

Белінська С. М.,
*канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна*

ЗЕМЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ЯК ЕКОСИСТЕМНІ АКТИВИ

Для земель сільськогосподарського призначення ґрунт залишається основним засобом аграрного виробництва і найважливішим ресурсом для вирощування сільгоспкультур. Це не тільки незамінна, але й складно відновлювана природна структура. Тому стан ґрунтів, їх фізико-хімічні властивості і родючість є важливими факторами для ефективного агровиробництва.

Головною проблемою земельних ресурсів України фахівці називають деградацію ґрунтів. Це не проблема останніх десятиліть. Через дефіцит біогенних елементів, недостатнє внесення органічних і мінеральних добрив, хімічних меліорантів, інтенсивну механічну обробку земель, забруднення ґрунту України в сучасних умовах господарювання землі продовжують неминуче деградувати. Тому в системі бухгалтерського обліку для відображення земель сільськогосподарського призначення як повноцінного природного активу слід обов'язково враховувати їх кількісні та якісні функції та їх взаємозв'язок. В обліку природного капіталу екосистеми розглядаються як активи, за допомогою яких будуть надані екосистемні послуги та можуть оцінюватися як за допомогою фізичних, так й грошових одиниць. У міжнародній системі еколого-економічного обліку активи екосистем (або екосистемні активи), як правило, оцінюються на основі чистої поточної вартості очікуваного потоку екосистемних послуг. Екосистеми надають сус-пільству чотири типи послуг:

- послуги з постачання (матеріальні вигоди, одержувані людьми від екосистем, наприклад постачання продуктами харчування, водою, волокнами, деревиною і паливом);
- послуги з підтримки (необхідні для виробництва всіх інших екосистемних послуг, наприклад з надання життєвих середовищ для рослин і тварин, забезпечення різноманітності видів і підтримки генетичної різноманітності);
- послуги з регулювання (вигоди, одержувані від регулювання екосистемних процесів, наприклад в результаті регулювання якості повітря і родючості ґрунтів, контролю паводків і захворювань або процесу запилення сільськогосподарських культур);

– послуги культурного характеру (нематеріальні вигоди, одержувані людьми від екосистем, наприклад для естетичного і інжинірингового натхнення, культурної самобутності та духовного добробуту).

Якщо досліджувати можливості відображення процесу надання екосистемних послуг в системі бухгалтерського обліку сільськогосподарських підприємств при використанні ними земельних активів, то серед чотирьох видів екосистемних послуг реальним до відображення в обліку є саме їх перший вид – послуги з постачання сільськогосподарської продукції та інших екосистемних товарів. Достовірна та якісна інформація, яка буде формуватися за допомогою бухгалтерського обліку екосистемних послуг з постачання при здійсненні процесів землекористування буде повністю впливати на якість надання інших видів екосистемних послуг. Тому для обліку земель сільськогосподарського призначення як об'єктів екосистемних активів в системі бухгалтерського обліку слід обов'язково враховувати їх кількісні та якісні функції та їх взаємозв'язок.

З економічної точки зору та з позиції процесу виробництва взагалі поділ активів на «виробничі» та «невиробничі» є досить явним та обґрунтованим, але, якщо розглядати природні активи та земельні активи в їх складі, то з екологічної точки зору цей поділ є сьогодні ще недостатньо встановленим.

На сьогодні відсутня повноцінна інформація про всі еколого-економічні процеси, що пов'язані з використанням земельних активів для господарських потреб. Головними причинами тут виступають не стільки фінансові труднощі, скільки труднощі, які виникають при моделюванні кліматичних, фізичних, хімічних, біологічних процесів, що відбуваються в природному середовищі. Абсолютна більшість оцінок стану земельних ресурсів здійснюється на певний момент часу, що не дає можливості надати повноцінну картину динаміки процесів землекористування. Повний достовірний облік систем екологічних та економічних показників, які стосуються земельних активів, все ще залишається нерозв'язаною проблемою.

Але одна річ є достовірною та обґрунтованою це те, що земельні активи слід розглядати, економічно оцінювати та обліковувати в загальній екологічній системі, яка пов'язана з тим, що вони є частиною природних ресурсів, не зважаючи на те, що ці активи використовуються в економічній діяльності суб'єктів господарювання.

Таким чином, саме землі сільськогосподарського призначення на сьогоднішньому етапі відповідно до світових економічних тенденцій розвитку встановлених ООН, Європейською комісією та Світовим банком слід розглядати як певні екосистеми, що надають можливість для

стійкого розвитку аграрних підприємств не тільки за економічним, але й екологічним і соціальним напрямом, тобто вони відносяться не тільки до виробничих активів підприємств, але й виступають специфічними екосистемними активами.

При дослідженні Системи еколого-економічного обліку (СЕЕО) було встановлено, що завдяки цій системі виникає можливість обліковувати процеси землекористування в динаміці, а не тільки на даний момент часу. За СЕЕО земельні активи як екосистемні активи, також розглядаються через процес надання екосистемних послуг, які тісно пов'язані з цими активами, що як раз і розкриє динаміку процесу землекористування.

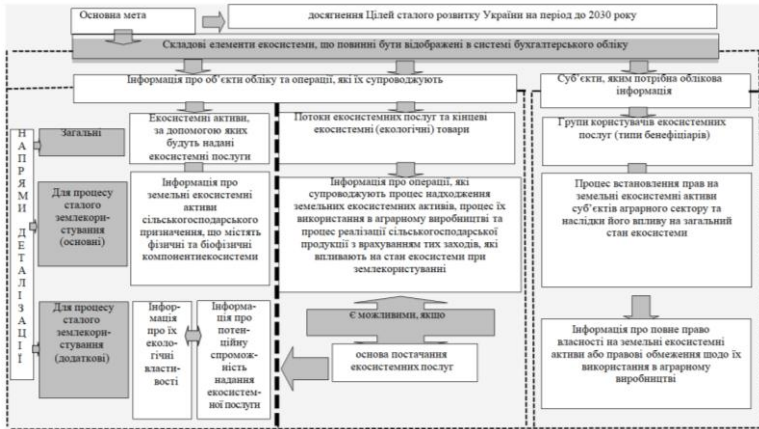
Отже, після дослідження всіх компонентів екосистем та напрямів їх обліку за СЕЕО можна узагальнити та згрупувати складові елементи екосистеми, які можуть бути виділені в системі бухгалтерського обліку, а також ті об'єкти обліку процесу землекористування в діяльності аграрних підприємств, що також повинні бути відображені в цій системі (рис. 1).

Під екосистемними активами ми розуміємо просторові території, що містять поєднання біотичних і абіотичних компонентів та інших характеристик, що функціонують разом в єдиній екологічній системі. Саме за допомогою екосистемних активів надаються екосистемні послуги, які проявляються через безліч вигід, якими природний капітал (сама природа) наділяє суспільство. Завдяки обліку екосистемних активів та послуг на рівні суб'єктів господарювання буде здійснюватися контроль саме використання цього природного капіталу (в нашому випадку – земельного) для потреб суспільства, тобто буде виконуватися одне з основних завдань бухгалтерського обліку – контроль використання земельних ресурсів для потреб суспільства в цілому.

Для досягнення сталого процесу землекористування, який буде охоплювати не тільки економічний напрям, а й екологічний та соціальний, в складі екосистемних активів слід виділити земельні екосистемні активи сільськогосподарського призначення, що містять фізичні та біофізичні компоненти екосистеми, а також мають потенційну можливість надавати екосистемні послуги з постачання екосистемних товарів.

Отже, взагалі екосистемний потенціал спирається на концепцію функцій екосистеми. Екосистемні функції були визначені як екологічні властивості (в нашому випадку земельних екосистемних активів), що лежать в основі постачання екосистемних послуг. Окрім того, земельні екосистемні активи мають потенційну спроможність екосистемних послуг, яка є здатністю екосистеми генерувати послуги за поточних екосис-

темних умов та видів використання, наприклад, найвищий рівень врожайності або використання, який не впливає негативно на майбутнє постачання тієї самої чи інших екосистемних послуг з цієї екосистеми.



УДК 658.347.7

Бурдельна Г. О.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні вимоги ведення бізнесу вимагають постійної адаптації до змін. Сьогодні вже жодне підприємство не може бути впевненим, що ці конкурентні переваги не будуть запозичені іншими конкурентами. На сьогодні управління конкурентоспроможністю продукції не займає центрального місця в загальній системі управління підприємством. Теоретична розробка, перехід від концепції маркетингових методів у менеджменті до концепції управління конкурентоспроможністю продукції – це є найбільш актуальним для управління бізнесом, оскільки це вже не просто відповідальність за продаж конкретного відділу чи конкретного функціонального відділу, а інтегрований процес, що складається з компонентів з'єднання, від яких буде залежати конкурентоспроможність організації.

Конкуренція – це основа динамічного та ефективного розвитку ринкової економіки, в рамках якої здійснюється виготовлення товарів і надання послуг. Конкуренція – це одне з основних правил ринкової економіки та економічного суперництва учасників ринку.

Конкурентоспроможність продукції є основним стандартом і головним орієнтиром в умовах ринкових відносин. Конкурентоспроможність продукції являється одним із основних моментів для діяльності підприємства, його розвитку на висококонкурентному ринку. Для більшості компаній досягнення високого рівня конкурентоспроможності продукції є не лише стратегічною метою їх розвитку, але й перспективною.

Конкурентоспроможність – це економічна категорія, що визначає ринковий механізм, який має вплив на виробників товарів і послуг, змушуючи їх підвищувати і покращувати продуктивність та ефективність виробничо-збутової діяльності під загрозою витіснення від конкретного цільового ринку.

На думку Сабелької Г. Р. управління конкурентоспроможністю продукції – це «сукупність заходів, які здійснюються в процесі розробки, проектування, виробництва, просування, реалізації та після продажного обслуговування продукції з метою створення її привабливості для кінцевого споживача, і передбачає збалансований вплив на економічні показники діяльності підприємства виходячи з критерію прибутку». Одним з основних факторів, що формують стабільну конкурентну перевагу, автор вважає інтерес комерційних підприємств до їх продукції.

Простими словами кажучи, конкурентоспроможність товару – це ряд споживчих та вартісних характеристик, що визначають успіх товару на ринку. Одна із складових конкурентоспроможності – це якість продукції та послуг, які надаються. Під якістю продукції розуміється сукупність конкретних властивостей товару, які при використанні за призначенням (включаючи утилізацію чи знищення) можуть певною мірою відповідати необхідним вимогам.

У сучасних умовах виробнича діяльність підприємства залежить від того, наскільки успішно можуть бути вирішені проблеми, пов'язані з конкурентоспроможністю випущеної продукції. Тільки після вирішення цієї проблеми, організація може ефективно працювати та розвиватися в ринкових умовах.

До важливих вимог, які допоможуть в досягненні конкурентоспроможного виробництва є: застосування передових технологій, сучасних методів управління, своєчасне оновлення коштів, забезпечення гнучкості виробництва, пропорційності процесу, безперервності та ритмічності.

Боротьба за споживачів - це боротьба за вплив на ринок, яка в свою чергу залежить від низьких цін та якості продукції, тобто споживчої

вартості. У ході конкуренції визначається суспільний попит у даному виробництві та дається оцінка визначеного рівня цін. Конкурентоспроможність відображає якість продукції, що надається. Товар є конкурентоспроможним, якщо він має ряд споживчих та вартісних характеристик, що може забезпечити його комерційний успіх на ринку. Конкурентоспроможна продукція – це продукція, яка за якісними та соціально-економічними характеристиками повністю відрізняється від подібних конкурентів.

Параметри якості зазвичай визначаються виходячи з інтересів виробників, а параметри конкурентоспроможності виходячи з інтересів споживачів. Якість та технологічний рівень продукції визначається технологічним рівнем сучасного виробництва. І для того, щоб оцінити конкурентоспроможність, необхідно порівняти їх із рівнем потреб розвитку.

Виробництво та продаж конкурентоспроможних товарів та послуг - загальний показник життєздатності підприємства. Але для виробництва конкуруючої продукції потрібно багато ресурсів і великі витрати, що може призвести до зниження ефективності, зменшення прибутку та погіршення фінансових умов корпорації в ринкових умовах. У цьому випадку потрібні додаткові кошти, що призведе до зниження конкурентоспроможності виробника.

Завдяки системі показників конкурентоспроможність продукції може бути продемонстрована більш повно. Вони являють собою набір стандартів для кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності продукції. Основою формування системи показників конкурентоспроможності є аналіз взаємодії попиту та товарів, а також їх порівняння та ступеня відповідності в процесі.

Виходячи з показників конкурентоспроможності продукції, прийняття рішень щодо маркетингової політики компанії може бути радикальним або націленим на конкретні групи людей. З метою оцінки конкурентоспроможності продукції багатьох великих компаній звертаються до консалтингових компаній, які можуть оцінити конкурентоспроможність продукції.

Конкурентоспроможність товару – це вирішальний фактор успіху на конкурентному ринку. Важливою частиною конкурентоспроможності товару є рівень споживчих витрат під час експлуатації. Іншими словами, конкурентоспроможність – це низка споживчих та вартісних властивостей товару, за допомогою яких визначаються успіх продукції на ринку.

Дослідження конкурентоспроможності товару повинно бути тісно пов'язане з різними стадіями життєвого циклу товару. Це пов'язано з необхідністю вловити момент, коли конкурентоспроможність товару починає знижуватися в часі, та здатністю приймати відповідні рішення (наприклад, зняти з виробництва, оновити продукцію тощо). У той же

час часто економічно недоцільно припускати, що новий продукт буде випущений до того, як старий виріб вичерпає можливості збереження конкурентоспроможності.

У той же час будь-який товар, що надходить на ринок, поступово втрачає свій конкурентний потенціал. Цей процес можна уповільнити і тимчасово затримати, але його не можна зупинити. Отже, проектування нових товарів повинно виконуватися за графіком, щоб забезпечити можливості для виходу на ринок, доки перший товар не втратить свою конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможна маркетингова стратегія на рівні компанії спрямована на те, щоб забезпечити підприємству конкурентну перевагу над конкуруючими компаніями на ринку. Сенс конкурентної стратегії полягає у здатності компанії утримувати певну частку ринку або збільшувати частку ринку.

Отже, після проведених досліджень можна визначити, що управління конкурентоспроможністю товару – це процес виявлення, планування, створення, підтримання та підвищення конкурентоспроможності товару на кожному етапі формування доданої вартості для підвищення конкурентоспроможності товару або підтримання його на запланованому рівні.

Подальші дослідження можуть бути проведені для формування карти якості, вартості товару, асортименту, обсягу та способів збуту, які будуть змінюватися на практиці відповідно до потреб споживачів та ринкових умов у процесі створення вартості.

УДК 338.2 (477)

Верланов Ю. Ю.,

канд. екон. наук, професор

кафедри економіки та підприємництва,

ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ У ДЗЕРКАЛІ ОФІЦІЙНОЇ СТАТИСТИКИ

Малі та середні підприємства (МСП) є життєво важливими для економічного зростання країн. Це є загальновідомим та не викликає заперечень. З кожним роком роль МСП в економіках світу непинно зростає.

Так лише за 2010–2015 рр. МСП створили 73% нових робочих місць у приватному секторі Великої Британії. В країнах Євросоюзу на

МСП припадає 99% усіх підприємств та вони забезпечують від 50% до 60% доданої вартості. Майже одна людина з трьох працює на мікропідприємстві, що має менше 10 працівників, і двоє з трьох у МСП.

Звичайно, в кожній країні малий та середній бізнес розвивається неоднаково. Відрізняється класифікація підприємств, їх галузева структура, динаміка та внесок у економічний розвиток. Роль МСП викликає неабиякий інтерес науковців та політиків. Чисельні публікації охоплюють як проблеми формування сприятливої для МСП державної політики, так і ґрунтовні аналітичні огляди. Україна не є виключенням.

Цей короткий аналіз переважно ґрунтується на даних Державної служби статистики України. Тут буде розглянуто по групах підприємств зміни, що мали місце у період 2010–2019 рр.: кількості МСП та їх структури по видах діяльності; структури зайнятості; доданої вартості за витратами виробництва та фінансових результатів; регіонального ландшафту підприємств. Далі порівняємо Індекси політики малого бізнесу України та Грузії, як країн східного партнерства (ЕaP).

В цілому по Україні за 2010–2019 рр. *кількість підприємств* практично не змінилася (+0,47%). При цьому скорочення кількості великих та середніх підприємств склало відповідно 11,6% та 15,4%. Кількість малих підприємств зросла на 1,4% (у тому числі мікропідприємств – на 4,3%).

У період кризи 2014–2016 рр. скорочення кількості великих, середніх та малих підприємств становило відповідно 22,9%, 6,8% та 10,3%, у тому числі в останній групі кількість мікропідприємств зменшилася на 11,2%.

Значні зміни мали місце у структурі МСП по видах діяльності. Спостерігається істотне скорочення кількості підприємств у фінансовій та страховій діяльності (-60,7%), у сфері тимчасового розміщування й організації харчування (-54,2%) та у будівництві (-54,3%). В усіх сферах зменшилась кількість середніх підприємств (-15,4%), у той час як найвищий ріст малих підприємств мав місце у сфері операцій з нерухомим майном (43,4%), на транспорті, у складському господарстві, поштовій та кур'єрській діяльності (32,2%), у сфері інформації та телекомунікацій (21,8%), у постачанні електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (2,5 рази). Звертає на себе увагу, що у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги зростання кількості середніх підприємств складає майже 7 разів.

Аналіз *змін у структурі зайнятості*, яку забезпечують підприємства, свідчить про те, що за період 2010–2019 рр. на 12,3% зріс внесок середніх підприємств та на 3% – мікропідприємств. Натомість частка великих та малих підприємств скоротилася відповідно на 3% та 15,7%.

Участь різних груп підприємств у *формуванні доданої вартості* (за витратами) у період 2012–2019 рр. також показово змінюється. (Табл.1).

Таблиця 1

Частка груп підприємств у формуванні доданої вартості, %

| Групи підприємств | Роки | | Зміна |
|-------------------|------|------|-------|
| | 2010 | 2019 | |
| Великі | 30,6 | 25,8 | -4,8 |
| Середні | 43,3 | 48,9 | 5,6 |
| Малі | 16,4 | 15,9 | -0,5 |
| Мікро | 9,7 | 10,0 | 0,3 |

Так частка великих підприємств скорочується на -4,8%, у той час як її зростання для мікропідприємств становило 0,3%. Внесок середніх підприємств у формування доданої вартості збільшився на 5,6%.

Аналіз змін обсягів доданої вартості за витратами виробництва по групах підприємств та видах діяльності за 2012–2019 рр. демонструє таке:

– у постачанні електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря середніми підприємствами зростання склало 6,7 разів; малими – 15,3 рази (у тому числі мікропідприємствами – 29,6 рази);

– у сферах будівництва, інформації та телекомунікацій зростання доданої вартості для середніх підприємств склало відповідно 3,4 та 3,3 рази, для малих 6,8 та 5,0 разів;

– на транспорті, у складському господарстві, поштовій та кур'єрській діяльності обсяг доданої вартості для малих підприємств зріс у 7,8 рази; в охороні здоров'я – у 10,4 рази; в операціях з нерухомим майном – у 6,7 разів.

У період економічної кризи 2013–2015 рр. спостерігалось скорочення результативності діяльності підприємств усіх груп (в термінах *фінансового результату до оподаткування*).

Найбільше падіння мало місце у групі середніх та великих підприємств, відповідно -24,4% та -7,78% (2014 р.). Натомість мікро підприємства, хоча вони в цілому і були збитковими протягом майже всього періоду, виявилися значно менш чутливими до кризи (+5,9%). У той же час, темпи відновлення результатів цієї групи значно повільніші ніж у інших груп підприємств.

Капітальні інвестиції розподілялися протягом періоду нерівномірно. Їх структура у загальному обсязі практично не змінилася: 45,8% припадає на великі підприємства, 38,1% та 16,1% – відповідно на середні та малі. При цьому за 2010–2019 рр. обсяги інвестицій з розрахун-

ку на одного працюючого зросли у 6,1 рази на великих підприємствах, у 4,4 та 5,1 рази на середніх та малих підприємствах.

Регіональний ландшафт МСП. Лідерами за кількістю малих підприємств на 10 тис. населення є місто Київ (330), Київська область (113), Миколаївська та Одеська області (106 та 105). До числі аутсайдерів входять Чернівецька область (45), Тернопільська (46) Рівненська та Закарпатська області (по 49). Найвищі темпи росту числа малих підприємств на 10 тис. населення у 2010–2019 рр. демонструють Чернівецька область (48,1%), місто Київ (39,5%), Кіровоградська та Волинська області (37,8%). Практично відсутнє зростання показника у Херсонській області і зовсім скорочується кількість малих підприємств на 10 тис. населення у Житомирській, Львівській та Чернігівській областях (відповідно -60,3%, -63,6% та -19,6%).

Ситуація, що складається в країні у частині розвитку малого бізнесу, звичайно обумовлюється цілою низкою чинників. Втім, хіба ж не основним є *політика сприяння розвитку*. Невипадково уряди розвинутих країн приділяють значну увагу якості та ефективності такої політики. Нещодавно було опубліковано порівняльний аналіз політик у сфері малого бізнесу, що охоплює групу з шести країн східного партнерства. Найкращі оцінки має Грузія, тож політика уряду цієї країни може слугувати певним орієнтиром для України. Ми зробили спробу порівняти рейтингові значення показників Індексу політики МСП у 2016–2020 рр. (рис.1).



Рис. 1. Рейтингові значення показників Індексу політики МСП у 2016–2020 рр. (Порівняння Україна-Грузія, % до середньої по країні)

Висновки

Результати аналізу дають можливість зробити такі основні висновки:

1. За період, що аналізувався, роль МСП в економіці країни поступово зростає: збільшується кількість підприємств та їх внесок у формування доданої вартості. Крім того, посилюється їх значення для забезпечення зайнятості населення. Незважаючи на те, що трохи менше половини всіх капітальних інвестицій припадає на великі підприємства, обсяги інвестицій з розрахунку на одного працюючого істотно зростають на середніх та малих підприємствах.

2. Галузева структура МСП змінюється таким чином, що під впливом процесів концентрації, істотно скоротилася кількість підприємств у фінансовій та страховій діяльності, у сфері тимчасового розміщування й організації харчування та у будівництві. Натомість суттєво зросла кількість середніх підприємств у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги, малих – на транспорті, у складському господарстві, поштової та кур'єрській діяльності, у сфері інформації та телекомунікацій та у постачанні електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря.

3. Порівняно з Грузією Україна продовжує відчутно відставати за всіма показниками Індексу політики МСП. Особливо це стосується таких, як: послуги розвитку бізнесу, державні закупівлі, інноваційна політика та інтернаціоналізація.

УДК 658.5.001

Горобченко О. А.,

канд. екон. наук, доцент б.в.з.

кафедри економіки та підприємництва,

ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ПРОФЕСІЯ «EVENT-МЕНЕДЖЕР»: МІФИ І РЕАЛІЇ

Незважаючи на те, що саме слово «event-менеджер» здається екстравагантним, ця професія далеко не нова і, як окремий вид, обособилась ще в кінці ХХ століття. На світовому ринку професія event-менеджер стає все більш популярною з кожним роком.

Сьогодні компанії готують заходи не тільки для реклами своїх товарів і послуг, але й використовують івенти (від англ. англ. event – подія) як інструмент позиціонування бренда. Підтвердженням цього слугують дані Міжнародної Ради Торгових Центрив (США, Нью-Йорк), який відзначає, що саме події краще приваблюють клієнтів і сприяють

підвищенню прибутків. Організаційний менеджмент як професія з'явилася в Діснейленді, перший парк якого був відкритий у 1955 році – так стверджує Джо Голдблатт, найвідоміший event-менеджер і винахідник першого в історії навчального курсу для цієї індустрії.

Саме по собі поняття «event-менеджер» складається з двох слів, запозичених з англійської мови, які в прямому сенсі означають «організатор заходу (події)», що як найточніше відображає суть діяльності фахівця. Event-менеджер – це професія, яка вимагає певних якостей, навичок і знань. Більшість людей поняття не мають (або, що гірше, мають неправильне поняття) про те, хто ж такий event-менеджер. Навіть такі порівняно нові професії, як менеджер соціальних медіа або контент-маркетолог для них виглядають ясніше. Саме час розповісти, що ж дійсно приховано за цією дивною назвою «event-менеджер».

Більшість людей думає, що event-менеджер – це весела професія і робота. Він ніби цілодобовий тусовщик, який заробляють гроші на розвагах. Як би не так! Якщо event-менеджер влаштовує виняткові події, то звісно у нього навряд чи буде хвилинка, щоб відпочити і повеселитися з іншими. Він не лише організовує захід, а й знаходиться на ньому, щоб простежити, що відвідувачі добре проводять час. Чим краще все проходить, тим важче йому доводиться. Після того, як захід закінчився, а учасники розійшлися, зони партнерів і прес-волли демонтовані, то для event-менеджера захід не завершений, поки він не виконає усі дії з алгоритму, обов'язкового до реалізації після того, як подія відбулася.

Слід зауважити, професія event-менеджера входить в ТОП-5 найбільш стресових робіт в світі! Адже організувати різноманітні виняткові події – це суцільний адреналін.

Отже, event-менеджер – це професіонал, який займається організацією та управлінням ділових, спортивних, розважальних заходів для компаній, фірм, організацій та приватних осіб. Він відповідає за розробку ідеї, складання сценарію, підбір місця проведення і персоналу (артистів, музикантів, офіціантів та інших осіб), донесення інформації до учасників, гостей, виконує інші організаційні завдання та приймає нестандартні рішення. Професія event-менеджера має на увазі постійне спілкування з підрядниками, клієнтами, тому він повинен володіти стресостійкістю, високим рівнем комунікабельності та працездатності, а також йому знадобляться креативність, життєрадісність та енергійність, лідерські якості, вміння вирішувати конфлікти.

До посадових обов'язків event-менеджера більшості компаній належать насамперед організація та управління такими бізнес-процесами як розробка концепцій, ідей, сценаріїв; складання кошторисів та календарних графіків; підбір приміщення, реквізиту та необхідного персо-

налу; організація всього необхідного для учасників і гостей; звіт і оцінка ефективності проведення заходів. Іноді в коло обов'язків такого організатора заходів входить узгодження всіх дій по підготовці заходу з клієнтами; контроль платежів замовників; залучення підрядників і управління їх роботою; узгодження роботи з іншими відділами (PR, реклами, продажів); ведення документообігу. Отже, до основних ролей event-менеджера, можна віднести такі як координатор, дизайнер, менеджер з продаж, дипломат, PR-менеджер, експерт по SMM, копірайтер. До основних посадових вимоги до event-менеджера належать: вища освіта; досвід роботи (як правило, від 2 років); володіння ПК; вміння працювати з артистами, майданчиками, підрядниками та event-агентствами; організаторські здібності. У деяких сучасних компаніях також вимагають водійські права категорії В, знання англійської мови (або деяких інших), досвід роботи з VIP-клієнтами.

Взагалі event-менеджер може працювати в компанії та отримувати стабільну зарплату або може бути фрілансером і отримувати гонорари в залежності від рівня складності організації івенту. У середньому «Івент-менеджер» в Україні заробляє 15 000 грн. За останні 3 місяці 2021 року це медіана заробітних плат за даними з 83 вакансії, розміщеної на Work.ua із заголовком «Івент-менеджер» і за схожими запитами-синонімами «Event manager», «Організатор заходів», «Концертний директор» та ін.

Отже, event-менеджер – це професія професіонала, який встигає завжди і скрізь! При цьому його головна мета – влаштувати грандіозний, винятковий захід, який стане для кожного його учасника незабутньою і феєричною подією.

УДК 368.54

Дранус В. В.,

*канд. екон. наук, доцент (б.в.з.) кафедри фінансів і кредиту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна*

ФОРМУВАННЯ СТРАХОВОГО ПОРТФЕЛЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІНІМІЗАЦІЇ ДІЇ РИЗИКІВ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ

Страховання ризиків сільськогосподарського виробництва є оптимальним способом забезпечення безперервності, збалансованості і стабільності розвитку аграрного ринку та одним із ефективних методів покриття збитків в аграрному секторі, оскільки страхові компанії за-

здаlegідь формують необхідні резерви для майбутніх виплат, не вдаючись до зовнішніх і внутрішніх позик. Основна мета страхування ризиків сільськогосподарських виробників – це часткова або повна компенсація суб'єкту господарювання втрат в зв'язку з реалізацією ризиків. Об'єктивна економічна необхідність використання страхування в сільськогосподарському виробництві пояснюється недостатніми можливостями держави і ринку забезпечити широку маневреність фінансових ресурсів господарюючих суб'єктів.

В цілому у сільськогосподарських виробників є багато можливостей регулювати ризики. Їх можна розділити на 2 основні групи: скорочення ризиків на підприємстві та трансферу і поділу ризиків з іншими суб'єктами фінансової діяльності.

Страхування як інструмент мінімізації ризиків є одним з складових етапу контролю ризику. Це дає можливість оцінити страхування як один з ключових механізмів реалізації програми управління ризиками на підприємстві, а роль в цьому страхової компанії (як постачальника страхових послуг) і її взаємодія з сільськогосподарським виробником набуває особливого сенсу. Страхування охоплює цілий ряд господарських явищ і є могутнім економічним інститутом сучасної економіки тісно стикаючись з різними сторонами виробничої діяльності в сільському господарстві.

Сучасний процес страхування у сільськогосподарському виробництві пов'язаний з виробничо-господарськими ризиками, які впливають на рішення, що пов'язані з вибором заходів і дій. В умовах ринкової економіки при проведенні портфельного аналізу враховується інвестиційна привабливість і прогнозована збитковість проекту, в тому числі втрати сільськогосподарського виробництва та збитки сільськогосподарських виробників. Таким чином, страхування робить позитивний вплив на виробничо-господарські можливості сільськогосподарських виробників і організацію раціонального використання ними наявних ресурсів.

Нами розроблено модель оцінки фінансової стійкості сільськогосподарських виробників на основі методики розрахунку коефіцієнта коливання і розсіювання виробничо-господарського ризику по всьому страховому портфелю, що містить однорідні ризики.

Суть моделі оцінки ризикогенного середовища сільськогосподарських виробників полягає у забезпеченні їх фінансової стійкості, завдяки, оцінці та мінімізації виробничо-господарських ризиків. При дослідженні виведено три аксіоми страхування: перша: ризик – це ймовірність, яка не може бути менше або дорівнює нулю; друга ймовірність ризику в страхуванні дорівнює одиниці; третя – величина ризику в

страхуванні не може бути більшою за одиницю. Поряд з прийнятими обмеженнями повинна бути виписана цільова функція, тобто максимізуюча і мінімізуюча величина, яка відображає інтереси страховика. Для вирішення поставленого завдання побудовану модель потрібно наповнити інформацією, а потім провести необхідні розрахунки даних. Розглянутий підхід дозволяє розкрити вплив сутності страхування ризиків на фінансові результати сільськогосподарського виробника та їх наслідків, що знайшло своє відображення у концептуальному підході щодо формування моделі вибору страхового портфелю. Підсумовуючи все вище зазначене зауважимо, що багатокритеріальним оптимізаційним завданням, в якому знайдено такі значення розподілів часток активів в портфелі, що одночасно забезпечують максимально можливе значення очікуваної прибутковості портфеля активів при мінімальному значенні ризику портфеля активів дозволяє визначити класифікацію типів страхового портфеля в залежності від ступеня ризику і прибутковості, яка підтверджує те, що для забезпечення фінансової стійкості страхового портфеля достатньо, щоб ступінь ризику був менше 1/3.

Дане дослідження дозволить в подальшому оптимізувати фінансово-економічні відносини між суб'єктами ринку аграрного страхування.

УДК 339

Дранус Л. С.,

*канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ТА ЗАСАДИ ВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах інтеграції в європейський простір виникає необхідність переорієнтації на зовнішньоекономічну діяльність. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності є передумовою стабільного розвитку держави, проте вимагає від підприємств належної організації міжнародного маркетингу, який має свою специфіку та особливості. Організація міжнародного маркетингу на підприємстві має здійснюватися на науково обґрунтованих концептуальних засадах і формуватись в рамках загальної маркетингової концепції суб'єкта господарювання.

До специфічних рис, що притаманні міжнародному маркетингу можна віднести:

- 1) складність при виборі цінової політики;

- 2) вплив політичних чинників країни-експортера та різні податкові системи країн-партнерів;
- 3) особливості зарубіжних споживачів та посередників;
- 4) відмінності в організації маркетингу;
- 5) специфічні види каналів комунікації та інструментарію маркетингу;
- 6) соціально-культурні фактори міжнародного маркетингу.

Вибір оптимальної для суб'єкта господарювання концепції міжнародного маркетингу залежить від: форми організації міжнародної діяльності; типу маркетингового комплексу; видів структурної побудови системи міжнародного маркетингу.

Серед форм організації міжнародної діяльності виділяють: експорт продукту, спільне підприємство, багатонаціональний маркетинг (транснаціональні корпорації).

Щодо типів маркетингового комплексу виділяють:

індивідуалізований маркетинговий комплекс – пристосування до кожного зарубіжного ринку чи його сегмента;

стандартизований – всі елементи маркетинг-міксу однакові для всіх міжнародних ринків чи їх сегментів, маркетинг-мікс товару не залежить від країни, в яку він експортується;

комбінований – деякі стандартні для всіх міжнародних ринків елементи маркетинг-міксу і деякі відмінні, тобто пристосовані до конкретних ринків, елементи маркетинг-міксу.

Для фірм, що діють на світових ринках, характерні три види структурної побудови маркетингу: мікропірамідальна структура, зонтична структура, міжнародний конгломерат (інтергломерат)

Мікропірамідальна структура, що має високий ступінь централізації. Стратегічні напрями розвитку міжнародного маркетингу визначаються централізовано, а закордонна діяльність підприємств має підлеглий характер. Характерною є стандартизація управлінських функцій і процесів у сфері маркетингу.

Зонтична структура, що заснована на наявності єдиного маркетингового центру, проте частина рішень щодо стратегічних завдань передана іноземним представництвам і філіям. За цієї структури системи міжнародного маркетингу досягається оптимальний ступінь децентралізації управління маркетингом.

Інтергломерат – являє собою комплекс міжнародних операцій, заснованих на багатонаціональній мультивиробничій діяльності. Може мати як зонтичну, так і мікропірамідальну структуру.

Міжнародна маркетингова діяльність може бути організована на засадах таких управлінських підходів:

1) функціонального (міжнародний маркетинг як сукупність управлінських функцій у сфері маркетингу);

2) процесного (міжнародна маркетингова діяльність як послідовність етапів управління);

3) ситуаційного (міжнародний маркетинг як сукупність дій щодо оперативного реагування на зміни в маркетинговому середовищі);

4) структурного (увага акцентується на формуванні відповідної організаційної структури управління міжнародною маркетинговою діяльністю);

5) системного (міжнародний маркетинг як єдина система елементів).

Найбільш оптимальним є розуміння маркетингу як способу мислення. Оскільки такий підхід дозволяє формувати єдине бачення міжнародного маркетингу, що охоплює не тільки сфери розподілу і збуту, а й постачання та виробництва.

УДК 658

Ищенко Н. М.,

канд. екон. наук, доцент,

ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Україна відноситься до держав з густою транспортною мережею, присутні майже всі види транспорту: наземний (залізничний, автомобільний, трубопровідний, в окремих містах для пасажирських перевезень використовується метрополітен), водний (морський, річковий), повітряний (авіаційний).

Автомобільний транспорт: Найдовшими за протяжністю є автошляхи – їх сукупна довжина складає 163 тис. км, переважна більшість з яких має тверде покриття, при цьому автошляхів Україна володіє 0,2% світових автошляхів (за показником протяжності) та посідає 32-ге місце у світі та 10-те місце в ЄС.

Залізничний транспорт. Посідаючи 15-е місце у світі і 4-е у ЄС за протяжністю залізниць, Україна має розгалужену систему залізничних шляхів протяжністю 21 тис. км, майже половина з яких є електрифікованою.

Водний транспорт. Даний вид транспорту представлений як морським, так і річковим транспортом. Наразі портова система України

складається з 18 морських портів, 13 з яких знаходяться на континентальній території України, і 5 портів – на тимчасово окупованій території АР Крим. За даними Міністерства інфраструктури загальна потужність підконтрольних портів та терміналів становить 313,3 млн. т. В Україні функціонують також приватні порти та перевантажувальні термінали (наприклад, МСП «Ніка-Тера»).

В останні роки зростає попит, особливо з боку зернотрейдерів та металовиробників, на перевезення внутрішнім водним транспортом в урахуванням зростання кількості перебоїв у роботі залізничного та автомобільного транспорту. В Україні є 3 судноплавні річки, дві з яких входять до ТОП-5 найбільших річок Європи (сумарна довжина судноплавних річок України, які використовуються як водні шляхи, становить 2,2 тис. км); функціонують 16 річкових портів та терміналів загальною пропускною здатністю 60 млн. т./рік.

З макроекономічної точки зору поширення використання внутрішнього водного транспорту є надзвичайно позитивним: 2 баржі та буксир за вантажопідйомністю еквівалентні 250 вантажівок, або 100 залізничним вагонам та 2 локомотивам. Використання внутрішнього водного транспорту призводить до економії на ремонті автошляхів: 1 млн. тон вантажів, перенаправлених з наземного транспорту на річковий, зменшує витрати на ремонт шляхів на суму до 1 млрд. грн. протягом 4 років. Такий вид транспорту є більш екологічним.

Повітряний транспорт. Інфраструктура повітряного транспорту включає 50 об'єктів (пасажирські, вантажні, військові аеропорти), 70% яких потребують модернізації; в 2021 р. пасажирські перевезення здійснювалися через 16 аеропортів.

Трубопровідний транспорт. Трубопровідні шляхи представлено газо- та нафтопроводами, їх довжина – понад 45 тис. км, з них 35 тис. км – газопроводи. За цими показниками Україна посідає 5-те місце у світі й поступається лише США, Росії, Канаді та Китаю.

ЛЕП. Україна має майже 22,5 тис. км магістральних та міждержавних ліній електропередачі різної напруги; за допомогою ЛЕП великої напруги (750 – 1 500 кВ) здійснюється експорт електроенергії.

Метрополітен. В Києві, Харкові та Дніпрі функціонують метрополітени з 88 станціями, 36 з яких побудовано за часів незалежності, в т.ч. під час відкриття метрополітену у м. Дніпро. Криворізький швидкісний трамвай іноді також відносять до метрополітенів через його ізолюваність та підземні ділянки.

Українська транспортна система тісно інтегрована у світову; чотири з десяти транс'європейських коридорів проходять територією України: три автомобільно-залізничні:

№ 3 (Дрезден – Краків – Львів – Київ);
 № 5 (Венеція – Будапешт – Ужгород – Львів);
 № 9 (Гельсінкі – Санкт-Петербург – Київ – Кишинів – Бухарест –
 Александрополіс, Греція),
 та 1 водний – № 7 (Дунайський).

Динаміка обсягів перевезень основними видами транспорту в Україні подана на рис. 1.

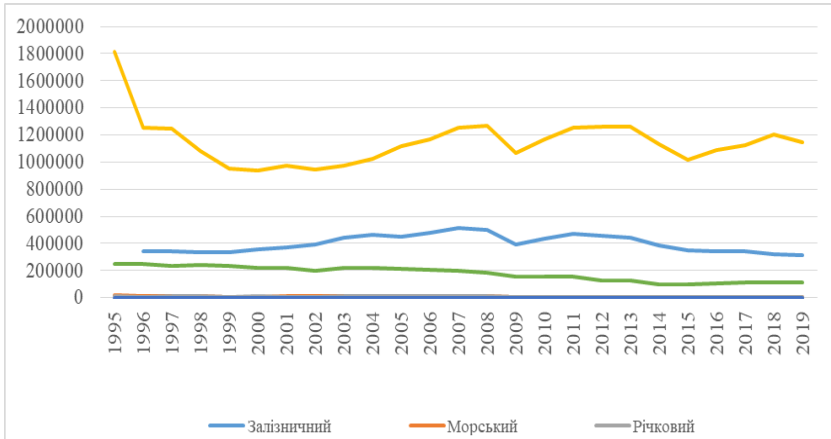


Рис. 1. Динаміка обсягів перевезень основними видами транспорту в Україні 1995–2019 рр., тис. т.

Україна має розроблену Транспортну стратегію до 2030 р., яка передбачає стрімкий розвиток всіх видів транспорту.

УДК 336.662

Нетудихата К. Л.,
 канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту,
 ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ІНСТИТУЦІЙНІ ПРОБЛЕМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Трансформація НІС України відбувається в умовах формування знаннєвої (постіндустріальної) глобальної економіки та переходу від

командо-адміністративної економіки до ринково-орієнтованої. Ці процеси накладаються та ускладнюють виконання стратегічного завдання щодо розбудови вітчизняної НІС, оскільки виникає безліч інституційних «пасток» (неефективних, але стійких інститутів), а також інституційний вакуум (відсутність необхідних інститутів). Інноваційне середовище стає інерційним, «в'язким». Все це дає негативні ефекти – контрінноваційність інститутів, формування інституційних муляжів інноваційної діяльності тощо. Отже, інститутам, природа яких повинна сприяти інноваційному розвитку, протистоять сильні інститути, що блокують інноваційний розвиток та перешкоджають йому – інституційні пастки та інституціональний вакуум.

За формування пасток відповідальні такі механізми: ефект координації; ефективність сполучення; ефект навчання; лобіювання; культура інерція (небажання змінювати стереотипи минулого). Серед інституційних пасток, що гальмують інноваційні процеси вчений Рамазанов Г. Т. відмічає такі: 1) психологічна неготовність, що виражається в неготовності до запровадження нових механізмів, байдужість по відношенню до існуючої проблеми; 2) індивідуалізація економічної влади замість розвитку партнерського, кооперативного підприємництва; 3) рентоорієнтована поведінка на протипагу інноваційній поведінці; 4) наздоганяючий розвиток та копіювання як метод руху перевіреним шляхом на протипагу відкриттю нового. В економічному плані копіювання представляється ефективною моделлю поведінки ніж впровадження інновацій, що пояснюється низькими витратами та мінімальними зусиллями для максимізації прибутку. Дана модель поведінки зміцнюється у зв'язку зі слабким контролем та покаранням за порушення авторства, неформальним прийняттям копіювання як звичної норми; 5) відмова від вкладення коштів у свій розвиток, що пов'язано з невизначеністю та небезпекою інвестування в інноваційний розвиток, з тривалим періодом очікування результату. В цьому випадку перевага підприємців віддається особистому доходу, 6) імітація інноваційної діяльності, яка веде до вкладання в сфальсифіковані відкриття та проекти, що виникає в наслідок наступних факторів: відсутність технічної перевірки у конкурсних експертів, слабкий контроль за реалізацією проекту, приватні зв'язки бізнесу з певними чиновниками.

Дані пастки не тільки зачіпають НІС, а і всю національну економіку. Чим раніше суспільство усвідомить небезпеки інституційних пасток та інституційного вакууму, тим менше будуть трансформаційні витрати щодо виходу з них. Існує два можливих варіанти виходу з ін-

ституційної пастки. Перший, еволюційний, при якому умови виходу формуються самою інноваційною або економічною системою, наприклад, руйнуванню інституційної пастки може сприяти прискорення економічного зростання, системна криза тощо. Другий, революційний спосіб – при ньому викорінення неефективної норми відбувається в результаті цілеспрямованих дій інституційного характеру, реформ, різного роду втручання держави. Таким чином, державне регулювання структурно-інституційної трансформації НІС стосується не тільки функціональних інститутів системи, а і різного роду інституційних пасток та вакууму. Адекватною моделлю інституційних змін сьогодні виступає модель еволюційного цілеспрямованого впливу, а механізм здійснення інституційних змін виступає в рамках інституційного проектування. Під інституціональним проектуванням традиційно розуміється діяльність, що спрямовано на розробку та впровадження моделі інституту.

Вчений Д. С. Петросян запропонував функціональну процедуру інституційного проектування, яку, на нашу думку, доцільно застосувати при розв'язанні проблем інституційних пасток та вакууму, що виникають в процесі трансформації НІС України. Вона включає наступні етапи: 1) постановка цілей інституційного проекту, тобто опис соціально-економічних результатів, які повинні бути досягнуті в результаті впровадження проекту; 2) розробка плану інституційного проекту, що містить варіанти досягнення поставлених цілей; 3) експертиза та вибір найкращого варіанту проекту на основі заданих критеріїв відбору варіантів проекту, таких як забезпечення мінімізації транзакційних витрат на здійснення варіанту проекту, ресурсна забезпеченість проекту, повнота врахування інтересів всіх економічних агентів, на регулювання поведінки яких будуть спрямовані результати інституційного проекту, період часу реалізації проекту; 4) узгодження та затвердження проекту; 5) виконання проекту з урахуванням досягнення його глобальної та локальних цілей, дотримання термінів і адекватного стимулювання проектувальників; 6) впровадження проекту, включаючи тиражування, адаптацію, просування та контроль результатів реалізації проекту; 7) корекція проекту та способів його впровадження, що дозволяє забезпечити безперервність інституційного розвитку в бажаному напрямку допоможе зменшити ризик появи та розвитку нових інституціональних пасток та вакууму.

Погромський В. О.,
канд. іст. наук,
доцент кафедри економіки та підприємництва,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

**ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ ДІЯЛЬНОСТІ
ПОЛЬСЬКО-АМЕРИКАНСЬКОГО КОМІТЕТУ
ДОПОМОГИ ДІТЯМ ТА АМЕРИКАНСЬКОЇ
АДМІНІСТРАЦІЇ ДОПОМОГИ (АРА) НА ТЕРИТОРІЇ
ПОЛЬСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ У 20–30-ті рр. ХХ ст.**

Перша світова війна спричинила до значних деструктивних наслідків, цей військовий конфлікт фактично підвів ризик під тогочасним світо устроєм. Як результат війни країни Європи отримали глибоку економічну кризу, спустошення промислових та аграрних районів, значні демографічні втрати, розорення залізничної мережі та серйозну соціальну скруту. Зубожіння населення призвело до погіршення життєвого рівня людей. Соціальні стандарти життя населення стрімко падали, значна кількість територій Східної Європи фактично опинились перед загрозою масштабної гуманітарної катастрофи. Ця катастрофа включала в себе голод, поширення пандемічних захворювань, слабкість державних інститутів та брак ресурсів. До позитивних наслідків Першої світової війни можна віднести реставрацію державності значної кількості національних країн в межах Східної Європи через фактичне припинення існування європейських імперій – Царської Росії, Австро-Угорщини, Османської імперії. Серед відновлених країн була і Польська Республіка. Саме цій країні надавалось вагоме значення з точки зору її стратегічного положення та тієї геополітичної ролі, яку мала б відіграти відновлена Польща в загальноєвропейській безпековій системі та економічних зв'язках.

Однією із перших країн, які надали підтримку Польщі були Сполучені Штати Америки. США розгорнули потужну гуманітарну компанію яку здійснювали за допомогою Американської адміністрації допомоги, широко відомої як АРА. Саме завдяки цій установі в межах Польщі було створено власні національні організації допомоги вагоме місце серед яких займає Польсько-американський комітет допомоги дітям.

Починаючи з 1918 року на території Польщі розгорнула свою діяльність американська гуманітарна організація Герберта Гувера – Американська адміністрація допомоги або АРА (American Relief

Administration (анг.)). Її основною метою було продовольче забезпечення нуждених польських дітей. АРА розгорнула цілу мережу столових по всій території Польщі. Треба відзначити, що для подолання наростаючої гуманітарної катастрофи в Польщі, АРА виділила 300 000 тонн продовольства.

Однією із особливостей усієї гуманітарної компанії в межах Польщі, що провадили США була організація національної польської допомогової установи, що отримала назву «Польсько-американський комітет допомоги дітям». Скорочений варіант назви цієї організації латиницею мав таку аббревіатуру – P.A.K.P.D. Уся установча документація цієї організації була готова влітку 1920 року. Варто зауважити що P.A.K.P.D. отримало естафету від іншої польської урядової організації – Polish State Children's Relief Committee (Польський державний комітет допомоги дітям), який діяв спільно із АРА у Східній Польщі після виведення більшовицьких військ. Основним завданням цієї гуманітарної організації було забезпечення харчування нужденного дитячого населення Польщі, надання медичної допомоги та видача теплих речей та взуття дітям.

У серпні 1920 року, американці та поляки розробили правила та статут нової спільної американсько-польської допомогової організації. Управління комітетом складалося з директора – американця та заступника директора – поляка.

Восени 1920 року був утворений «Польсько-Американський комітет допомоги дітям» його робота ґрунтувалась на системі децентралізації. Організація була заснована на засадах суворого контролю над підпорядкованими органами. Інспектори відвідували один або два рази на місяць філії. Проходила процедура перевірки пунктів роздачі їжі. Для ефективності роботи територія країни була розділена на 15 регіонів під керівництвом польських інспекторів. Місцеві комітети мали дуже важливу функцію, а саме – визначення дітей які найбільш потребували допомоги. Через труднощі, пов'язані з цим у містах (особливо великих) було створено спеціальні медичні пункти, які встановлювали стан здоров'я та харчування дітей. Крім цієї роботи, комітети визначали, які саме діти мають отримувати безкоштовне харчування. Щороку батьки платили мінімальну вартість харчування у розмірі 15% від вартості для покриття адміністративних витрат.

Повністю безкоштовно харчування надавалось сиротам та напів сиротам. Харчування та одяг для дітей надходили до Польщі переважно через порт Гданська а вже потім розповсюджувались по мережі P.A.K.P.D., всі транспортні витрати сплачував польський уряд, це ж стосувалось і зберігання гуманітарних вантажів. Особлива увага була

зосереджена на роботі в східній частині Польщі, яка зазнала особливих руйнувань та спустошень за часів Першої світової війни, та радянсько-польської війни, тут їдальні інколи діяли під відкритим небом. У 1920 році Комітет виділив 5 856 тонн їжі для дітей, які були розподілені у відділах в: Варшаву, Лодзь, Краків, Брест-Литовськ. У квітні цього року було виділено їжу для 1 262 772 дітей, з яких для 88 100 для дітей міста Лодзя.

У якості висновків, можна зазначити, що плідна діяльність американських гуманітарних організацій в країнах Східної Європи дала можливість зменшити важкість кризових явищ післявоєнного періоду. Намагання організувати допомогіві інституції національного характеру також сприяли підвищенню ефективності гуманітарних операцій. Найбільш дієвою та ефективною американською гуманітарною організацією у Польщі можна вважати Американську адміністрацію допомоги. Саме завдяки цій установі в межах відновленої Польщі було утворено ряд національних гуманітарних організацій. До таких організацій відносився і Польсько-американський комітет допомоги дітям.

УДК 336.17

Саваріна І. П.,
канд. екон. наук, доцент (б.в.з.) кафедри менеджменту,
Гавриленко В. Д.,
здобувач першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Цифрова трансформація стає одним з основних напрямків розвитку сучасного бізнесу, що обумовлено зростаючою кількістю користувачів Інтернету. Такий перехід до нового етапу цифрової економіки ставить перед менеджерами нові виклики та змушує їх змінювати структуру своєї роботи та роботи компанії.

Роль цифрових технологій в житті людей зростає рік від року. Так, за даними англійського рекламного агентства We Are Social, яке щорічно публікує звіт про стан цифрової галузі, аудиторія Інтернет-користувачів зростає зі швидкістю один млн осіб на день. Дані звіту Digital 2021, що продемонстровані на рис. 1.1 свідчать, що аудиторія користувачів Інтернету за рік зросла на 7,3% і склала 4,66 млрд чоловік, а це майже 60% від усього населення світу .

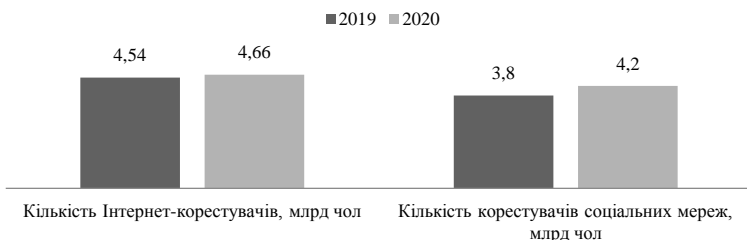


Рис.1.1. Digital around the world 2021 рік, млрд чол.

Джерело: <https://wearesocial.com/>

Таку ж тенденцію до зростання продемонстровано динамікою показників користування соціальними мережами - аудиторія соціальних медіа, станом на січень 2021 року, зросла на 13%, що становить майже 490 млн нових користувачів за рік. Однією з причиною такого різкого та суттєвого стрибка кількості користувачів соціальними мережами можна назвати пандемію, що була спричинена вірусом Covid19 та, як наслідок, введенням суворих карантинних обмежень в ряді країн світу. Так, за розрахунками, у 2020 році одна людина проводила в соціальних мережах в середньому 2 години 25 хв. Ці показники є вагомими для компаній, які продають свій товар або послуги, адже дозволяють сформувати потрібну цільову аудиторію та встановити з нею стабільний зв'язок.

За таких обставин, сучасний менеджмент починає тісно співпрацювати з маркетингом в соціальних мережах (Digital marketing), в основі якого лежить принцип органічного пошуку: чим вища активність на сайті або прив'язаній до нього сторінці в соціальних мережах, тим впевненіше зростає позиція сайту в пошуковій системі.

Залучення все більших елементів цифрових технологій в економіку призводить до суттєвих змін, які повністю змінюють всі вже відомі теоретичні та практичні аспекти ведення бізнесу, змінюються підходи до управління компаніями. Появи нових платформ, що виступають в якості онлайн-ринків, зумовлюють переорієнтацію економіки, яка стає все більш орієнтованою на дані, наслідком чого є зниження вартості на їх обробку та управління ними. Таким чином, володіння даними та інформацією стає більш цінним, ніж збереження у своїх руках матеріальних капіталів.

Таке активне використання Інтернет-ресурсів для ведення бізнесу призводить до чіткого розподілу інформаційних та фізичних потоків, що у свою чергу, є причиною до зниження вагомості вертикальної інтеграції для компаній. Все це вносить корективи в саму структуру ме-

неджменту, адже менеджери змушені детальніше формувати стратегію розвитку свого підприємства, беручі до уваги швидкоплинні тенденції на ринках та економіці в цілому, задля запобігання ризиків, які можуть негативно впливати на компанію, в першу чергу в технологічному плані.

Великий вплив на менеджмент компанії має так званий «ефект платформи», в основі якого лежить принцип, за яким компанії, що використовують цифрові технології, формують мережі. Ці мережі дозволяють об'єднати продавців та клієнтів, що дозволяє вирішити територіальні обмеження, зберегти час, витрачений на допоміжні операції та запропонувати більш широкий асортимент. Позитивним ефектом від цього є збільшення прибутків через охоплення більшої частини ринку.

Наразі менеджер стикається з впровадженням штучного інтелекту у свою роботу та роботу своїх підлеглих, що допомагає та робить здійснення діяльності більш ефективним але одночасно і призводить до появи нових ризиків. Так, в ситуації, за якою в стратегії компанії буде допущена помилка або реалізація буде не досконалою – умови цифрової економіки призведуть до суттєвих витрат та інших негативних наслідків.

Формування та реалізація ефективної стратегії за цих умов, потребує від менеджера оволодіння новими практичними та теоретичними знаннями, він повинен повністю бути впевненим у кваліфікації своїх підлеглих та їх можливостях в опануванні новими якостями та навичками, забезпечення проходження тренінгів з підвищення кваліфікації.

Цифрова трансформація – процес в якому не можливо не брати участь, це умова для роботи в сучасному світі, і менеджери повинні чітко відстежувати зміни та робити усе можливе для пристосування до них, адже даний процес призводить до збільшення їх впливу на роботу компанії, а отже, ефективна та своєчасна діяльність керівництва допоможе провести зміни в середині підприємства з найменшими втратами та зі збереженням конкурентних позицій.

УДК 005.322:316:46:35.07

Стоян О. Ю.,

*канд. екон. наук, доктор наук з державного управління,
доцент, завідувач кафедри менеджменту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна*

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ХАРИЗМАТИЧНОГО ЛІДЕРСТВА В УПРАВЛІНСЬКІЙ ТА ПУБЛІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасному глобалізаційному і технологічному світі високо-розвинуте управління характеризується високими стандартами якості

роботи і високою компетентністю працівників. Сучасні дослідники чітко усвідомлюють необхідність впровадження у систему управління високих стандартів корпоративної культури, завдання забезпечити наявність якої покладається на лідера-керівника. Це зумовлює науковий інтерес до дослідження сутності таких явищ, як лідерство, харизма, і зрештою, – харизматичне лідерство.

У певних аспектах першим почав наукове дослідження феномену харизматичного лідерства й харизматичного управління німецький соціолог М. Вебер. Саме він ввів, варіативне нині, поняття «харизма» в науковий обіг у зв'язку з розробкою своєї концепції про три типи влади: легально-раціоналістичну, традиційну та харизматичну. Вчений розробив класифікацію типів лідерів, до якої ввів поняття «харизматичного лідерства». На його думку, харизматичне лідерство походить своїм корінням у традиційне суспільство. Лідери, наділені харизматичними якостями найчастіше з'являються в країнах, які знаходяться у стадії розвитку, тому, що там міра розповсюдження харизматичних очікувань населення значно вища, ніж у розвинутих країнах. Дослідник підкреслює, що лідери подібного типу з'являються, як правило, у «смутний час», у критичні періоди розвитку суспільства.

Аналогічної думки дотримуються і прихильники месіанської парадигми Р. Ігвел і Т. Паппас, які зазначають, що кризові умови викликають у людей невпевненість у собі і страх за майбутнє. За таких обставин люди колективно і добровільно готові піддатися владі харизматичного лідера, який, у порівнянні з ними, демонструє впевненість і рішучість. У цей час люди гостро відчують потребу в появі саме харизматичного лідера, який міг би піднятися над корпоративними груповими інтересами, консолідувати і запропонувати шлях подолання кризи.

Д. Ебербах, об'єднавши у своїй концепції харизму й теорію відданості Дж. Боулі, стверджує, що у ситуації кризи послідовники отримують «харизматичну травму». Внаслідок цього відбувається їх деіндивідуалізація й посилення сімейної прив'язаності до лідера – харизматичної любові до однієї людини. Тобто, харизматичному лідерові дає владу й право використовувати директивний стиль ситуація кризи.

У цьому контексті деякі дослідники вкладають у поняття харизми негативний сенс, стверджуючи при цьому, що харизматичне лідерство особливо характерне для тоталітарних, або авторитарних політичних режимів. Як свідчить історія ХХ ст., практично всі тоталітарні режими спиралися саме на харизматичний тип політичного лідера (Ленін, Сталін, Гітлер, Тіто, Кім Ір Сен тощо). До того ж, цей тип спричиняє культ особистості – крайню, максимально завищену оцінку функцій і ролі політичного лідера в історії, яка виникає внаслідок непомірної концентрації політичної, економічної і соціальної влади у руках певної людини.

ни, а також, жорсткої залежності підлеглих не від результатів своєї праці, а від прихильності керівництва. У поєднанні з постійною тоталітарною ідеологічною пропагандою, така ситуація, відображаючись у масовій свідомості, породжує у людей віру в надзвичайні здібності правителя, страх і рабську покірність. Але, в той же час, на думку М. Вебера, харизматичний лідер у кризові періоди розвитку суспільства здатен стати генератором його революційного оновлення.

З іншої точки зору, світова практика свідчить про наявність харизматичних якостей у політичних лідерів, які явно не претендують на ліквідацію демократичних устроїв у своїх державах. В якості прикладів таких лідерів можна назвати М. Тетчер, Ш. де Голля, Ф. Рузвельта, У. Черчілля, К. Аденауера. Ці видатні політичні діячі, без сумніву, володіли високою мірою заповзятості, вмінням знайти правильне рішення у складній ситуації, максимальною цілеспрямованістю, і «залізною» волею. У зв'язку із цим, харизматичне лідерство розглядається як управлінська здатність змусити звичайних людей поводитись екстраординарно в екстремальній ситуації.

Підсумовуючи вищенаведене резюмуємо: у більшій мірі появі харизматичного лідерства, і як наслідок, харизматичного управління сприяє наявність кризових явищ і критичних періодів, однак відсутність екстремальних умов не виключає можливості появи харизматичних лідерів, що асоціюються у колективній свідомості з сильним типом особистості, здатним згуртовувати, мотивувати, вести за собою і досягати корпоративних цілей.

Використовуючи метод спостереження, слід зауважити, що майже кожна особа сфери публічного управління, особливо високого рангу, хотіла б мати харизматичну популярність. Але, у той же час, не кожна з них володіє яскраво вираженими харизматичними якостями. Дослідники А. Гуцал та С. Недбаївський констатують той факт, що харизма – один із найважливіших аспектів політичного лідерства та публічного управління, який характеризується активним проявом і демонстрацією енергії, що здатна «пробуджувати» архетип.

К. Юнг вважає, що акмеологічна характеристика особистості лідера передбачає наявність у нього таких якостей, як інтуїція, воля, впевненість у собі, активність і цілеспрямованість, здатність до психологічного зараження (персональний магнетизм), емоційно-вольова стійкість, психологічна захищеність, рефлексивність, креативність, прогностичність, які можуть стати очевидними через зовнішні прояви. Особистісні якості харизматичного лідера віддзеркалюють його потребу у владі. Будучи неординарними, морально стійкими і сильними, харизматичні лідери у своїй управлінській діяльності вміло ризикують не тільки своєю власною репутацією, а й статусом самої організації.

У зв'язку із цим, до якостей запропонованих К. Юнгом додамо такі: енергійність (серед підлеглих створюється відчуття, що керівник випромінює і проєцирує на них свою енергію), стигматизм (наявність видимих ознаки, за якими безпомилково ідентифікується лідер-керівник), комунікабельність, ораторські здібності, адекватне сприйняття себе. Відомі історичні факти переконливо свідчать про те, що якщо особа сфери управлінської та публічної діяльності не наділена харизмою, то вона має менший позитивний управлінський вплив на колектив, на відміну від харизматичного лідера-керівника, управлінський вплив якого характеризується більшою стійкістю і тривалістю. У зв'язку із цим, влада харизми і її вплив широко використовуються у сучасній практиці публічно-управлінської діяльності. Більшість із дослідників-управлінців переконана, що харизму слід розглядати як взаємодію або особливий тип відносин між харизматичним лідером-керівником і його послідовниками-підлеглими.

Американським дослідником Р. Хаусом була розроблена теорія харизматичного лідерства, що ґрунтується на інтерактивному підході й підкреслює, що харизма пов'язана з особливим типом відносин між лідером і послідовниками.

З метою вироблення у публічних осіб псевдо-харизматичних якостей використовуються різні технологічні прийоми, серед яких можна виділити такі, як: «екстремальна готовність», «вистава що запам'ятовується», «ідеологія спасіння», «оновлення», «демонстративна самостійність», «ефективна утилізація невдач», «прийти зі сторони», «відрізнитися від інших», «здивувати прибічників», «перемогти ворогів», «придумати ритуал» тощо. Варто зазначити, що використання сучасних технологій дозволяє підміняти природну харизму штучною. Відтак, при вивченні харизми, особливо в політології, політичній соціології, почали домінувати поведінковий та атрибутивний підходи. Висновки багатьох учених були досить радикальними.

Харизматичне лідерство в контексті управлінської та публічної діяльності є явищем багатовекторним та багатоаспектним. Для його появи необхідний відповідний ґрунт. Воно складається, як мінімум, з тріади компонентів: об'єкт (харизматичний лідер-керівник), суб'єкт (підлегли-послідовники які сприймають дані харизматичні якості, і у яких із лідером є солідаризація й інтерналізація їх бачення та цінностей) і обставини, у яких можуть реалізуватися харизматичні якості лідера, і в той же час, можуть бути сприйняті оточуючими. Дані компоненти є змінними, а отже, і варіативним вбачається ступінь впливу харизматичного лідера-керівника на підлеглих-послідовників.

Ключові аспекти харизматичного лідерства в контексті управлінської та публічної діяльності полягають у можливості: харизматичного

лідера-керівника здійснювати управління у прямій і безпосередній формі; швидше досягати корпоративних цілей; легшого сприйняття нововведень та реформаторських змін; створення сприятливого й комфортного робочого середовища (за умови конструктивного харизматичного лідерства, а не «деструктивно нарцисичного»).

УДК 336.22

Лушко С. М.,
*викладач кафедри фінансів і кредиту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна*

ФАКТОРИ ВИБОРУ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Метою діяльності будь-якого суб'єкта господарювання (СГ), що створений з метою отримання прибутку (доходу) виступає максимізація прибутку та мінімізація ризиків. Варто зазначити, що ідеальної бізнес моделі, яка б забезпечувала дану мету не існує. Оскільки СГ можуть провадити різні види діяльності чи надавати послуги, мати різну кількість працівників, обсяги доходів, різних контрагентів, рівень рентабельності тощо. Тому, при виборі організаційно-правової форми та системи оподаткування необхідно враховувати низку факторів.

Перше, на що слід звернути увагу, це відповідальність. Так, Відповідно до ст. 52 Цивільного кодексу України (ЦКУ), фізична особа-підприємець (ФОП) відповідає за зобов'язаннями, пов'язаними з підприємницькою діяльністю, усім своїм майном, а також часткою у праві спільної власності подружжя, яке належатиме їй при поділі цього майна. При цьому, якщо після припинення своєї діяльності у ФОП залишаться борги зі сплати податків чи ЄСВ або обов'язки за укладеними договорами, то при повторній реєстрації як ФОП вони не припиняються. Натомість, при реєстрації СГ як юридичної особи (ЮО), (товариство з обмеженою відповідальністю, приватне підприємство, акціонерне товариство) відповідно до статті 96 ЦКУ, засновники несуть відповідальність окремо за своїми зобов'язаннями, та не відповідають за зобов'язаннями свого засновника. Це є більш вигідно у тому випадку, коли у боржника-юридичної особи майна не достатньо для погашення усіх своїх зобов'язань, оскільки в даному випадку засновника до майнової відповідальності притягнути неможливо.

Наступний критерій – це швидкість отримання готівкових коштів. ФОП, може знімати з банківського рахунку кошти (при цьому спла-

тивши лише банківську комісію близько 1% від суми). А у випадку ведення бізнесу як юридична особа (ЮО), кошти можна отримати виплативши дивіденди (при цьому необхідно сплатити військовий збір 1,5% та ПДФО 5% якщо дана ЮО платником податку на прибуток в Україні або ПДФО 9%, якщо ЮО є платником єдиного податку).

Після обрання організаційно-правової форми СГ може обрати одну з двох систем оподаткування: або загальну, або спрощену. Кожна з них має свої переваги та недоліки і може виявитися більш вигідною в кожному конкретному випадку.

До факторів, які треба врахувати при здійсненні вибору треба віднести наступні.

1. СГ, що не можуть обирати відповідну систему оподаткування. Зокрема, п. 291.5 ПКУ визначає перелік СГ, які не можуть обрати спрощену систему оподаткування. Як приклад можна назвати осіб, які мають податковий борг, нерезидентів; юридичних осіб, в статутному капіталі яких сукупність часток, що належать юридичним особам не-платникам єдиного податку, дорівнює або перевищує 25 %; представництва, філії, відділення та інші відокремлені підрозділи юридичної особи, що не є платниками єдиного податку тощо.

2. Обмеження щодо видів діяльності. У п.п. 291.5.1. наведено перелік діяльностей, здійснюючи які СГ не можуть бути платниками єдиного податку. Наприклад, діяльність з організації, проведення азартних ігор, лотерей, обмін іноземної валюти, виробництво, експорт, імпорт, продаж підакцизних товарів та ін.

3. Обмеження за обсягом доходу. На загальній системі оподаткування обмежень за обсягом доходу немає. Тоді як на ССО встановлені ліміти для платників ЄП I–III груп. Так, для I групи цей ліміт встановлено на рівні 167 мінімальних заробітних плат (МЗП), для II – 834 МЗП і для III – 1167 МЗП.

4. Обмеження за кількістю найманих працівників. Дані обмеження є лише для ССО для платників I і II групи. На I групі найманих працівників бути не може, а на II – до 10 включно.

5. Облік доходів і витрат. ФОП на загальній системі оподаткування мають вести книгу обліку доходів і витрат, а на спрощеній – книгу обліку доходів (в довільній формі), якщо не платник ПДВ та книгу обліку доходів і витрат, якщо платник обрав III групу за ставкою 3% зі сплатою ПДВ.

6. Особливості реєстрації як платника ПДВ. Відповідно до п. 181.1 ПКУ СГ на загальній системі оподаткування зобов'язаний зареєструватися як платник ПДВ, якщо загальна сума від здійснення операцій з постачання товарів/послуг, що підлягають оподаткуванню, у тому чис-

лі з використанням локальної або глобальної комп'ютерної мережі, нарахована (сплачена) такій особі протягом останніх 12 календарних місяців, сукупно перевищує 1 мільйон гривень (без урахування ПДВ). При цьому, якщо обсяги оподатковуваних операцій відсутні або є меншими від встановленої суми, СГ має право добровільно зареєструватися як платник ПДВ.

СГ, які обрали спрощену систему оподаткування звільняються від сплати ПДВ, окрім платників ЄП III групи, які обрали ставку 3% зі сплатою ПДВ.

7. Об'єкт оподаткування. На загальній системі оподаткування для юридичної особи об'єктом оподаткування є прибуток (за даними бухгалтерського обліку), а для ФОП – чистий дохід. Тобто, на загальній системі оподаткування оподатковується дохід, зменшений на суму виробничих витрат. На спрощеній системі оподаткування оподатковується весь дохід (виручка).

8. Ставки податку. На загальній системі ЮО сплачують податок на прибуток підприємства за ставкою 18%, а ФОП сплачують ПДФО за ставкою 18% та військовий збір за ставкою 1,5%.

На ССО ставки ЄП залежать від групи. Для I групи ставка ЄП становить до 10% від прожиткового мінімуму для працездатної особи. Для II групи – до 20% від мінімальної заробітної плати. Для III – 3% або 5% від доходу.

9. Порядок здійснення розрахунків з контрагентами. Платники ЄП повинні здійснювати розрахунки за відвантажені товари (виконані роботи / надані послуги) виключно в грошовій формі (готівковій або безготівковій). СГ на загальній системі оподаткування можуть працювати по негрошовій формі розрахунку (бартер, взаємозалік тощо).

10. Сплата ЄСВ. Сплата буде відрізнятися для ФОП залежно від системи оподаткування. Так, на загальній системі базою нарахування є чистий дохід (з урахуванням мінімального та максимального страхового внеску), а на спрощеній – мінімальна заробітна плата.

Даний перелік факторів не є вичерпним. Його можна доповнити порядком сплати податку, вимогами до подання звітності, пільгами по сплаті податків і зборів тощо.

Окрім того при виборі системи оподаткування враховують маржу (різниця між виручкою і собівартістю товару, виражається в грошових одиницях) або рентабельність (відношення прибутку до виручки помноженого на 100%, виражається у відсотках).

Так, серед рекомендацій загального характеру можна виділити наступні: якщо рентабельність менша за 10–12% – доцільніше обрати загальну систему; якщо рентабельність більша за 25–30% – вигідніше

обрати спрощену систему; якщо рентабельність складає 15–20 % – краще обрати загальну систему, якщо ви не є платником ПДВ, у разі ж сплати ПДВ краще буде обрати спрощену систему.

Але, найбільш точно можна зробити вибір на користь тієї чи іншої системи оподаткування шляхом порівняння результатів розрахунків кількох альтернативних варіантів з використанням прогнозних сум доходів та витрат та врахування усіх зазначених факторів.

УДК 657

Руда А. С.,
*старший викладач кафедри обліку і аудиту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна*

ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ: БІБЛІОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ ДИСЕРТАЦІЙНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Бібліометричний аналіз є одним із ефективних методів наукового пошуку. Аналіз тематики наукових досліджень надає змогу за допомогою статистичних показників виявити місце енергоефективності в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених, а також визначити актуальні питання облікового забезпечення системи енергетичного менеджменту.

Для аналізу загального обсягу дисертацій та наукових статей за даною тематикою здійснено вибірку дисертацій, в назві яких зустрічається категорії «енергоефективність», «енергетична ефективність», «енергозбереження», «енергетичний менеджмент» в Національному репозитарії академічних текстів України та Національній бібліотеці Російської Федерації. На основі отриманих результатів проведено аналіз дисертаційних досліджень в розрізі наукових ступенів та спеціальностей, а також відображено динаміку захищених дисертацій за роками захисту (рис.1).

На рис. 1 чітко простежується поступове збільшення кількості дисертаційних досліджень у період з 2001 по 2021, що підтверджує інтерес науковців до цієї теми та необхідність проведення подальших досліджень. На відміну від України, в Російській Федерації спостерігається послаблення інтересу науковців до проблем енергоефективності та енергозбереження протягом останніх 7 років.

В Україні, за даними Національного репозитарію академічних текстів, в період з 2001 по 2021 роки та виявлено 175 авторефератів на здобуття ступеня кандидата і доктора наук: кількість дисертацій в межах

технічних наук нараховує 102, що становить 58,29%, в межах економічних спеціальностей – 65, що становить 37,14%, з державного управління – 4, що становить 2,29 %, в межах юридичних наук – 2, що становить 1,14%, з архітектури та сільськогосподарських наук по 1 роботі або 0,57 % від загальної сукупності робіт.

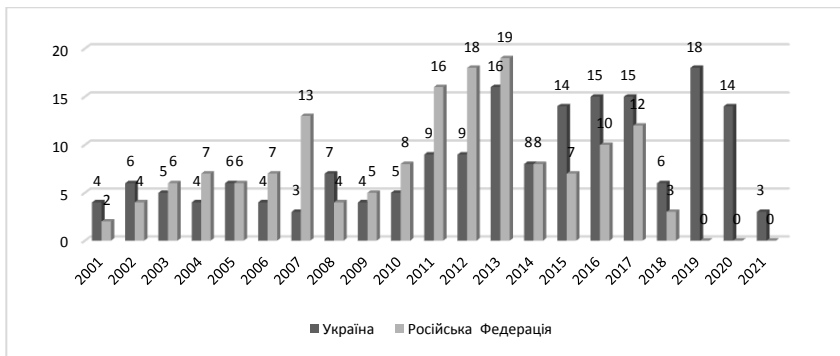


Рис.1. Динаміка захисту дисертацій проведених в Україні та Російській Федерації протягом 2001–2021 рр. з проблеми енергоефективності, енергозбереження та енергетичного менеджменту

Здійснивши вибірку у Електронному каталозі авторефератів дисертацій Російської державної бібліотеки за заданим параметром «Энергоэффективность», «Энергосбережение», «Энергетический менеджмент», одержано 155 авторефератів на здобуття наукових ступенів кандидата і доктора наук за технічними, економічними та іншими науками протягом 2001–2021 років. На відміну від України, найбільшу частку – 61,94 % від усіх захищених робіт складають роботи на здобуття ступеня кандидата і доктора економічних наук.

У таблиці 1 систематизовано дані про кількість захищених дисертацій в Україні та Російській Федерації в розрізі спеціальностей в межах економічних наук.

Виходячи з даних таблиці 1, слід зазначити, що зі спеціальності 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» відсутні роботи на здобуття наукових ступенів кандидата та доктора економічних наук, що говорить про необхідність розкриття проблем обліково-аналітичного забезпеченню енергетичного менеджменту на підприємстві.

Таблиця 1

**Аналіз дисертаційних досліджень
з проблем енергоефективності в розрізі спеціальностей
за економічним напрямом (2001–2021 рр.)**

| Шифр спеціальності | Назва спеціальності | Кількість | % |
|---|--|-----------|-------|
| Україна | | | |
| 08.00.02 | Світове господарство і міжнародні економічні відносини | 2 | 1,24 |
| 08.00.03 | Економіка та управління національним господарством | 14 | 8,70 |
| 08.00.04 | Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) | 31 | 19,25 |
| 08.00.05 | Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка | 7 | 4,35 |
| 08.00.06 | Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища | 2 | 1,24 |
| 08.02.03 | Організація управління, планування і регулювання економікою | 2 | 1,24 |
| 08.06.01 | Економіка, організація і управління підприємствами | 1 | 0,62 |
| 08.06.02 | Підприємництво, менеджмент та маркетинг | 1 | 0,62 |
| 08.07.01 | Економіка промисловості | 2 | 1,24 |
| 08.07.02 | Економіка сільського господарства і АПК | 1 | 0,62 |
| 08.08.01 | Економіка природокористування і охорони навколишнього середовища | 2 | 1,24 |
| Разом захищених дисертацій за економічним напрямом в Україні | | 65 | 40,37 |
| Російська Федерація | | | |
| 08.00.01 | Економічна теорія | 2 | 1,24 |
| 08.00.05 | Економіка та управління народним господарством | 86 | 53,42 |
| 08.00.05, 08.00.13 | Економіка і управління народним господарством/Математичні і інструментальні методи економіки | 1 | 0,62 |
| 08.00.10 | Фінанси, грошовий обіг і кредит | 2 | 1,24 |
| 08.00.13 | Математичні і інструментальні методи економіки | 2 | 1,24 |
| 08.00.14 | Світова економіка | 1 | 0,62 |
| 05.02.22 | Організація виробництва в промисловості | 2 | 1,24 |
| Разом захищених дисертацій за економічним напрямом в Російській Федерації | | 96 | 59,63 |
| Разом | | 161 | 100 |

Лопатін А. О.,
аспірант,
Іщенко Н. М.,
канд. екон. наук, доцент,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОГНОСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ЗА ДОПОМОГОЮ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Швидкий розвиток інтелектуальних транспортних систем (ІТС) викликає необхідність використання методів інформаційно-прогностичного забезпечення щодо руху та трафіку. Ці методи відіграють важливу роль в успіху підсистем ІТС, таких як Advanced Traveller Information System (ATIS), вдосконалені системи управління дорожнім рухом, вдосконалені системи громадського транспорту та експлуатації комерційних транспортних засобів.

Методи інформаційно-прогностичного забезпечення логістичних систем за допомогою технологій штучного інтелекту засновані головним чином на аналізі даних, що є традиційною галуззю використання штучного інтелекту. Суть полягає у виявленні закономірностей у великих обсягах даних. Це передбачає використання статистичних розрахунків, елементів теорії ігор, семантичних процесів та методів дослідження операцій на основі математичного моделювання.

У роботі Нузолло та ін. автори досліджують методи, застосовні для короткострокового прогнозування в режимі реального часу користувачів громадського транспорту, які чекають на зупинках, а також пасажирів, що вже знаходяться у транспорті. Така інформація потенційно дає змогу операторам ефективніше контролювати транзитні поїздки, а також допомагає мандрівникам визначитися з найкращим маршрутом у перевантажені години. Для передачі цієї інформації потрібна інтеграція між системами громадського транспорту та ІТС. Подібно до цього служби спільного користування транспортом, або таксі, такі як Uber та Didi Chuxing, збільшили можливість збору великих обсягів даних. Штучний інтелект може скористатися цими даними, щоб прогнозувати пасажиропотік, щоб уникнути порожніх транспортних засобів, що натомість зменшить затори, викиди CO₂ та як наслідок сукупні витрати на пасажирські перевезення.

Подібним чином у роботі Мукай та ін. прогнозують попит на послуги таксі в Токіо, використовуючи багат шарові нейронні мережі.

Вони збирають дані із системи таксометрів, в яких таксі обладнано датчиками, що реєструють інформацію (наприклад, місце розташування таксі). Результати показали, що дані попиту за 4 години з наявними 50 нейронами у прихованих шарах забезпечували таку точність прогнозування, що дозволяла компаніям відносно більшу доходність. Також інше дослідження прогнозувало попит на поїздки на таксі за допомогою методів глибокого машинного навчання (deep machine learning, DML) з використанням наборів даних таксі з Нью-Йорка. DML перевершував інші методи машинного навчання, хоча і мав ряд недоліків.

Тож, з наведених досліджень можна виявити, що використання інформаційно-прогностичного забезпечення логістичних систем за допомогою технологій штучного інтелекту має ряд імплементованих рішень та потенційно довершує існуючі моделі. Крім позитивного ефекту на дохідність компаній-перевізників, сервісів таксі та систем громадського транспорту, методи штучного інтелекту, що застосовуються при прогнозуванні трафіку здатні допомогти в передбаченні та запобіганні дорожніх аварій. У подальших дослідженнях на думку автора слід розширити інформаційно-прогностичне забезпечення на більше коло проблем ланцюга поставок та логістики в цілому.

УДК 336.66

Овчинникова О. М.,
здобувач третього (PhD) рівня вищої освіти
факультету економічних наук,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ДИСИПАТИВНА СИСТЕМА: СИНЕРГЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО АДАПТАЦІЙ КАПІТАЛУ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Розглядаючи суб'єктів господарювання як складову економічної системи, зважаючи на те, що підприємства є симбіозом майна, знань, вмінь, навичок, підприємницьких амбіцій, досвіду, певних матеріальних та нематеріальних надбань, варто зауважити, що адаптація до економічних умов є запорукою ефективного господарювання.

Капітал підприємства є розгалуженою мультифункційною системою аналогічною до екосистеми, що формується із майна, незалежно від форми прояву, та низки соціально-економічних складників (Рис. 1).



Рис. 1. Структурні компоненти системи капіталу

Саме такий симбіоз взаємофункціонуючих компонент забезпечує безперервне функціонування підприємства на всіх його життєвих етапах. Оскільки основною метою господарювання є отримання прибутку, а капітал як мультифункційна система є запорукою успішної господарської діяльності, то у широкому розумінні можна ототожити капітал із підприємством. На думку Домбровського О., будь-який організм або система, як множина організмів, змушені пристосовуватися до змін навколишнього середовища, підприємство (капітал) змушені адаптуватися відповідно до наявних умов зовнішнього впливу.

Кузнецов Б. стверджує, що економічна система є відкритою дисипативною системою, умови функціонування фірм в сучасних економічних реаліях мають ознаки нестабільності та непостійності, отже кожне підприємство для успішного господарювання в актуальних ринкових умовах має адаптуватися до зовнішніх чинників впливу. Через це капітал постійно перебуває в стані адаптації, яка ототожнюється із безперервним процесом еволюції (зміни чи пристосування до навколишніх умов) аналогічно до живих організмів.

Адаптацію варто розглядати в якості використання сукупності знань, вмінь та навичок, носіями яких є представники людського капіталу, що здатні поєднати інші форми нематеріальних цінностей із матеріальними та гармонізувати процеси господарювання.

Варто розрізняти миттєву адаптацію, яка дозволяє оперативного відреагувати на вплив дестабілізуючого фактору, та стійку адаптацію, що дає змогу виявляти потенційні дестабілізуючі фактори впливу. Проявом миттєвої адаптації слугують зміни фінансових результатів діяльності. В свою чергу системна (стійка) адаптація спрямована на комплексну зміну та пристосування матеріального і нематеріального майна. Розробка механізмів та інструментарію адаптації стає можливою в результаті визначення низки цілей, окреслити які можливо після аналізу потенційних задач та наявних «вузьких місць».

Таким чином, запорукою успішного синергізму стає саме поєднання матеріальних та нематеріальних цінностей, об'єднаних у мультифункціональну систему. Як вважає Домбровський О., гуртування усіх видів капіталу в єдину систему дозволяє подолати проблему дихотомії (множинності) і розглядати капітал в якості цілісної відкритої економічної системи, що має внутрішню структуру, на динаміку якої впливають різноманітні фактори зовнішнього і внутрішнього впливу.

Отже, розглядаючи капітал підприємства як розгалужену систему, що складається із компонент нематеріальних та матеріальних цінностей, можна виокремити фактори впливу на складові різнорідних форм майна підприємства. Наявність специфічних інструментів впливу на складові дисипативної системи капіталу дасть змогу врівноважити та стабілізувати процеси підприємництва. Гармонізація господарювання призведе до ефективної адаптації підприємств, що позитивно вплине на їх розвиток та відповідним чином забезпечить соціально-економічний розвиток регіонального та національного господарства.

УДК 336.663

Семененко Г. М.,
здобувач третього (PhD) рівня вищої освіти
факультету економічних наук,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

АНАЛІЗ СТРУКТУРИ РОБОЧОГО КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ВАРТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ

Перманентний розвиток бізнес-середовища формує нові концепції бачення організації та ведення бізнес-процесів, продукує нові орієнтири та цілі діяльності суб'єктів. Так все більшої популярності набирає переорієнтація цільового бачення діяльності підприємства з підвищення прибутковості та операційної ефективності на зростання вартості компанії.

Важливу роль в управлінні вартістю має глибоке розуміння того, які саме параметри фактично визначають вартість бізнесу. Оскільки операційна діяльність компанії – це її основна діяльність, яка впливає на фундаментальну вартість через показники ефективності формування та використання матеріальних, фінансових, трудових, інтелектуальних та інших ресурсів. Найважливішим аспектом операційної діяльності компанії є багатоканальне управління оборотними активами.

Для обґрунтування управлінських рішень щодо оборотного капіталу використовуються такі аналітичні процедури, як аналіз динаміки, структури, ефективності використання оборотних активів, оцінка тривалості виробничого, операційного та фінансового циклів та інші.

Проведена оцінка ваги оборотних активів (далі ОА) в структурі активів промислових підприємств України, що продемонстровано на рис. 1, показала, що за період 2013–2017 рр. їх доля значно зросла, а саме на 11,87%. В основному це зростання забезпечено нарощуванням дебіторської заборгованості (табл. 1). Починаючи з 2017 року розпочався період спаду.



Рис 1. Частка робочого капіталу в структурі підприємств промисловості України

У структурі ОА явно переважає дебіторська заборгованість (понад 60%), причому із тенденцією зростання частки. Доля запасів, поточних фінансових інвестицій та грошових активів поступово зменшується. Частка поточних біологічних активів є самою мінімальною з усіх складових ОА.

Значна частка ДЗ в активах може стати дестабілізуючим фактором фінансового стану підприємства. Дебіторська заборгованість – це активи, які фактично випадають з обороту компанії, вона є однією з головних причин формування касових розривів, що значно сповільнюють (та навіть переривають) бізнес-процеси на підприємстві. Велика частка ДЗ несе загрозу фінансовому стану підприємства через високий ризик виникнення безнадійної заборгованості, крім того зростають витрати, що пов'язані з її поверненням.

Таблиця 1

Структура оборотних активів промислових підприємств України

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------------------------|--------|--------|----------|-----------|-----------|-----------|
| ОА | 789188 | 838709 | 931277,7 | 1201590,5 | 1472472,2 | 1781004,4 |
| Запаси/ОА | 26,21 | 26,63 | 25,01 | 24,13 | 23,83 | 23,46 |
| Поточні біол. активи/ОА | 0,13 | 0,13 | 0,12 | 0,12 | 0,17 | 0,16 |
| ДЗ/ОА | 62,28 | 61,06 | 63,16 | 63,87 | 64,83 | 65,49 |
| ПФІ/ОА | 1,55 | 1,55 | 1,41 | 1,90 | 0,86 | 0,65 |
| ГК/ОА | 5,98 | 6,24 | 6,48 | 5,75 | 5,48 | 4,94 |

Варто відмітити значне переважання частки грошових коштів над поточними фінансовими інвестиціями, що демонструє деяку проблему в оптимізації тимчасово вільних коштів, адже з раціонального боку їх слід інвестувати в доступні інструменти з метою отримання додаткового прибутку, або хоча б для захисту від впливу інфляційних процесів.

Якщо звернутися до галузевого розрізу, а саме галузі виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, що є однією із вагоміших галузей промисловості, то загальні трендові зміни зберігаються. Проте загальна частка ОА в активах є вищою і коливається в межах 65–75%. Значна частка оборотних активів в підприємствах даної галузі обумовлена її особливостями.

Отже, робочий капітал, як основа функціонування виробничого підприємства відіграє важливу роль у формуванні вартості фірми як прямо так і опосередковано, тому аналіз даної компоненти потребує усестороннього та поетапного розгляду з метою виявлення сили та характеру цього впливу.

УДК 336.71

Філімонова О. Б.,*канд. екон. наук, доцент (б.в.з.) кафедри фінансів і кредиту,***Джигалюк Д. В.,***здобувач третього (PhD) рівня вищої освіти**факультету економічних наук,**ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна***МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В
УПРАВЛІННІ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ**

У сучасному діловому світі однією з основних цілей діяльності підприємств є повернення інвестованої та акумулювання нової вартостей. При цьому вирішальну роль у формуванні вартості, зазвичай, віді-

грають процеси управління капіталом. Саме вартість бізнесу та підходи до управління капіталом є визначальними факторами при аналізі діяльності та оцінці життєздатності підприємства та прийнятті інвестиційних рішень.

Одним із широковживаних вартісно-орієнтованих показників для дослідження та реалізації процесів управління капіталом є Economic Value Added (EVA), або модель економічної доданої вартості. Це модифікація показника залишкового доходу, що фокусується на вимірі дохідності з урахуванням альтернативних витрат компанії, тобто економічного прибутку та дає розуміння про зміни та рух вартості підприємства в цілому.

Economic value added (EVA), або ж модель економічної доданої вартості була розроблена Б. Стюартом та Д. Стерном і запатентована компанією «Stern Stewart & Co» на початку 90-х років XX століття. Це одна з найбільш поширених у використанні моделей вартісно-орієнтованого управління бізнесом, що використовується такими компаніями, як «AT&T», «Coca-Cola», «Siemens», «Whirlpool», «Quaker Oats», «IBM».

EVA – модель визначення чистого економічного прибутку підприємства, тобто показник, що ґрунтується на врахуванні не тільки бухгалтерських показників, але й альтернативних витрат, шляхом їх виключення з бухгалтерських. Цей показник оцінює справжній прибуток підприємства за період, а під альтернативними витратами розуміють використання при його розрахунку значення середньозваженої вартості капіталу. Відповідно, можна розглядати EVA, як залишковий прибуток, що отриманий після вирахування вартості боргового і власного капіталів. Тоді як бухгалтерський враховує тільки вартість боргу. І якщо вартість боргу відображається у балансі підприємства, вартість капіталу не простежується у фінансовій звітності, і менеджери зазвичай вважають його безкоштовним, що є великою помилкою, оскільки у більшості випадків він набагато дорожчий за борг.

Вартість капіталу виражається тим, що акціонери могли інвестувати свої кошти в інші проекти, при тому деякі з них могли бути тієї ж самої прибутковості, що й фірма, а деякі могли бути більш рентабельними. Дохідність, яку можуть отримати інвестори з інвестованих коштів скориговані на рівень ризику і є вартістю капіталу. Тоді як дохідність інших проектів – це альтернативна вартість. Відповідно, різниця між ними являє собою альтернативні витрати, які ніде не відображаються, але мають бути оцінені менеджментом будь-якого підприємства, аби сформулювати уявлення про компенсацію витрат фірми та стан її вартості на ринку. За моделлю EVA вважається, що діяльність фірми має позитивний резуль-

тат з позиції власників, коли підприємство отримало більше, ніж становить прибутковість альтернативних інвестицій.

При його розрахунку з прибутку суб'єкта господарювання вираховується не тільки вартість залучених коштів, а й плата за користування власним капіталом, тобто окрім віддачі від інвестованого капіталу, яка повинна перевищувати вартість залученого, підприємство має створювати додаткову вартість.

Для розрахунку економічної доданої вартості використовується така формула:

$$EVA = NOPAT - WACC * NOA \quad (1)$$

де NOPAT – сума чистого операційного прибутку за вирахуванням податків та зборів;

WACC – середньозважена вартість капіталу;

NOA – чисті операційні активи, як сума задіяних у формуванні прибутку інвестиційних коштів.

В свою чергу, NOA (чисті операційні активи) – це різниця між сумою активів, без урахування грошових коштів і фінансових інвестицій, та усіх боргових зобов'язань, без урахування тих, що потребують сплати відсотків, як то короткострокові кредити банків.

Сутність розрахунку такого показника полягає в тому, що від суми прибутку після оподаткування віднімається ще й величина плати за увесь інвестований у підприємство капітал, що був задіяний при отриманні прибутку. Це дає змогу побачити на скільки сума чистого прибутку буде більшою або меншою за капітал, що був інвестований у підприємство для формування того самого прибутку.

Позитивний EVA, тобто більший за нуль, свідчить про те, що вартість фірми зростає і вона отримує чистий економічний прибуток, тоді як негативний, менший нуля, має на меті інформування про зниження вартості фірми та її позицій на ринку і, по суті, економічну збитковість діяльності.

Серед переваг моделі економічної доданої вартості слід зазначити такі: об'єднує відносну простоту обчислення та можливість визначення створеної компанією вартості; дозволяє проводити оцінку як цілого підприємства, так і окремих його підрозділів; є індикатором якості ведення бізнесу, і має простоту інтерпретації.

Основним недоліком EVA є ігнорування при різних формах його обчислення грошових потоків компанії, що в окремих випадках можуть мати вплив на формування вартості; спрямованість більше на короткострокову перспективу, ніж на довгострокову; врахування лише фінансових індикаторів, що має наслідком недооцінку таких факторів довгострокової вигоди, як знання персоналу, інформаційні технології та корпоративну культуру.

Тож, модель економічної доданої вартості є однією з найбільш вживаних для оцінки вартості та управління капіталом підприємства, використовується для прийняття управлінських рішень та має на меті оцінку поточних і майбутніх перспектив розвитку, разом із ефективним управлінням фінансовими ресурсами компаній.

УДК 657.37

Руденко Н. О.,
*канд. екон. наук, доцент (б.в.з.) кафедри фінансів і кредиту,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна*

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЗА МСФЗ ЗГІДНО ФОРМАТУ ТАКСОНОМІЇ IXBRL

Згідно Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень» (зі змінами від 2020 року) введено норму, щодо необхідності складання фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності за міжнародними стандартами на підставі таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами.

Так, фінансова звітність банків, страхових компаній, публічних акціонерних товариств, небанківських фінансових установ, підприємств газодобувної галузі, професійних учасників ринку цінних паперів з 01.01.2020 року повинна подаватися в електронному форматі. А також звітність в даному форматі можуть подавати інші суб'єкти господарювання, які бажають формувати прозору і підтверджену звітність для інвесторів.

Суб'єкти господарювання звітують до порталу Системи фінансової звітності в залежності від періоду звітування: квартальна чи річна звітність до 30 квітня року, наступного за звітним. Окремі підприємства – не емітенти цінних паперів, малі та мікропідприємства подають звітність до 1 червня року, наступного за періодом звітування. Якщо звітність є проміжною, то вона подається до 25 числа місяця, що слідує за кварталом звітування.

Відповідальним органом та регулятором для таких суб'єктів, які подають звітність, є Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, причому всі інші регулятори (НБУ, Нацкомфінпослуг, Мінфін) також приймають звітність в цьому універсальному форматі. Перевагою тут є подання фінансової звітності кожним суб'єктом до так

званого «єдиного вікна», до якого будуть мати відповідний доступ регулятори кожної групи суб'єктів.

Взагалі, таксономія фінансової звітності – це відповідний склад її статей, показників звітності та елементів, які підлягають розкриттю. Слід відзначити, що склад таксономії затверджується щороку для поточного звітного періоду, і може змінюватися відповідно до змін міжнародних стандартів обліку і звітності, змін у практиці застосування стандартів, або ж зміною самої таксономії.

Вітчизняний формат Таксономії (UA XBRL МСФЗ) адаптований для цілей подання фінансової звітності в Україні. Пакет звітності буде охоплювати звіт аудитора та звіт про управління. Модулі для формування звітності у форматі iXBRL можуть бути включені до популярних продуктів з формування та подання фінансової звітності і мають відносно невисоку вартість. Термін XBRL від англ. eXtensible Business Reporting Language – «розширювана мова ділової звітності», тож звітність за iXBRL доступна для перегляду в інтернет-браузерах.

Можна виокремити два напрями розширення вітчизняної таксономії:

- 1) загальна Таксономія (General Taxonomy);
- 2) Таксономія для банківського та страхового секторів (Insurance Taxonomy).

Отже, всі суб'єкти господарювання, що мають звітувати за таким стандартом (окрім банківських установ), можуть обрати один з варіантів загальної Таксономії:

– General Taxonomy – 210-310 (фінансова звітність, що містить Баланс (Звіт про фінансовий стан), складений згідно з розподілом активів та зобов'язань на поточні/непоточні разом з іншими звітами та примітками);

– General Taxonomy – 220-320 (фінансова звітність, яка містить Баланс (Звіт про фінансовий стан), складений у порядку ліквідності разом з іншими звітами та примітками).

Як відомо, згідно п.10 МСБО 1 «Подання фінансової звітності», повний комплект фінансової звітності включає: звіт про фінансовий стан на кінець періоду; звіт про прибутки та збитки та інший сукупний дохід за період; звіт про зміни у власному капіталі за період; звіт про рух грошових коштів за період; примітки, що містять виклад суттєвих облікових політик та інші пояснення; порівняльну інформацію стосовно попереднього періоду (важливо при змінах в облікових політиках або оцінках).

Хоча, згідно методичних матеріалів з таксономії, вона має включати додатково і елементи відповідно до вимог подання та розкриття інформації за МСФЗ та МСБО, додаткових супровідних матеріалів, окрім елементів зі Звіту про управління, однак адаптований для Укра-

їни варіант включає комплект проміжної фінзвітності, річної фінзвітності, яка підтверджена аудитором.

Суттєвою проблемою є відсутність Звіту про управління у складі повного комплекту фінансової звітності. Цей звіт не приймається до уваги та контролю органами статистики або податковою службою, таким чином, відсутні і підстави штрафувати суб'єкти господарювання за неподання та відсутність оприлюднення звіту про управління. В даному випадку склад повного пакету звітності, що наведено в НП(С)БО 1 відповідає пакету зі стандарту МСБО 1, а Звіт про управління є відносно новим (офіційно затверджений Радою з МСФЗ в 2010 році, хоча перші стандарти зі складання нефінансової звітності виникли ще в 1976 році) і в міжнародному правовому полі також носить рекомендаційний характер.

Слід відмітити, що в світі все більше уваги приділяється інтегрованої звітності, яка окрім фінансових показників охоплює також звітність щодо сталого розвитку (інформацію про екологічні, соціальні та етичні аспекти діяльності суб'єктів господарювання), а в 2013 році були оприлюднені глобальні стандарти інтегрованої звітності.

UDC 332.025

Zelenskiy A.,

*PhD in Economics, Associate Professor
State Agrarian and Engineering University in Podilia,
Kamyanets-Podilsky, Ukraine,*

Gorikhovskiy M.,
PhD in Economics,

Oganesyan V.,
PhD in Economics,

*Private institution of higher education «Kamyanets-Podilsky tax institute»,
Kamyanets-Podilsky, Ukraine*

THEORETICAL FOUNDATIONS OF FINANCIAL AND ECONOMIC REGULATION OF THE AGRICULTURAL SECTOR

Extended reproduction of the potential of the agricultural sector of the economy in the current economic conditions directly depends on the effectiveness of the tools of financial and economic regulation. We are talking about both direct methods of financial support for agricultural producers, and indirect. It is also important in the development of the national economy to determine the priorities of providing financial support to agricultural enter-

prises, based on the need to eliminate structural imbalances in the national agricultural sector, as well as the need to develop those segments of agricultural production that have significant competitive advantages in the world market agricultural raw materials. In the domestic economic literature there is a significant range of approaches to the formation of a set of methods and tools for financial and economic regulation of agricultural production, which will ensure the unprofitable nature of economic development of agricultural resources and production of finished products with high added value.

Thus, S. Yurchyshyna understands the financial regulation of the agricultural sector of the economy as a process of targeted impact on the potential of agricultural entities, which involves the use of specialized regulatory mechanisms to increase profitability of agricultural enterprises, increase state budget revenues and ensure the competitiveness of agricultural products in domestic and foreign markets. I. Karpova emphasizes the need to create effective mechanisms of financial and credit regulation, which will combine a set of measures: intensification of bank lending, especially long-term, providing access to credit resources of small and medium producers, lower interest rates, reducing the ratio of loans to their collateral; improving lending conditions for agricultural producers by compensating interest rates for these borrowers; restoration of a special regime for the payment of value added tax in animal husbandry, under which producers are fully left with the amount of this tax; reduction of the tax burden for taxpayers of the single tax in agriculture due to the abolition of the indexation coefficient of monetary valuation of land in determining the amount of this tax. According to N. Stoyanets, the financial and economic instruments of state regulation of agricultural production include various means of influence that have a direct or indirect value assessment, ie the use of these instruments will reduce or increase government spending. The main financial and economic instruments of influence on the development of the agricultural sector of the economy are: the taxation system, lending system, budget financing, state financial guarantees, currency regulation instruments, insurance system. Tax instruments are the most common among the indirect methods of financial regulation of agricultural production around the world due to their characteristics: universality, unconditionally and comprehensiveness. Performing both fiscal and regulatory functions, taxes provide one of the fundamental prerequisites for the functioning of the category of finance in its practical implementation – distribution and redistribution. That is why tax instruments are quite effective in managing the development of agricultural production, as the latter must be mediated by the effective redistribution of resources. S. Ponomarenko considers financial and economic regulation as a component of state regulation of agricultural production, highlighting the instruments of financial and credit policy (preferential lending, targeted leasing, insurance); pricing policy instruments (public

procurement, monitoring of prices for means of production, guarantee of purchase prices for basic products); tax policy instruments (special tax regime; full or partial exemption from certain taxes and mandatory payments; reduction of tax rates; write-off and restructuring of tax arrears).

Studies have shown that the financial and economic regulation of agricultural production includes three main components: fiscal, price and financial and credit regulation. The underdeveloped infrastructure of the domestic stock market and the loan capital market does not make it possible to provide full-fledged lending to agricultural producers according to the patterns of advanced countries. Also, the practice of the regulatory mechanism in agricultural production in recent years has shown that price regulation is used very sluggishly to balance the reproduction proportions in the agricultural sector and increase the availability of agricultural products for domestic food processing and final consumers.

Therefore, the main component of financial and economic regulation of agricultural production in Ukraine today should be considered fiscal regulation, in particular budget support for agricultural producers.

УДК 336.64

Печенюк А.,
*канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи,
страхування та електронних платіжних систем,
ЦДАТУ, м. Кам'янець-Подільський, Україна,*

Пастух Ю.,
*канд. екон. наук, доцент
ГО «НТЦ «Подільський біорегіон»,
м. Кам'янець-Подільський, Україна*

«ЗЕЛЕНІ» ОБЛІГАЦІЇ ЯК ДЖЕРЕЛО ІНВЕСТУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОЄКТІВ

Відновлювані джерела енергії дедалі більше займають провідне місце в енергетичному балансі розвинених країн світу. Разом з тим, і досі гостро відчувається потреба у фінансовому забезпечення проєктів відновлюваної енергетики. Світова практика показує, що достатньо ефективним способом вирішення даної проблеми є застосування таких фінансових інструментів, як «зелені» облігації.

«Зелені» облігації – це боргові фінансові інструменти, надходження від розміщення яких спрямовуються виключно на фінансування зелених проєктів. Процес емісії та розміщення «зелених» облігацій має відповідати певним правилам і стандартам. За рахунок коштів від роз-

міщення «зелених» облигацій фінансуються проекти ефективного використання електроенергії, запобігання та контролю забруднення територій, адаптації до змін клімату тощо.

Емітентами «зелених» облигацій можуть бути органи влади, банки, міжнародні фінансові організації та підприємства. На сьогодні найбільшими емітентами «зелених» облигацій є Світовий банк та Міжнародна фінансова корпорація (IFC). За даними Світового банку, починаючи з 2008 року, ним було здійснено 135 емісій «зелених бондів» на загальну суму 11 млрд дол. США, а IFC забезпечила 77 емісій на суму 5,8 млрд дол. США. Зважаючи на високу ціну облигацій як фінансового інструменту, інвестують у них зазвичай установи, які мають змогу акумулювати значні обсяги грошових ресурсів з метою їх примноження. До складу таких інвесторів входять переважно пенсійні, страхові та інвестиційні фонди.

Країнами-лідерами щодо фінансування екологічних проектів через емісію «зелених» облигацій є США, Китай та Франція. Крім того, значні обсяги були випущені у таких європейських країнах, як Німеччина, Іспанія, Швеція та Нідерланди. Також «зелені боргові цінні папери» були емітовані в Нігерії, Малайзії, Аргентині, ОАЕ, Фіджі, Литві та Швейцарії.

В Україні даний сегмент фондового ринку поки є нерозвиненим. Лише в 2020 р. прийнятий відповідний закон і «зелені» облигації вперше введено в обіг як окремий вид цінних паперів. Розроблено, але ще не затверджено концепцію запровадження національного ринку «зелених» облигацій. Таким чином, станом на сьогодні, нормативно-правовою базою регулюються тільки питання обігу цінних паперів та особливостей їх емісії різними емітентами, але відсутні національні правила і стандарти ринку «зелених» облигацій, механізми покращення їх інвестиційної привабливості, стимули розвитку. Ліквідація зазначених законодавчих прогалин дозволить суттєво активізувати в країні процес залучення «зелених» інвестицій, що сприятиме скороченню використання викопного палива та освоєнню новітніх технологій в різних секторах економіки.

Отже, «зелені» облигації є дієвим фінансовим інструментом, який дозволяє отримати значні обсяги коштів та спрямовувати їх в екологічні проекти. Світовий ринок «зелених» облигацій стрімко зростає; реалізовано значна кількість проектів відновлюваної енергетики у Європі, США, Китаї. Хоча в Україні ринок «зелених» облигацій знаходиться на етапі формування, але неможливо недооцінювати важливість його розвитку з огляду на потенціал використання для фінансування вітчизняних проектів у сфері чистої енергетики в майбутньому.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| Великий Ю. В. Внутрішній аудит на підприємстві: організаційні етапи | 1 |
| Кузьменко О. Б. Інвестування в аграрне виробництво України для забезпечення інноваційного розвитку | 3 |
| Ужва А. М. Оцінка впливу екологічної детермінанти на забезпечення сталості розвитку сільського господарства..... | 6 |
| Белінська С. М. Землі сільськогосподарського призначення як екосистемні активи | 8 |
| Бурдельна Г. О. Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства | 11 |
| Верланов Ю. Ю. Малий бізнес в Україні у дзеркалі офіційної статистики | 14 |
| Горобченко О. А. Професія «Event-менеджер»: міфи і реалії..... | 18 |
| Дранус В. В. Формування страхового портфеля як інструмент мінімізації дії ризиків у сільськогосподарському виробництві..... | 20 |
| Дранус Л. С. Особливості та засади ведення міжнародної маркетингової діяльності | 22 |
| Іщенко Н. М. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку транспортної системи України..... | 24 |
| Нетудихата К. Л. Інституційні проблеми трансформації національної інноваційної системи України | 26 |
| Погромський В. О. Економічний аспект діяльності польсько-американського комітету допомоги дітям та американської адміністрації допомоги (АРА) на території Польської республіки у 20–30-ті рр. XX ст. | 29 |
| Саваріна І. П., Гавриленко В. Д. Сучасні проблеми менеджменту в умовах цифрової трансформації економіки | 31 |
| Стоян О. Ю. Ключові аспекти харизматичного лідерства в управлінській та публічній діяльності | 33 |
| Лушко С. М. Фактори вибору системи оподаткування суб'єкта господарювання..... | 37 |

| | |
|---|----|
| Руда А. С. Енергоефективність: бібліометричний аналіз дисертаційних досліджень | 40 |
| Лопатін А. О., Іщенко Н. М. Інформаційно-прогностичне забезпечення логістичних систем за допомогою технологій штучного інтелекту | 43 |
| Овчинникова О. М. Капітал підприємства як дисипативна система: синергетичний підхід до адаптацій капіталу як фактор забезпечення економічного розвитку суб'єктів господарювання..... | 44 |
| Семененко Г. М. Аналіз структури робочого капіталу промислових підприємств в контексті вартісно-орієнтованого управління..... | 46 |
| Філімонова О. Б., Джигалюк Д. В. Модель економічної доданої вартості в управлінні капіталом підприємств | 48 |
| Руденко Н. О. Фінансова звітність за МСФЗ згідно формату таксономії iXBRL..... | 51 |
| Zelenskiy A., Gorikhovskiy M., Oganesyanyan V. Theoretical Foundations of Financial And Economic Regulation of the Agricultural Sector | 53 |
| Печенюк А., Пастух Ю. «Зелені» облігації як джерело інвестування екологічних проєктів | 55 |

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

Технічний редактор, комп'ютерна верстка *Н. Кардаш*.
Друк *С. Волинець*. Фальцювальньо-палітурні роботи *О. Мішалкіна*.

Підп. до друку 27.05.2021.

Формат 60x84¹/₁₆. Папір офсет.

Гарнітура «Times New Roman». Друк ризограф.

Ум. друк. арк. 3,72. Обл.-вид. арк. 3,18.

Тираж 26 пр. Зам. № 6299.

Видавець та виготівник: ЧНУ ім. Петра Могили
54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10.
Тел.: 8 (0512) 50-03-32, 8 (0512) 76-55-81, e-mail: rector@chmnu.edu.ua.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6124 від 05.04.2018.

АДРЕСА ОРГКОМІТЕТУ:

**ОЛЬВІЙСЬКИЙ ФОРУМ – 2021:
СТРАТЕГІЇ КРАЇН ПРИЧОРНОМОРЬСЬКОГО РЕГІОНУ
В ГЕОПОЛІТИЧНОМУ ПРОСТОРИ**

XV Міжнародна наукова конференція

Чорноморський національний університет
імені Петра Могили,
вул. 68 Десантників, 10,
м. Миколаїв, 54003, Україна

Тел.: 8 (0512) 50–03–32,

8 (0512) 76–55–81,

8 (0512) 76–55–99,

факс: 50–00–69, 50–03–33,

E-mail: avi@chmnu.edu.ua, rector@chmnu.edu.ua

