



POLTAVA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND TRADE

НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

Всеукраїнської молодіжної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 30 листопада 2022 року)



Полтава
2022

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ» (ПУЕТ)**

НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**Всеукраїнської молодіжної науково-практичної
інтернет-конференції**

(м. Полтава, 30 листопада 2022 року)

**Полтава
ПУЕТ
2022**

УДК 001:378-053.6(082)
НЗ4

Друкується відповідно до Наказів по університету № 172-Н від 05 вересня 2022 р. та № 238-Н від 30 листопада 2022 року.

Організаційний комітет конференції

Н. С. Педченко, голова організаційного комітету, д. е. н., професор, перший проректор ПУЕТ;
С. В. Гаркуша, д. т. н., професор, в. о. директора Навчально-наукового інституту міжнародної освіти ПУЕТ;

А. С. Ткаченко, к. т. н., доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;
В. Л. Шимановська, директор Навчально-наукового інституту заочно-дистанційного навчання ПУЕТ;

Т. П. Гудзь, д. е. н., професор, завідувач відділу аспірантури та докторантури ПУЕТ;

Н. І. Манжура, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

Редакційна колегія

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д. і. н., професор, ректор ПУЕТ.

Заступник головного редактора – **Н. С. Педченко**, д. е. н., професор, перший проректор ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. І. Манжура**, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

Відповідальні редактори

С. В. Гаркуша, д. т. н., професор, в. о. директора Навчально-наукового інституту міжнародної освіти ПУЕТ;

А. С. Ткаченко, к. т. н., доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;

В. Л. Шимановська, директор Навчально-наукового інституту заочно-дистанційного навчання ПУЕТ;

Т. П. Гудзь, д. е. н., професор, завідувач відділу аспірантури та докторантури ПУЕТ;

Л. М. Діденко, в. о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ.

Наука і молодь у ХХІ сторіччі: збірник тез доповідей
НЗ4 Всеукраїнської молодіжної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 30 листопада 2022 року). – Полтава : ПУЕТ, 2022. – 167 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр. мовою.

ISBN 978-966-184-437-6

У збірнику представлено тези учасників Всеукраїнської молодіжної науково-практичної інтернет-конференції «Наука і молодь в ХХІ сторіччі» за тематичними напрямками: «Біотехнології та біоінженерія», «Економіка», «Маркетинг», «Інформатика та комп'ютерні науки», «Менеджмент і адміністрування», «Міжнародні економічні відносини», «Облік і аудит», «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. Публічні закупівлі», «Право», «Публічне управління та адміністрування», «Товарознавство», «Туризм», «Філологія», «Фінанси, банківська справа та страхування», «Харчові технології та інженерія», «Готельно-ресторанна та курортна справа».

УДК 001:378-053.6(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.
Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.*

ISBN 978-966-184-437-6

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2022

СПІВОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Львівський торговельно-економічний університет

Хмельницький кооперативний
торговельно-економічний інститут

Білгород-Дністровський економіко-правовий коледж

Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ЗМІСТ

БІОТЕХНОЛОГІЇ ТА БІОІНЖЕНЕРІЯ

К. В. Чугуй, Л. В. Флока

Новітні біотехнологічні методи
при виробництві напоїв бродіння 9

ЕКОНОМІКА

О. В. Гасій, Ж. А. Кононенко, О. А. Кононенко

Електронні послуги як інструмент взаємовідносин 12

О. В. Ротенберг, В. В. Лісіца

Цифрова економіка та її вплив на підвищення
конкурентоспроможності підприємств 15

Ю. В. Рудич, В. В. Лісіца

Якість трудового життя та показники, що її визначають 18

МАРКЕТИНГ

Р. В. Іванніков, Н. В. Карпенко

Українські тренди екологічного маркетингу 22

ІНФОРМАТИКА ТА КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ

О. Ю. Собіборець, О. В. Ольховська

Особливості розробки тренажеру з теми «Системи
числення, арифметичні операції в різних системах числення»
дисципліни «Архітектура обчислювальних систем» 25

МЕНЕДЖМЕНТ І АДМІНІСТРУВАННЯ

Л. П. Білан, Л. А. Рибалко-Рак

Система бізнес-процесів підприємства: обґрунтування
вимоги сучасного бізнес середовища 28

Б. Р. Войт, Т. О. Гусаковська

Сутність та значення комунікацій в
управлінні підприємствами й організаціями 30

<i>В. В. Дорошенко, І. В. Козюра</i> Індивідуально-психологічні аспекти прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності.....	32
<i>В. С. Крамаренко, А. І. Мілька</i> Інструменти управління прибутком підприємств	36
<i>С. В. Палько, О. О. Трут</i> Менеджмент торговельного підприємства з орієнтацією на зовнішнє середовище.....	38
<i>А. С. Цимбалюк, І. В. Козюра</i> Координація роботою проектних груп як інструмент управління людськими ресурсами освітніх центрів в умовах турбулентності	41

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<i>А. В. Зайка, Л. С. Франко</i> Плани післявоєнної відбудови України	45
<i>О. І. Кошева, Л. С. Франко</i> Спеціальні економічні зони Китаю.....	48
<i>Т. Мащенко, Л. С. Франко</i> Інтеграція України в Євросоюз: переваги та недоліки	51
<i>Д. Ю. Романюха, Л. С. Франко</i> Бізнес інкубатори як інструмент інноваційної політики держави.....	54
<i>Д. Л. Сичук, Л. С. Франко</i> Війна – це один із видів комунікації чи повна її відсутність?..	56

ОБЛІК І АУДИТ

<i>О. О. Брачун, М. О. Любимов</i> Фінансова звітність підприємств за МСФЗ формування амортизаційної політики підприємства	60
<i>О. В. Ковалевич, Н. В. Прохар</i> Проблемні аспекти сутності нематеріальних активів	61

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ. ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ

Я. О. Гризовський, Н. І. Сарай

Моніторинг кризових процесів як елемент управління
економічною стійкістю торговельного підприємства..... 65

М. В. Заливчий, О. В. Артюх-Пасюта

Закупівельна логістика: сутність, мета,
основні завдання та функції 68

ПРАВО

В. В. Шокот, О. І. Вололовцева

Сучасний стан розвитку суддівської етики в Україні..... 71

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

О. В. Новікова, Н. І. Соколовська

Публічна служба в Україні: напрямки
реформування та модернізації..... 76

ТОВАРОЗНАВСТВО

В. О. Кот, Г. О. Бірта

Особливості формування асортименту та якість цукерок..... 79

Д. Р. Трус, Н. О. Офіленко

Барвники в харчових продуктах..... 82

ТУРИЗМ

А. К. Кривобок, Ю. В. Карпенко

Аналіз туристичних потоків України,
метою яких є лікування..... 85

Б. В. Чупринюк, В. О. Животенко

Особливості та зв'язок антикризового управління з
економічними законами розвитку туристичної сфери..... 87

ФІЛОЛОГІЯ

В. С. Корж, В. В. Опанасенко

Особливості перекладу англомовних рекламних слоганів
українською мовою 91

Т. О. Прохоренко, Н. С. Сухачова

Типи англійських прислів'їв та їх семантичні особливості95

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

А. С. Воробей, В. Р. Космин, Н. С. Педченко

Розробка стратегії управління фінансовим потенціалом підприємства ПРАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».....98

А. С. Воробей, О. І. Луценко, Н. С. Педченко

Удосконалення методичного інструментарію оцінки фінансового потенціалу підприємства 102

А. С. Воробей, М. Г. Педченко, Н. С. Педченко

Методичні підходи до оцінювання ефективності управління фінансовим потенціалом підприємства на основі методів кваліметрії 106

А. С. Воробей, Д. І. Шибковський, Н. С. Педченко

Методичні підходи до аналізу конкурентоспроможності підприємства на основі інтегральної оцінки його фінансового потенціалу 111

І. Ф. Дерпач, Н. С. Педченко

Методичний інструментарій комплексної фінансової оцінки діяльності підприємства..... 115

О. Кіх, А. Ю. Чорба, І. Р. Чуй

Боргова політика держави на сучасному етапі 118

В. О. Колісник, Н. С. Педченко

Особливості планування прибутку приватного підприємства..... 121

В. І. Макаренко, А. М. Соколова

Проблеми та перспективи розвитку ринку страхування життя в Україні в умовах цифрової економіки..... 125

К. С. Муренко, А. М. Соколова

Кіберстрахування: перспективна можливість розвитку страхового ринку України..... 128

<i>І. В. Пузаненко, О. В. Гасій</i> Сутність поняття фінансової безпеки підприємства	131
<i>А. А. Репало, Г. М. Сидоренко-Мельник</i> Застосування SWOT-аналізу для розробки фінансової стратегії ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»	134
<i>Г. А. Тотоєску, О. В. Яріш</i> Напрями підвищення вартості бізнесу в умовах воєнного стану в Україні	137
<i>А. М. Ягольник, Г. М. Сидоренко-Мельник</i> Забезпечення фінансової безпеки підприємства як функція управління нею	139
<i>К. І. Яковець, Г. М. Сидоренко-Мельник</i> Сутність та складові фінансового потенціалу сучасного підприємства	142

ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІНЖЕНЕРІЯ

<i>О. М. Воробей, І. С. Тюрікова</i> Дослідження способів попередження потемніння коренів селери під час кулінарного оброблення	146
<i>Д. О. Гурвич, Г. П. Хомич</i> Вплив фруктових добавок з вторинної сировини на якість бісквітного тіста	149
<i>А. В. Кімуржій, Г. В. Крутько</i> Складові успішної діяльності закладів ресторанного господарства в сучасних умовах	152
<i>А. Є. Куницький, Г. П. Хомич</i> Використання кизилу в технології фруктових соусів	156
<i>В. А. Міщенко, І. С. Тюрікова</i> Дослідження технологічних властивостей свіжих та заморожених ягід	159

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА ТА КУРОРТНА СПРАВА

<i>М. М. Анохін, Т. В. Капліна</i> Коворкінг – додаткова послуга в готелях України під час війни	163
---	-----

НОВІТНІ БІОТЕХНОЛОГІЧНІ МЕТОДИ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ НАПОЇВ БРОДІННЯ

К. В. Чугуй, спеціальність Біотехнології та біоінженерія, група БТб-41;

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

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Технологічний процес виробництва напоїв бродіння, в тому числі квасів, є суто біотехнологічним, оскільки в ньому використовуються хлібопекарські дріжджі змішаної культури та молочнокислі бактерії. На стабілізацію напоїв бродіння впливають мікробіологічні показники та дотримання вимог санітарії під час виробництва. Слід звернути увагу, що при виробництві алкогольних напоїв стабілізуючу роль відіграє спирт, то напої бродіння, зокрема квас, практично позбавлені такої можливості тому, що мають низький відсоток спирту. Але, з іншої сторони, під час виробництва квасу відбувається збільшення в десять разів біомаси дріжджів та відсутність їх нативного освітлення і тривалості седиментації напою бродіння.

Нещодавно було розроблені методи збільшення стійкості напоїв, які базуються на впливі електрофізичних полів, а саме, напої, що оброблені за допомогою ультразвуком, інфразвуком, ультрафіолетовим опроміненням та магнітно-імпульсними полями. Наразі, найпоширенішим методом для підвищення та стабілізації біостійкості напоїв бродіння є пастеризація – як найдавніший термічний спосіб [1].

Часто для підсилення біостійкості напоїв бродіння застосовуються класичні стабілізатори і так звані речовини, що викликають флокуляцію – флокулянти.

Наразі все більше і більше підприємств у пивоварній промисловості віддають перевагу виробництва напоїв бродіння підвищеної стійкості при тривалому зберіганні.

Принцип підсилення біостійкості квасу, як напою бродіння, зосереджений у відсутності у готовому напої дріжджів та мікроорганізмів, що викликають пошкодження чи дефекти напою. Видалення значної частини клітин грибів із готового напою бродіння можна досягти осадженням їх флокулянтами і фільтруванням квасу та знищенням бактерій термічною обробкою. Технологія стійкого квасу полягає у зброджуванні квасного сусла з наступним змішуванням не тільки з цукром, а й з цукрозамінниками. Тоді, в результаті часткової заміни цукру зменшується кількість поживних речовин для дріжджів і, як наслідок, підвищується стійкість готового напою бродіння [4].

Технологія видалення кисню з напою дозволяє підвищити його стійкість і завадити мікробіологічному псуванню. Підвищення антиоксидантного захисту може досягатися при зовнішньому введенні достатньої кількості природних антиоксидантів у вигляді лікарських форм препаратів (вітамінів, амінокислот, рослинних олій тощо). У харчовій промисловості, до харчових антиоксидантів відносять ті речовини, що здатні сповільнювати окислення, насамперед це ненасичені жирні кислоти. Серед основних антиоксидантів можна виділити основні: аскорбінову кислоту та її солі, різноманітні екстракти чаю, дигідрокверцетин, який являється біофлавоноїдом отриманим з кори дуба, модрини або інших рослин, які володіють сильними антиоксидантними властивостями [2].

До натуральних антиоксидантів також відносяться різні екстракти смако-ароматичних добавок, наприклад: перець запашний, перець чорний, перець червоний, лист лавровий, кориця, гвоздика, імбир тощо. Як відомо, квас – це напій незавершеного спиртового бродіння квасного сусла, який відрізняється великим вмістом мікроорганізмів на одиницю об'єму. Тому для підвищення біостійкості квасу, перш за все, після процесу бродіння, необхідно видалити якомога більше дріжджових клітин, щоб уникнути продовження чи відновлення бродіння в напої. Для пригнічення життєдіяльності дріжджів, які можуть залишитися, необхідно максимально знизити кількість вільного кисню в напої. Оскільки, при бродінні квасного сусла дріжджі потре-

бують кисень, при збільшенні вмісту кисню відбувається аеробне бродіння, але ж технологія виробництва напоїв бродіння передбачає накопичення певної частки етанолу, а це, в свою чергу, досягається тільки при анаеробному диханні дріжджів [3].

Отже, пошук нових антиоксидантів з високою активністю повинен йти в напрямку вивчення можливостей використання екологічно чистих природньо-натуральних антиоксидантів. Наразі, також проводяться дослідження, спрямовані на подовження терміну зберігання ферментованих напоїв бродіння за допомогою натуральних антисептиків.

Для розширення асортименту та надання функціональної спрямованості в напої бродіння також вводять різноманітні рослинні трав'яні добавки, наприклад, рослинна сировина, яка містить велику кількість вітамінів, мінеральних та інших біологічно активних речовин (лікарські рослини). Додавання такої рослинної сировини здійснюють у вигляді екстрактів і сиропів. На організм людини, в цілому, при споживанні таких напоїв бродіння буде впливати весь комплекс екстрактивних речовин, що є у квасі, в поєднанні з тими речовинами, що перейшли із доданої рослинної сировини. Окрім цього, такий квас з «добавками» набуває унікальних специфічних органолептичних та фізико-хімічних властивостей.

Список використаних джерел

1. Домарецький В. А. Технологія екстрактів, концентратів і напоїв із рослинної сировини : підручник / Домарецький В. А., Прибильський В. Л., Михайлов М. Г. ; за ред. В. А. Домарецького. – Вінниця : Нова Книга, 2005. – 408 с.
2. Кунах В. А. Біотехнологія лікарських рослин. Генетичні та фізіолого-біохімічні основи. – Київ : Логос, 2015. – 730 с.
3. Пирог Т. П. Харчова біотехнологія : підручник. Київ : Ліра-К, 2016. 408 с.
4. Tsirigotis-Maniecka M., Pawlaczyk-Graja I., Ziewiecki R. et al. The Polyphenolic-Polysaccharide Complex of Agrimonia Eupatoria L. as an Indirect Thrombin Inhibitor – Isolation and Chemical Characterization. International Journal of Biological Macromolecules. 2019. Vol. 125. P. 124–132. Doi: 10.1016/j.ijbiomac.2018.12.017.

ЕЛЕКТРОННІ ПОСЛУГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВЗАЄМОВІДНОСИН

О. А. Кононенко, аспірант;

О. В. Гасій, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи;

Ж. А. Кононенко, к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасний вибір нашої держави націлений на стрімке залучення електронних послуг у діяльність адміністрацій на різних рівнях, без якої не може бути нормальний розвиток підприємництва, науки та громадської діяльності, інші форми соціальної активності громадян, міжнародне спілкування тощо. В нашій державі при цьому говорять про категорію «послуги», коли головний акцент ставиться на юридичних аспектах і, як правило, на адміністративній складовій їх надання. Але, окрім повсякденного значення тлумачення слова «послуги», маємо й інші причини, які приводять до вивчення проблематики адміністративних, а на разі й електронних послуг для потреб громадян. Насамперед термін «послуги» в юридичному полі України міститься в багатьох законодавчих та правових актах, а конкретніше, в Концепції адміністративної реформи. Активніше про послуги у нормативно-правових актах почали згадувати понад десяти років тому, та окреслили їх тоді, як «державні послуги» у Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств» та, як «платні послуги», що надаються органами і установами державної влади. У подальших змінах до законодавства законотворець почав вже наголошувати на тлумаченні терміну «послуги», як поняття «адміністративні послуги». Взагалі, надання будь-яких послуг має бути проявом діяльності щодо задоволення певних потреб громадян, що здійснюється за їх зверненням, або вид адміністративної діяльності, що задовольняє певну життєву потребу. В середовищі науковців, на даний час, відсутні однак-

ві погляди відносно змісту понять адміністративних, муніципальних, соціальних послуг тощо.

Визначення терміну «електронна послуга» законотворець дає у розпорядженні Кабінету Міністрів України «Про Схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства». Отже, у цьому документі під визначення електронної послуги підпадає послуга, надана населенню та організаціям в електронно-цифровому вигляді за допомогою інформаційно-комунікативних Інтернет технологій та в подальшому вводиться поняття «е-послуга» [2].

Електронні послуги, або «е-послуги» мають бути послугами державних чи то муніципальних осередків, що надаються з залученням інформаційних накопичень баз даних та захищених електронних системи. Головною метою впровадження електронного управління кожної держави у світі є зміна відносин влади з суспільством, розробка алгоритмів взаємовідносин держави по наданню електронних послуг населенню та осередкам бізнесу, а також збільшення участі всіх громад у процесах управління суспільством та державою в цілому. Установи державної влади та населення потребують простого та зрозумілого двостороннього зв'язку, щодо отримання необхідної інформації, дієвих консультацій та отримання максимальних кількостей державних послуг [1].

На даний час у суспільстві існують різні підходи до розуміння понять таких як «електронні послуги», як «державні електронні послуги» та «адміністративні електронні послуги». Кількість визначень обумовлено тим, що вітчизняні та іноземні науковці наголошують увагу на різних аспектах і базисах втілення в життя та функціонування електронних послуг.

Насамперед, електронні послуги треба розглядати як важіль або як виконавчий захід у системі якісної взаємодії влади, бізнесу і суспільства. Це має бути будь-яка послуга, яка передається завдяки засобам інформації нібито технологіям спілкування. Мета електронних послуг відображається у підвищенні надійності та вдосконаленню діяльності системи державного обслуговування, у забезпеченні необхідною інформацією і послугами широких прошарків населення. Результатом практичного прояву електронних послуг в межах програми елект-

ронного уряду в більш широкому плані постає якісне управління.

Концепція електронного урядування полягає у формі пошуку державного управління, що сприяє збільшенню ефективності та прозорості діяльності органів та установ державної влади та органів влади місцевого самоврядування з залученням прогресивних інформаційно-електронних технологій для побудови нового типу держави, що орієнтується на задоволенні замовлених потреб громадян [3].

Зазначимо, що сама ідея електронного урядування передбачає принципово нову структуру спілкування держави з громадянами.

Отже, урядові структури винаходять шляхи само досконалості та пошуку моделей в яких є можливість для громадян і бізнесу отримувати державні послуги завдяки глобальній мережі Інтернет. На даний час в Україні вже діють по-перше: Єдиний державний портал з надання адміністративних послуг (<https://poslугy.gov.ua/info/services>), по-друге: Кабінет електронних сервісів (<https://kap.minjust.gov.ua>), по-третє: Портал державних послуг (<https://igov.org.ua>).

На разі електронні послуги надаються завдяки системі «Електронний Уряд» через те, що головними з багатьох завдань щодо розвитку інформаційного суспільства є захищеність бази даних, її достовірність та соціальна доступність. Вважаємо, що потенціал електронних послуг є невичерпним, адже вимоги сьогодення розширюють горизонти діяльності надання владою інформаційних послуг. Таким чином, електронними повинні бути всі публічні послуги, а саме: державні, місцеві муніципально-адміністративні, соціальні, управлінські тощо. Чи то безкоштовні, чи за платню, але надання їх виключно в електронному вигляді завдяки інформаційно-комунікаційних можливостей. Тому, вважаємо, що під електронними послугами в життєдіяльності публічної адміністрації можемо визначити правовідносини, що виникають завдяки цифровим комунікаційним технологіям з погляду реалізації конкретних суб'єктивних прав фізичної чи юридичної особи за їх зверненням у під час діяльності публічної адміністрації.

Список використаних джерел

1. Електронні послуги: досвід, довіра, доступність. URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/Report_KIIS_Ukrainian_18.03.2021.pdf.
2. Мар'яненко Г. Інформаційно-комунікативні технології в електронному врядуванні як структурна складова публічного управління. Науково-практичне забезпечення децентралізації надання послуг в об'єднаних територіальних громадах : матеріали наук.-практ. конф. (м. Київ, 18 квіт. 2018 р.) ; за заг. ред. Р. В. Войтович, П. В. Ворони. Київ : ІПК ДСЗУ, 2018. С. 233–235.
3. Опар Н. В. Теоретичні основи надання електронних послуг в Україні. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2021. № 6. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2106>. DOI: 10.32702/2307-2156-2021.6.33.

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

О. В. Ротенберг, аспірант;

В. В. Лісіца, к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Цифровізація виступає як одна з домінуючих тенденцій розвитку економіки. Технології та інструменти цифрової економіки спонукають компанії переосмислювати традиційні бізнес-процеси та стандарти ведення бізнесу.

Конкуренція є невід'ємною ознакою ринкової економіки. Цифровізація змінила конкурентну динаміку в економіці, створюючи нові ринки та трансформуючи існуючі. Так, за оцінками Світового банку, впровадження цифрових технологій призводить до «розмивання географічних і фізичних кордонів і відкриває нові перспективи для економічного, соціального та культурного розвитку країн, а також до зростання регіональної і глобальної конкурентоспроможності [1]». Отже, для будь-якої країни підтримка власного технологічного рівня, створення відповідних умов щодо розвитку українських підприємств в напрямку підвищення їх конкурентоспроможності за умов прискорення технологічних змін є стратегічно важливим національним зав-

данням для розвитку економіки та забезпечення зростання її доходів.

Швидкий розвиток технологій, глобалізація, інноватизація є факторами трансформацій застосовуваних методологій управління підприємствами під впливом сучасних трендів світового економічного розвитку, а також формування нових підходів щодо підвищення рівня їх ефективності за умов цифрової економіки.

Дослідники відзначають, що підвищення конкурентоспроможності підприємств сьогодні неможливе без врахування особливостей дії Четвертої промислової революції, так як технології породжують зміни в усіх сферах суспільства і ці зміни обумовлюють новий етап його розвитку, який суттєво відрізняється від попередніх. Концепція «Індустрія 4.0» характеризується посиленням автоматизації виробництва на основі цифрових технологій, трансформацією ринку праці за умов швидкої автоматизації та роботизації у багатьох сферах економіки.

Проблеми становлення цифрової економіки та її вплив на підвищення конкурентоспроможності підприємств досліджували такі науковці як: Пишуліна О., Чепелюк М., Тарасенко І., Гавриленко Н., Гринько П., Краус К., Краус Н., Ляшенко В., Вишневський О. та ін.

За даними досліджень, цифрова економіка – «це економіка, що базується на цифрових комп'ютерних та інформаційно-комунікативних технологіях (ІКТ), але, на відміну від інформатизації, цифрова трансформація не обмежується впровадженням інформаційних технологій, а докорінно перетворює сфери і бізнес-процеси на базі Інтернету та нових цифрових технологій [1, с. 12]».

Ключовою перевагою цифрової економіки перед традиційною є реалізація можливості автоматичного управління всією системою, а також її практично необмежене масштабування без втрати ефективності, що дозволяє значно підвищувати ефективність управління економікою (господарською діяльністю і ресурсами країни в різних галузях) на мікро- та макрорівнях [1–3].

Цифровізація являє собою процес перетворення виробничих, економічних і соціальних видів діяльності за допомогою засто-

сування цифрових технологій, які призводять до появи нових або видозміни існуючих бізнес-процесів. Також це дія зі створення цифрових продуктів, надання цифрових послуг, зміни робочих процесів, трансформації технологічного укладу.

До основних трендів, що набули поширення в ході цифровізації економіки в рамках промислової революції, можна віднести: адитивні технології (3D-друк); технології Bblockchain; Cloud computing, Remote & mobile access; Data Driven Decision (аналітика Big data), предиктивна аналітика, Connected machines, Artificial Intelligence та ін.

Як показують дослідження, більшість компаній економічно розвинених країн докладають чимало зусиль щодо трансформації своїх бізнес-процесів з урахуванням викликів Четвертої промислової революції та «Industry 4.0» [4].

У цьому аспекті актуалізуються проблеми взаємодії держави, бізнесу і суспільства. В Україні створена, але не прийнята поки що Урядом Національна стратегія Індустрії 4.0 (сайт <https://industry4-0-ukraine.com.ua/>), велику увагу цим питанням приділяє АППА (Асоціація підприємств промислової автоматизації України), а також платформа Industry4Ukraine (сайт – <https://www.industry4ukraine.net/>), яка намагається поєднати бізнес, владу, освіту та науку, розробників, агенції розвитку та громадськість.

З метою підвищення конкурентоспроможності підприємств пріоритетними напрямками підтримки з боку держави мають стати: розробка та запровадження промислової стратегії, яка має визначати рамкові умови розвитку промислового виробництва в Україні; формування інституцій, що забезпечують розвиток цифрової економіки в національних масштабах; визначені основні напрями розвитку цифрової інфраструктури, в тому числі, цифрових сервісів, які мають бути спільними для всіх сегментів економіки; створення сприятливого інноваційного середовища для збільшення проникнення цифрових технологій в ключові сектори економіки; фінансова підтримка підприємств щодо забезпечення доступного кредитування, пов'язаного із запровадженням інновацій; стимулювання державно-приватного партнерства щодо роботи над проектами в сфері цифрових технологій, забезпечення кібербезпеки; створення кластерів та

екосистем з відповідних напрямів з метою підвищення конкурентоспроможності регіонів [2].

Отже, у цифровій економіці конкуренція все більше проявляється в застосовуваних ефективних стратегіях, в інвестиціях бізнесу, що спрямовуються на створення ключових компетенцій та забезпечення своїх динамічних здібностей. Відповідно, в досягненні конкурентних переваг ключову роль відіграють цифрові трансформації, інноваційний потенціал, здатність формувати більш ефективні стратегії та ключові бізнес-процеси у відповідь на виклики зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf (дата звернення 12.10.2022).
2. Чепелюк М. І. Інструментарій стратегічного управління в контексті сучасних концепцій та трендів світового економічного розвитку : монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. – 396 с.
3. Краус К. М., Краус Н. М. Цифровізація в умовах інституційної трансформації економіки: базові складові та інструменти цифрових технологій. Інтелект XXI. 2018. № 1. С. 211–214.
4. Ткаченко І. С., Шарко В. В. Конкурентоспроможність підприємства в умовах цифрової економіки. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/03/2022-en-1-07.pdf> (дата звернення 12.10.2022).

ЯКІСТЬ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ ТА ПОКАЗНИКИ, ЩО ЇЇ ВИЗНАЧАЮТЬ

Ю. В. Рудич, аспірант;

В. В. Лісіца, к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Як відомо, якість трудового життя обумовлює характер та якість сучасних соціально-трудових відносин, впливає на розвиток трудового процесу і, в підсумку, на якість життя в цілому.

Чисельні дослідження свідчать про невисоку якість трудового життя в Україні. Як зазначають експерти, це викликано

недосконалістю процесу відтворення та розвитку трудового потенціалу; малоефективною системою стимулювання та мотивації праці персоналу; недосконалим механізмом встановлення справедливої винагороди за працю; нерозвиненістю механізмів реалізації можливостей професійного розвитку; проблемами розвитку ринку праці та зайнятості населення; недосконалістю системи правової захищеності працівника; несприятливими умовами організації умов праці та недосконалими міжособистісними відносинами в колективі; обмеженою можливістю гармонійного поєднання професійного та особистого життя працівників [1–6].

У 1958 р. в роботі Дж. Гелбрейта «Суспільство достатку» було вперше визначено термін «якість життя» в процесі аналізу переходу західного суспільства до постіндустріальної стадії розвитку [1]. А безпосередньо термін «якість трудового життя» почав розглядатися у контексті теорій постіндустріального та нового індустріального суспільства протягом 70-х років ХХ ст. Сучасні дослідження якості трудового життя, його змісту, показників, методології та методики виміру належать таким науковцям: А. М. Колот, О. А. Грішнова, В. М. Новіков, Д. П. Богиня, Н. П. Піщулін, Л. С. Лісогор та ін.

Більшість науковців визначають якість трудового життя як задоволення особистих потреб працівників через трудову діяльність в організації, а також як стимулюючий фактор зростання продуктивності та ефективності праці. Значна кількість дослідників акцентує увагу на такому ключовому аспекті якості трудового життя як система умов трудової діяльності та задоволення потреб працівників [1–6].

Якість трудового життя – поняття, з одного боку, об’єктивне, стан і динаміку якого можна вимірювати певними кількісними показниками (розмір заробітної плати, тривалість робочого часу, важкість і шкідливість умов праці та ін.). З іншого боку, якість трудового життя – поняття суб’єктивне, оскільки воно відображає суб’єктивно визначену оцінку працівником умов своєї трудової діяльності. У цьому аспекті мають значення такі показники, які важко (або й неможливо) оцінити кількісно – справед-

ливість винагороди, повага до працівника, можливості саморозвитку та самореалізації та ін.

Так, Щетиніна Л. для оцінювання рівня якості трудового життя пропонує використовувати такі показники: цікавість та змістовність праці; справедлива винагорода працівників; рівень доходів працівників; створення умов для безперервного навчання, професійного зростання і розвитку здібностей, розвиток та ефективне використання персоналу; прогрес у кар'єрі працівників; розвиток виробничої демократії; розвиток дружніх стосунків у колективі, з керівництвом; забезпечення засобами побутового й медичного обслуговування; повага до особистості; лояльність персоналу до організації [1; 3 с. 264].

Інші дослідники високу якість трудового життя характеризують такими показниками:

- створення умов для безперервного навчання, постійного професійного зростання та розвитку здібностей працівників;
- справедлива винагорода та визнання праці;
- відповідність умов праці санітарно-гігієнічним нормам;
- участь працівників у прийнятті рішень, що стосуються їх роботи та її частин;
- забезпечення гарантії роботи та дружні взаємини в трудовому колективі;
- належний рівень побутового та медичного обслуговування працівників [3].

Поліпшення якості трудового життя працівників підприємств передбачає вдосконалення соціально-економічного змісту праці, розвитку різноманітних характеристик трудового потенціалу. Відповідна якість трудового життя має створити умови для того, щоб дати можливість реалізуватися творчим, креативним здібностям працівника, коли головним мотивом стає не тільки заробітна плата, а й задоволення від трудових досягнень у результаті самореалізації та самовираження.

Від вирішення цих питань залежить майбутній добробут і стабільність суспільства та держави, адже поняття «якість трудового життя» на практиці виражає сукупність умов, що визначають міру ефективної реалізації трудового потенціалу суспіль-

ства в цілому, підприємства і кожної окремої людини зокрема, а значить і міру успіху всієї суспільної системи.

Список використаних джерел

1. Вітюнін В. Розвиток професійної компетентності працівників торгівлі в контексті забезпечення якості трудового життя. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/41874> (дата звернення 23.10.2022).
2. Лісогор Л. С. Якість трудового життя: чинники впливу та напрями покращення. URL: <https://dse.org.ua/arhcrive/18/4.pdf> (дата звернення 23.10.2022).
3. Соціалізація відносин у сфері праці в контексті стійкого розвитку : монографія / А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін. ; за наук. ред. д. е. н., проф. А. М. Колота. Київ, 2010. – 348 с.
4. Корзун В. П. Концепція якості трудового життя та її зміст. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/07/172.pdf> (дата звернення 23.10.2022).
5. Механізм управління якістю трудового життя : автореферат дис. ... канд. екон. наук, Донецьк, 2006. – 17 с.
6. Храновська Х. Теоретико-методологічні основи дослідження управління якістю трудового життя. URL: http://journals.maur.com.ua/journal/18_2008/12.pdf (дата звернення 23.10.2022).

УКРАЇНСЬКІ ТРЕНДИ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Р. В. Іванніков, спеціальність Маркетинг, група МБ-31

Н. В. Карпенко, д. е. н., професор, завідувач кафедри маркетингу

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сталий розвиток держави досягається за умови взаємодії суспільства і природи, що дозволяє забезпечити виживання людства та збереження навколишнього середовища, створюючи умови для майбутніх поколінь задовольняти власні потреби.

За цих умов постає необхідність розробки спеціальних підходів, пошуку інструментів впливу на процеси регулювання диспропорцій між сталим розвитком держави, регіонів та збереженням екологічної безпеки довкілля.

Якщо екологія на сьогодні визначається як міжнародний тренд, основним завданням розвитку суспільства у багатьох країнах Європи, Україні необхідно це враховувати з позицій інтеграції у світове товариство.

Моніторинг публікацій провідних вітчизняних вчених, що займаються дослідженнями механізму сталого еколого-економічного розвитку підприємств, та спираються у протидії людській байдужості та безпечності регіонів і країни на екологічний маркетинг в цілому свідчить про деяку стриманість у їх дослідженнях відносно визначення та формування інструментарію, який дозволить управляти таким механізмом.

Наявність та дієвість подібного інструментарію дозволить зруйнувати дисбаланс між ефективним бізнесом та станом довкілля, сформуванати нову соціальну еколого-економічну систему життєдіяльності населення, забезпечить сталий розвиток країни, що саме і дозволяє сформулювати саме соціально-екологічну наукову сукупність знань, відому як екологічний маркетинг.

Заходами, спрямованими на охорону довкілля повинні стати наступні – обмеження викидів відходів в атмосферу та гідро-

сферу з метою поліпшення загальної екологічної ситуації; обмеження вилову риби, полювання з метою збереження певних видів; обмеження несанкціонованого викидання сміття [3].

За результатами експертного оцінювання стану довкілля в Україні нами зроблено угруповання найбільш проблемних екологічних процесів, що спостерігаються в Україні (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні екологічні проблеми, що відбулися в Україні за останні 25 років*

Екологічні проблеми	Рівень безпеки	Можливість зменшення
Забруднення повітря	4	5
Видалення відходів	5	4
Виснаження і забруднення водоймів	4	3
Виснаження природних ресурсів	5	2
Ерозія ґрунтів	2	5
Біологічні явища	2	3

Примітка. Рівень безпеки та можливість зменшення визначається за бальною оцінкою від 1 до 5 [1].

Виходячи з проведених досліджень, ми робимо деякі рекомендації щодо впливу екологічного маркетингу на підтримку та захист оточуючого середовища. Застосовуючи екомаркетинг, підприємства можуть підвищити свою продуктивність та забезпечити конкурентну перевагу. Виробникам доведеться шукати вирішення екологічні проблеми через маркетингові стратегії, продукти та послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними. До них належать наступні: нові технології поводження з відходами, стічними водами та забрудненням повітря; стандартизація продукту до забезпечення його екологічності та безпечності; виробництво «дійсно» натуральних продуктів; виготовлення продукції, що орієнтована на збереження ресурсів та зміцнення рівня здоров'я населення.

Список використаних джерел

1. Екологічний моніторинг в Україні: які дані відкрито. Економічна правда. – 17 липня 2018 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/07/17/638718/>

2. Закон України «Про екологічний аудит». URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1862-15>.
3. Охорона довкілля. Вікіпедія – Вільна енциклопедія. URL: <https://bit.ly/3VpEagF>.
4. Іванніков Р. В. Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства / Н. В. Карпенко, Р. В. Іванніков // Вісімнадцята науково-практична конференція студентів закладів вищої та фахової передвищої освіти Укркоопспілки «Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства», 17.05.2021 р. – Київ. URL: <https://bit.ly/3rIuiKv>.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ТРЕНАЖЕРУ З ТЕМИ «СИСТЕМИ ЧИСЛЕННЯ, АРИФМЕТИЧНІ ОПЕРАЦІЇ В РІЗНИХ СИСТЕМАХ ЧИСЛЕННЯ» ДИСЦИПЛІНИ «АРХІТЕКТУРА ОБЧИСЛЮВАЛЬНИХ СИСТЕМ»

О. Ю. Собіборець, спеціальність Комп'ютерні науки, група КН м-11;

О. В. Ольховська, к. ф.-м. н., завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Навчальний тренажер розроблено за допомогою мови програмування Visual Basic та інтегрованого середовища розробки програмного забезпечення Visual Studio.

Для створення дизайну навчального тренажеру добре підійшов графічний редактор Adobe Photoshop CS6. За допомогою цього графічного редактору створено дизайн вікон, кнопок, логотипів, та інших графічних елементів тренажеру.

Далі після розробки дизайну було розроблено функціонал навчального тренажеру. Коли користувач натискає кнопку «Розпочати тренінг!», відбувається перехід на наступну форму з першим питанням. Цей перехід реалізовує блок коду нижче:

```
Private Sub PictureBox2_Click_1(ByVal sender As System.Object,  
ByVal e As System.EventArgs) Handles PictureBox2.Click  
Form2.Show ()  
End Sub
```

Далі було розроблено дизайн наступної форми та її елементів, з першим питанням.

Для того, щоб всі кнопки на формі працювали та натискались, для кожної кнопки створені події «Click». Блок коду з подією «Click»:

```
Private Sub PictureBox8_Click(ByVal sender As System.Object,  
ByVal e As System.EventArgs) Handles PictureBox8.Click  
PictureBox9.Show() ' кнопка 4 вибір правильної відповіді  
(з галочкою)
```

```

        PictureBox7.Hide() ' кнопка 3 вибір правильної відповіді
(без галочки)
        PictureBox6.Hide() ' кнопка 2 вибір правильної відповіді
(без галочки)
        PictureBox5.Hide() ' кнопка 1 вибір правильної відповіді
(без галочки)
        PictureBox4.Hide() ' кнопка блокування наступного
питання
        PictureBox14.Show() ' повідомлення про те що відповідь
правильна
        PictureBox13.Show() ' повідомлення про те що відповідь
неправильна
    End Sub

```

Після виведення спливаючого повідомлення про те, що відповідь правильна, користувач натискає кнопку «наступне питання» і відбувається перехід на наступну форму з наступним питанням.

Для того, щоб закрити навчальний тренажер, було створено хрестик в лівому верхньому куті, навчальний тренажер можна закрити коли завгодно, але результати тренінгу не будуть збережені. Код цього елементу:

```

    Private Sub PictureBox2_Click(ByVal sender As System.Object,
ByVal e As System.EventArgs) Handles PictureBox2.Click
        End
    End Sub

```

Якщо користувач виконує практичне завдання правильно, то з'являється спливаюче вікно, на якому написано, що завдання виконано правильно, потім через 2 секунди тренажер автоматично перейде на наступне практичне завдання, це робота таймеру, в іншому випадку, якщо відповідь неправильна, користувачеві відкриється вікно з повідомленням про неправильну відповідь, реалізація таймеру описана нижче коротким блоком коду:

```

Me.Timer1.Interval = 2000
Timer1.Enabled = True

```

Коли користувач завершив тренінг, на останньому вікні відображається дата та час, ім'я користувача, прізвище користувача, група, кнопка збереження результатів тренінгу в файл, кнопка вікривання файлу з результатами, кнопка друку результатів. Кількість правильних та неправильних відповідей, реалізується підрахунок відповідей наступним кодом:

```
Private Sub Timer1_Tick(ByVal sender As System.Object, ByVal  
e As System.EventArgs) Handles Timer1.Tick  
    Form14.Show()  
    If Form4.Label2.Text < 255 Then Form4.Label2.Text =  
Form4.Label2.Text + 1  
    Timer1.Stop()  
End Sub
```

Отже, в нашій країні дистанційне навчання має свої особливості в умовах воєнного стану – це можливість контактувати, вчитися один у одного, співпрацювати, цінувати необхідні можливості, самостійно працювати. Дистанційна освіта на сьогоднішній день та розроблені навчальні тренажери дисциплін якісно та безпечно готують до іспитів, покращують рівень знань студента, допомагають краще запам'ятати лекційний матеріал, дозволяють практично попрацювати з темою дисципліни. Розробка та впровадження навчальних тренажерів дисциплін – це дуже актуальне та необхідне питання в наш час.

Список використаних джерел

1. Microsoft Visual Studio Викладач. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Visual_Studio.
2. Інноваційне навчання в університеті: досвід та перспективи. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/4150/1/Balyk_2013.pdf
3. Освітній процес в умовах воєнного стану в Україні. URL: http://enquir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/37782/Petko_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

СИСТЕМА БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА: ОБҐРУНТУВАННЯ ВИМОГИ СУЧАСНОГО БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩА

Л. П. Білан, аспірант;

Л. А. Рибалко-Рак, к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У сучасних динамічних та ризикованих умовах діяльності господарюючих суб'єктів, управління як процес впливу керуючої підсистеми на керовану, викликає особливий науково-практичний інтерес, оскільки спрямовує підприємство до заданого ідеального стану, який відображено в запланованих результатах. З метою досягнення і підтримки результативного управління підприємством досліджується декомпозиція керованої та керуючої підсистем на складові бізнес-процеси, які є цілісними підсистемами та окремими об'єктами управління, що перебувають у відносній незалежності від стану та поведінки інших підсистем соціально-економічної системи.

Теоретичним, методичним та прикладним аспектам визначення сутності управління системою бізнес-процесів, принципів їх моделювання, визначення їх ефективності та результативності, пошуку методів їх оптимізації було присвячено науково-практичні роботи таких дослідників як Андерсен Б., Беккер Й., Біннер Х. Ф., Виноградова О. В., Дейвентпорт Т. Х., Есселінг К. С., Зіндер Е. З., Козаченко А. В., Кравченко К. А., Кузьмін О. Є., Лепейко Т. І., Мазур І. І., Ойхман Е. Г., Портер М., Хаммер М., Харрінгтон Дж., Цугель Т. М., Чампі Д., Шеер А. В., Шук Дж. тощо. Дослідження зазначених вчених зробили значний внесок у розвиток науки управління на засадах процесного підходу, глибоко розкривають сутність і зміст процесів, які відбуваються в соціально-економічній системі, систематизують їх, відображають особливості формування і практичного впровадження інструментів оцінювання ефективності та підвищення ефективності управлінської праці менеджера [2].

У сучасних умовах важливою метою дослідження є розробка теоретико-методичних положень і науково-практичних рекомендацій щодо формування, впровадження і управління системою бізнес-процесів підприємства на засадах проектного підходу, що зумовлено високою результативністю цього інструменту в управлінні соціально-економічними системами.

Оптимізація керуючої системи відповідно до вимог та факторів впливу внутрішнього і зовнішнього середовища, а також компетенції, вміння і навички об'єктивно оцінювати її стан та досягнуті результати, формує засади для сталого розвитку підприємства на основі цілеспрямованих дій із мінімізацією впливу на результати випадкових неврахованих факторів.

Управління бізнес-процесами дає можливість управлінському персоналу підприємства, керуючій підсистемі в цілому визначати свої процеси, організувати їх реалізацію на засадах орієнтації на тотальну якість та ефективність управління, налаштувавши кожен процес таким чином, щоб результати його виконання приводили до досягнення поставлених бізнес-цілей за допомогою адаптації та інтеграції із сучасними, інколи непередбачуваними вимогами [1].

Активний розвиток процесно-структурованого підходу в управлінні соціально-економічними системами вимагає нових напрямів застосування закладеної в ньому концепції, зокрема в аспекті інструментів оцінювання ефективності системи менеджменту підприємства та впровадження через проектний підхід як інструмент менеджменту.

Список використаних джерел

1. Гусаковська Т. О., Рибалко-Рак Л. А., Поставна Л. П. Проектний менеджмент на підприємствах торгівлі: ідентифікація та управління процесами операційного рівня : зб. тез доп. X Міжнар. Наук.-практ. конф. «Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу». 29 вересня – 1 жовтня 2016 року. Суми : ФОП Ткачов О. О., 2016. С. 67–69.
2. Рибалко-Рак Л. А., Тітенко В. В. Реалізація процесного підходу до управління в межах системи управління якістю сучасного підприємства. Наука і молодь в ХХІ сторіччі : зб. тез доп. II Міжнар. молодіжної наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 1–2 грудня 2016 року). Полтава : ПУЕТ, 2016. Ч. 2. С. 108–110.

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ Й ОРГАНІЗАЦІЯМИ

Б. Р. Войт, аспірант;

Т. О. Гусаковська, к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сьогоднішні події в Україні диктують нові правила для ведення бізнесу й зокрема в управлінні підприємствами та організаціями. Впровадження нових видів комунікацій чи адаптація вже перевірених світових напрацювань в сьогоднішні реалії для розвитку підприємств є як ніколи важливими.

Дослідження показує, що роль комунікацій у функціонуванні підприємств потребує їх точного визначення до того чи іншого виду діяльності підприємства. Відзначимо, що значень і трактувань терміну «комунікація» досить багато, а тому важливо враховувати підхід, який розуміють автори (філософський, соціальний, лінгвістичний, економічний чи психологічний) [1–4].

З огляду існуючих визначень поняття «комунікація» згідно з зазначеними підходами можна зробити висновок, що дане поняття має різні значення в залежності від підходу, в якому воно використовується. До прикладу у лінгвістичному підході комунікація представлена як процес фізичного та соціального обміну інформацією між представниками інформаційного навколишнього простору із використанням звичних слів, літер, символів, певних знаків.

У філософському підході ця проблематика пов'язана з певним конфліктом між прихильниками теорій комунікації-інтенції та формальної семантики, в той час коли психологія та психолінгвістика розглядають навпаки фактори, які спонукають сприйняттю інформації. Загалом комунікація в психології представлена як процес обміну продуктами психічної діяльності.

У філософії під поняттям «комунікація» мається на увазі передача соціальної інформації, яка впливає на об'єкти із низкою проміжних результатів.

У той же час відповідно із економічним підходом, комунікації визначаються як обмін інформацією між людьми з подальшою метою формування ділових відносин.

Підсумовуючи вищесказане можна зазначити, що термін «комунікація» не має точного визначення навіть в одній науці, а тому й дають характеристику різним процесам. На наш погляд, найбільш визначенням «комунікації» для сьогоденних подій в Україні є трактування «Управління державної освіти США» [5]: «Комунікація визначається як процес, за допомогою якого ми надаємо та передаємо зміст у спробі створити загальне розуміння; цей процес потребує набору навичок. Цей процес вимагає величезного репертуару навичок у власній та міжособистісній обробці і т. д.». Це трактування дало змогу максимально точно підставити його до подій, які зараз проходять в нашій країні і в бізнесі, де вкрай добре показано потребу у створенні загального розуміння ситуації.

На основі проведеного аналізу визначень комунікації пропонуємо власне бачення даного терміну: «Комунікація – це можливість об'єднання однодумців, метою яких стоїть вирішення певної проблеми з можливою подальшою підтримкою зв'язків для підтримки загального розуміння ситуації чи події».

Відходячи від підходів визначення поняття комунікації переходимо до ознак і їх видів, де чітко зображується розподілення їх на підгрупи.

Тож до ознак класифікації відносяться:

1. Сфера охоплення.
2. Спосіб виникнення.
3. Спосіб здійснення.

З них в подальшому формуються види комунікацій, які в свою чергу також розподіленні на групи відповідно ознак, а саме:

За сферою охоплення: між організацією і зовнішнім середовищем, організаційні, міжособистісні.

За способом виникнення: формальні та неформальні.

За способом здійснення: вербальні та невербальні.

Відтак, комунікації у системі управління в організаціях й підприємствах мають декілька значень залежно від їх діяльності і підходу до неї. По-перше все залежить від обраного виду комунікації керівництва з підлеглими та взагалі від правильності підтримки зв'язків. По-друге, будь-які комунікації спрямовані на інформування, переконання, стимулювання виконання поставлених задач перед працівниками з правильним вибудову-

ванням іміджу компанії та налагоджування тісних взаємовигідних партнерських стосунків між підприємством і громадськістю, що створює гарні умови для адаптації фірми під умови сьогодення. Тепер комунікації, які завжди сприймалися в більшості як інструмент залучення покупців стають визначальним фактором функціонування й взагалі виживання організацій.

Список використаних джерел

1. Гусаковська Т. О., Кужель Н. Л., Худокормова Ю. А. Оцінка ефективності системи управління інформаційним забезпеченням та комунікаціями в організації. Міжнар. наук. інтернет-конф. «Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення (випуск 42)» / Зб. тез доп. Вип. 42 (м. Тернопіль, 16 жовтня 2019 р.). – Тернопіль, 2019. – С. 44–45.
2. Каражия Е. А. Проблеми та передумови формування ефективної системи комунікаційного забезпечення підприємств в Україні. Ефективна економіка. 2021. № 8. URL: <http://www.economy.ayka.com.ua/?op=1&z=9147> (дата звернення: 23.10.2022).
3. Маковецька І. М. Управління комунікаціями в підприємствах : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / ЗВО Державний університет телекомунікацій. 2021. 253 с.
4. Сутність і кваліфікація комунікацій. URL: <https://infopedia.su/13x5fcd.html> (дата звернення: 20.10.2022).
5. Communication is defined ... / The Office of Superintendent of Public Instruction (OSPI). URL: <http://www.k12.wa.us/curriculum/instruct/communications/default.aspx> (дата звернення: 05.11.2022).

ІНДИВІДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

В. В. Дорошенко, аспірант;

І. В. Козюра, д. держ. упр., професор кафедри менеджменту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У нестабільному зовнішньому середовищі економічна діяльність підприємств здійснюється в умовах, що постійно змінюються, а ризик і невизначеність є іманентно властивими процесу управлінської діяльності [9, с. 258]. Все частіше управлінням різних галузей доводиться ухвалювати рішення без можливості

всебічно оцінити фактори впливу на організацію, передбачити їх імовірні результати через неясність причинно-наслідкових зв'язків, раціонально обґрунтувати вибір будь-якої з альтернативних стратегій через частковий або повний брак необхідної інформації. Крім звичайних загроз та ризиків, що несуть за собою розвиток трансформаційних процесів і реструктуризація економіки, сучасний кризовий стан в Україні, спричинений веденням військових дій на її території, вимагає від керівників нових оперативних дій з планування, оптимізації та прогнозування [10, с. 542–543]. Ці процеси підтверджують гостру актуальність дослідження особливостей прийняття рішень в умовах невизначеності з метою практичного застосування результатів наукових досліджень для підвищення ефективності функціонування вітчизняних підприємств.

Як один з головних елементів управління прийняття рішень суттєво залежить від суб'єктивних ознак менеджера, тому варто надати увагу внутрішнім психологічним властивостям менеджера, що впливають на його ефективне виконання управлінських функцій за обставин невизначеності.

Під поняттям невизначеності прийнято розуміти стан дефіциту, неповноти інформації, необхідної для прогнозування майбутнього, суперечливості і неоднозначності можливого розвитку подій [5, с. 51–52].

Одним із перших науковців, які почали системно досліджувати процес прийняття рішень в умовах невизначеності, був Д. Канеман. Він виокремлював зовнішню та внутрішню невизначеність. До першої він відносив умови навколишнього середовища, які керівник змінити не може, друга – предмет творення самої людини та залежить від її індивідуальних психологічних особливостей. Серед таких важливих факторів, що впливають на прийняття належних рішень за умов невизначеності є впевненість у своїй компетенції [3, с. 229].

На думку Д. Канемана, під час прийняття рішення керівник обирає між двома протилежними поведінковими стратегіями – використання (exploitation) та дослідження (exploration). За першої стратегії перевага віддається знайомому варіанту, що вже

був обраний у минулому; друга стратегія полягає в застосуванні не відомих раніше опцій, що підвищує рівень невизначеності, проте сприяє відкриттю нових можливостей для розвитку через набуття нового досвіду.

Оскільки прийняття рішень залежить від когнітивних здібностей керівника, слід також звернути увагу на наукове дослідження Національного центру біотехнологічної інформації США, проведене у 2011 році [1]. За його результатами була доведена взаємозалежність прийняття рішень в умовах невизначеності та когнітивного контролю – комплексу виконавчих функцій мозку та однієї з систем уваги, що дозволяє людині здійснювати селекцію інформації, координацію і виконання актуальних процесів та стримування неактуальних [2]. Когнітивний контроль тісно пов'язаний з гнучкістю інтелекту, від якого, в свою чергу, залежить здатність адаптувати мислення до нової проблемної ситуації.

Особливу увагу привертає концепція толерантності до невизначеності, розроблена фахівцями у галузі психології. Вона означає ставлення людини до невизначеності як до можливості вибору, розвитку, отримання нових навичок та внаслідок цього уміння активно і гнучко приймати адекватні рішення в складних суперечливих умовах неповноти інформації, не зважаючи на тривогу і стрес [6, с. 216]. І навпаки, нетерпимість (інтолерантність) до невизначеності призводить до перебільшення в оцінці небезпеки, побудови негативних сценаріїв, використання застарілих моделей поведінки, що не відповідають поточним викликам [4, с. 68–69]. Керівник, який має високу стійкість до впливу факторів нечіткості, приймає неоднозначність у процесі пошуку альтернативи рішення, має терпиме ставлення до новизни, непередбачуваності і мінливості ситуації, здатний діяти продуктивно в незнайомій обстановці та приймати рішення без тривалих сумнівів і страху зазнати невдачі [8, с. 98–99].

Отже, за обставин невизначеності, найбільш ефективна логіка дій з управління компаніями притаманна лідерам, які можуть гнучко управляти командами і швидко пристосовуватися до змін, здатні вибудовувати міцну корпоративну культуру, об'єднувати

людей навколо спільної цілі, а також мають стратегічне мислення на рівні всієї компанії та можуть аналізувати всі аспекти та деталі, що впливають на успішність бізнесу [7, с. 8–11]. Саме ці якості допоможуть в управлінні підприємством у кризові часи змін і нестабільності та в процесі прийняття рішень в умовах невизначеності.

Список використаних джерел

1. Mushtaq F., Bland A. R., Schaefer A. Uncertainty and cognitive control. *Front. Psychology*. 2011. 2:249. doi: 10.3389/fpsyg.2011.00249.
2. Ochsner K. N., and Gross J. J. (2005). The cognitive control of emotion. *Trends Cogn. Sci.* 9, 242–249. doi: 10.1016/j.tics.2005.03.010.
3. Власенко О. С., Чарикова Ю. В. Мотивація персоналу в умовах кризи. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 17. С. 224–229.
4. Кузікова С. Б. Толерантність до невизначеності: теоретико-емпіричні розвідки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки»*, 2018. № 1(3). С. 67–72.
5. Курова А. В. Ситуація невизначеності у парадигмі сучасних викликів суспільства. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Психологія*. Ужгород : Видавн. дім «Гельветика», 2021. Вип. 4. С. 51–55.
6. Помиткіна Л. Вплив толерантності до невизначеності на процес прийняття рішення менеджерами з персоналу. *Індивідуальність у психологічних вимірах спільнот та професій : зб. наук. пр. / за заг. ред. Л. В. Помиткіної, О. М. Ічанської*. Київ : ТОВ «Альфа-ППК», 2020. С. 216–220.
7. Семь трансформаций лидерства. URL: https://coachinstitute.ru/upload/iblock/f36/7_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B9_%D0%BB%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf.
8. Литвин С. В. Толерантність до невизначеності як психологічний конструкт. *Психол. часоп.* 2019. № 1. С. 90–107.
9. Филипенко О. М. Вплив невизначеності на функціонування бізнесу. *Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку*

ринку : тези доповіді V наук.-практ. конф. з міжнарод. участю (14 жовтня 2016 р.). Харків : НФаУ, 2016. С. 258–260.

10. Юдович А. С., Деліні М. М. Процес прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності на прикладі ТОВ «Ласуня». Економіка і суспільство. 2016. № 7. С. 542–545.

ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

В. С. Крамаренко, аспірант;

А. І. Мілька, к. е. н., доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Для ефективного управління прибутком підприємств необхідно удосконалити існуючі інструменти та підходи до його управління, створити нову інформаційно-облікову модель, яка зможе якісно та ефективно задовольнити різноманітні потреби системи управління в процесі створення та оптимального прийняття управлінських рішень.

Система інформаційних показників управління прибутком підприємств залежить від особливостей галузі діяльності, обраної форми та напряму господарювання, визначеної політики ведення обліку, тощо.

Аспектам управління прибутком підприємств завжди приділялася значна увага науковців, зокрема: І. Бланк, В. Белобородова, А. Поддєрьогіна, О. Терешенко, М. Чумаченько, І. Балабанова, В. Белолипецького, А. Мілька, В. Селезньова, А. Ковальова, В. Горфінкеля, В. Швандара, Н. Русака, В. Хорна, Р. Холта, Є. Брігхема та інші.

Розвиток науково-технічного прогресу, автоматизація виробництва та процесів управління ним, популяризація інтернет-технологій у житті сучасного суспільства сформували деякі методології та засоби управління, які дозволяють не тільки оцінювати ефективність його діяльності, а й використовувати їх як інструменти стратегічного управління.

Досвід використання цих інструментів на різних етапах розвитку світових компаній свідчить про їх успішність [1].

Дослідивши сучасні інструменти, пропонуємо низку інструментів, які, на нашу думку, зможуть забезпечити отримання прибутку на різних етапах розвитку та діяльності підприємства (рис. 1).



Рисунок 1 – Сучасні інструменти управління прибутком підприємств (авторське узагальнення)

З огляду на вищезазначене, управління прибутком представляє одну із складних багаторівневих систем управління, для якої притаманні свої конкретні завдання, цілі та існуючі інструменти

їх досягнення. Запропоновані інструменти управління прибутком дозволять забезпечити стабільний розвиток у майбутньому, достатній рівень самофінансування власної діяльності, високу ринкову конкурентоспроможність і, головне, захист від кризових ситуацій.

Список використаних джерел

1. Мілька А. І., Чижик Т. В. Інструментарій управління підприємствами у контексті підвищення ефективності їх діяльності. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. – № 3 (20). – С. 285–291.

МЕНЕДЖМЕНТ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА З ОРІЄНТАЦІЄЮ НА ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ

С. В. Палько, спеціальність Менеджмент, студентка групи 21-0911-606;

О. О. Трут, д. е. н., доцент, завідувач кафедри менеджменту – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

Більшість сучасних концепцій менеджменту ґрунтується на системному підході до розуміння менеджменту торговельного підприємства. Виходячи з позицій системної методології, торговельні підприємства є відкритими, складними, динамічними, соціально-економічними системами. Однією з основних закономірностей функціонування та розвитку торговельних підприємств як відкритих систем є інтегративність. Ця закономірність визначає ступінь єдності та відокремленості системи щодо зовнішнього середовища, а також кількість функціональних зв'язків системи з середовищем [1, 2].

Знання основних властивостей і закономірностей функціонування та розвитку торговельних підприємств, як відкритих систем, допомагає менеджерам визначити вплив кожної із них на процес торговельної діяльності, якісно формувати цілі та завдання, оперативно реагувати на зміни факторів зовнішнього середовища, визначати організаційну структуру управління цією

системою. При цьому, важливо мати на увазі наступну залежність: торговельне підприємство є підсистемою економіки, економіка становить підсистему суспільства, а суспільство – це підсистема екологічної системи.

Для дослідження взаємозв'язків між торговельним підприємством і його зовнішнім середовищем важливе значення має концепція групових претензій. Ця концепція виходить з того, що менеджмент торговельного підприємства знаходиться в постійній конфронтації з різними групами інтересів, зміст яких впливає на його майбутнє становище. При цьому власне становище груп інтересів у свою чергу залежить від стану справ на підприємстві.

Специфіка взаємовідносин між ними полягає в тому, що менеджмент торговельного підприємства не може контролювати поведінку зацікавлених груп.

Менеджмент торговельного підприємства, як правило, має справу з чотирма *групами інтересів*:

- 1) внутрішні (власники, менеджери, співробітники);
- 2) господарські (покупці, постачальники, конкуренти, потенційна робоча сила);
- 3) громадські (держава, засоби масової інформації, громадські організації, тощо);
- 4) інтереси захисників навколишнього середовища (вчені, асоціації зацікавлених організацій і груп, держава та ін.).

Значення цих груп інтересів для менеджменту торговельного підприємства різне і визначається ситуативно. Взаємовідносини з ними постійно змінюються залежно від характеру взаємних претензій. Так, не тільки торговельне підприємство має певні обов'язки перед суспільством, але і суспільство як одна із груп претензій, бере на себе певні зобов'язання перед підприємством. У результаті виникає необхідність організування цілеспрямованого управління зв'язками з групами, що розглядаються [1].

Процес менеджменту торговельного підприємства, орієнтованого на зовнішнє середовище, умовно можна структурувати на такі етапи:

- 1) ідентифікація внутрішньо-фірмових груп претензій;

2) виявлення і аналіз зовнішніх груп претензій за їх відношенням до торговельного підприємства;

3) вивчення суспільних чинників;

4) розробка власної стратегії торговельного підприємства;

5) впровадження і контроль власної стратегії [2].

Ідентифікація внутрішньо-фірмових груп претензій полягає в організаційному оформленні торговельного підприємства: визначення власника та фіксація його інтересів, визначення органів управління та контролю і фіксація їхніх повноважень, прав та обов'язків, формування персоналу і системи управління ним.

Вивчення суспільних чинників. Суспільна функція і соціальна відповідальність торговельних підприємств повинні враховуватися як при побудові організації (керівні посади, органи та інші носії структури), так і при її функціонуванні (процеси і взаємодія сторін). Для цього необхідний відповідний інструментарій. Важливо також, щоб орієнтація на зовнішнє середовище спиралася на культуру підприємства, під якою розуміється позиція підприємства стосовно ринку, суспільства і т. д., з врахуванням відповідних впливів і наслідків, а також загальних принципів моральної, соціальної, економічної, політичної та інформаційної поведінки.

Розробка стратегії діяльності торговельного підприємства. Мета стратегії полягає в тому, щоб досягти довготермінових конкурентних переваг, які забезпечать підприємству високу рентабельність. Стратегія є узагальненою моделлю дій, необхідних для досягнення проставлених цілей шляхом координації і розподілу ресурсів підприємства. Ефективне використання ресурсів реалізується за допомогою портфельної стратегії. Портфельна стратегія полягає в диверсифікації використання фінансових ресурсів з метою одержання найвищої загальної віддачі від них.

Ділова стратегія, на відміну від портфельної, орієнтована на використання внутрішніх джерел наявної основної торговельної діяльності підприємства. На основі цих джерел досягається: зростання обсягу товарообороту; краще задоволення ринкового попиту; освоюються нові ринкові ніші; стимулюється і розвивається творчість і ініціатива персоналу.

Функціональна стратегія означає напрям діяльності тієї чи іншої функціональної служби (відділу) в рамках загальної ділової стратегії даного господарського підрозділу.

Закінчується процес впровадженням і контролем реалізації стратегії. Ринок контролює торговельне підприємство (за допомогою конкуренції), а підприємство – ринок (наприклад, шляхом вибору постачальників). З боку суспільства діяльність підприємства контролюється відповідними органами і групами (преса, асоціації споживачів і т. д.). Підприємство у свою чергу слідує за суспільством (наприклад, за результатами конкуренції державних підприємств, лобістських компаній та ін.).

Список використаних джерел

1. Бланк І. Торговий менеджмент / І. Бланк. – Київ : Ніка-Центр, 2013. – 784 с.
2. Трут О. О. Системний підхід до торговельного менеджменту. Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 1–2 червня 2022 р. Львів, 2022. С. 291–292.

КООРДИНАЦІЯ РОБОТОЮ ПРОЄКТНИХ ГРУП ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ОСВІТНІХ ЦЕНТРІВ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОСТІ

А. С. Цимбалюк, аспірант;

І. В. Козюра, д. держ. упр., професор кафедри менеджменту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Запровадження проєктного менеджменту в роботу освітніх ресурсних центрів (міжшкільних, інклюзивних, інформаційних тощо) як особливої форми управління, дозволяє закладу сконцентрувати ресурси на виконанні визначеного комплексу задач при певних обмеженнях, таких як час, можливості, бюджет. Вони нерозривно пов'язані з координацією роботи проєктних груп, адже стосуються людей та їх відносин, що формуються в процесі спільної діяльності: від формулювання мети проєкту (через планування) до самої її реалізації. Слушною є думка

науковців, які зазначають, що управління проектами – це методологія організації, планування, керівництва, координації трудових, фінансових і матеріально-технічних ресурсів протягом проектного циклу, що спрямована на ефективне досягнення його мети шляхом застосування сучасних методів, техніки та технології управління для досягнення визначених у проекті результатів за складом та обсягом робіт, вартістю, часом, якістю та задоволенням учасників проекту [1].

Важливою є саме запроваджена в закладі організаційна структура – сукупність взаємопов'язаних органів управління, що розташовані на різних ступенях системи, іншими словами, організація людей для успішного виконання проекту. В процесі застосування проектного менеджменту відбувається зміна загального соціально-психологічного характеру колективу, націлення на сприйняття та впровадження інновацій, формування нового стилю роботи, орієнтованого на творчий характер. Вершиною застосування філософії проектного управління є стан, коли вся діяльність закладу здійснюється в проектній формі – це стосується не лише завдань, спрямованих на формування ресурсів або надання послуги, а й значною мірою на діяльність із внутрішнього розвитку організації [2].

Створення організаційної структури управління проектами передбачає формування проектних груп, розподіл завдань серед виконавців із урахуванням їх компетентностей, встановлення системи комунікації між членами міні-колективів та між членами окремих груп, розроблення системи мотивації праці тощо. Розглянемо кожний вектор цієї роботи окремо.

Залежно від кількості проектів в організації може створюватися декілька проектних груп, що діють одночасно, але перебувають на різних етапах реалізації задумів. Кожна проектна група стає самостійним учасником проекту, або входить у склад одного із учасників і здійснює управління реалізацією проекту. Проектна група створюється на період реалізації проекту та розформовується після його завершення. У зв'язку з тим, що проектний менеджмент переплетений безпосередньо з творчістю, яка лежить в основі діяльності освітян, проектна діяльність –

це виключно дієва творчість. Також проєктний менеджмент сприяє демократизації в управлінні закладом, відмові від авторитаризму, прямого примусу та прихованих маніпуляцій свідомістю членів колективу. Тому надзвичайно важливим є рух від лідерства авторитету до творчої діяльності у межах креативно-спроможних команд, що реалізують певний проєкт. У комплектації проєктних груп безпосередньо бере участь керівник закладу, але враховуються певні компетентності та побажання членів колективу. В умовах особистої комунікації вважають доцільним утворення проєктної групи в складі 6–8 осіб. Від керівника та кожного члена проєктної групи вимагають компетентності, як фахово-методичної, так і соціально-особистої.

Важливим є налагодження системи комунікації між членами міні-колективів та між членами окремих груп. У проєктній групі потрібно організувати співпрацю представників різних структурних підрозділів, методичних об'єднань, фахової підготовки, з метою встановлення певних правил комунікації. Найчастіше це: цілеспрямованість в роботі для досягнення мети, відкрита презентація власних поглядів і пропозицій, рівність прав та обов'язків, співпраця та допомога один одному тощо. Координація групової діяльності в сучасних умовах зазвичай здійснюється традиційно, через особисті контакти, а також через формальне та дистанційне спілкування. Проєктний менеджмент повинен враховувати організаційні можливості різних методів дослідження. Наявна комп'ютерна мережа надає можливість працювати незалежно від місцезнаходження спеціалістів та створювати за необхідністю «віртуальний продукт» до матеріального зразка.

Основою управління персоналом є система, яка передбачає створення сприятливих умов і стимулів, що мотивують співробітників працювати з більшою самовіддачею та націленістю на результат окремого проєкта [3]. Найважливішим критерієм мотивації є тип впливу, прямий та непрямий. Окрім них існують інші фактори, що впливають на ефективність співробітників, а саме: соціальна мотивація; психологічна мотивація; кар'єрна мотивація; освітня мотивація [4].

Таким чином, для запровадження проєктного менеджменту важливим є створення організаційної структури, яка передбачає формування проєктних груп, розподіл завдань серед виконавців із урахуванням їх компетентностей, встановлення системи комунікації між членами міні-колективів та між членами окремих груп, розроблення системи мотивації праці тощо. Запровадження проєктного менеджменту в роботу освітніх ресурсних центрів дозволяє закладу сконцентрувати людські ресурси на виконанні визначеного комплексу задач при певних обмеженнях в умовах турбулентності.

Список використаних джерел

1. Міценко Н. Г. Ресурсний потенціал підприємства: сутність, структура, стратегія використання. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. С. 1–5. URL: https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2010/20_9/193_Micenko_NV_20_9.pdf.
2. Бушуєв С. Д. Практика проєктного менеджменту «крок за кроком». Ч. 1. URL: <http://elearn.univector.net/mod/resource/view.php?id=1229>.
3. Рябова З. В., Єрмоленко А. Б., Махия Т. А. Проектний менеджмент для інноваційного розвитку освітніх організацій України / НАПН України, ДВНЗ «Університет менеджменту освіти», Культурконтакт Австрія, 2017. С. 43–65. URL: <http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/posibnyky/kka-book-web.pdf>.
4. Трілленберг В. Проектний менеджмент. Конспект лекцій і семінарів. Тернопіль: Економічна думка, 2001. С. 22–28. URL: http://library.wunu.edu.ua/files/EVD/kl_proekt_men_trillinberg.pdf.

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

ПЛАНИ ПІСЛЯВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ

А. В. Заїка, спеціальність Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-11;

Л. С. Франко, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Воєнна та післявоєнна відбудова України залишається головною темою сьогодні і буде актуальною протягом найближчих десяти років. Саме на такий час розрахований План відновлення, над яким, всупереч безперервній війні, вже активно працює українська влада, експерти та партнери. За нинішніми підрахунками на 10-річну відбудову країни потрібно 750 млрд доларів США, а План відновлення України передбачає три етапи, які мають чіткі хронологічні рамки та охоплює 15 сфер:

1. Період стійкості, передбачає заходи з відновлення найважливіших об'єктів критичної інфраструктури до кінця 2022 року, тобто йдеться про ремонти котелень, мереж електропостачання, житла, підтримку малого та середнього бізнесу. Цього року планується залучення фінансової допомоги у розмірі 60–65 млрд доларів. США від іноземних партнерів.

2. Етап відновлення (2023–2025 роки) передбачає реалізацію більшості проєктів усього плану, відбудову об'єктів соціальної сфери, будівництво житла. Планується залучення фінансування у розмірі понад 300 млрд доларів США.

3. Заключний етап (2026–2032 роки) – це вже модернізація та заходи щодо вступу України до Євросоюзу. Для реалізації заявлених заходів потрібно понад 400 млрд доларів США [4].

При обговоренні даного документу значна увага приділяється трьом основним напрямкам відбудови. Перший – трансформація пріоритетних секторів економіки: оборони, металургії, машинобудування, енергетики, сільського господарства в частині переробки. Другий – покращення умов життя, тобто йдеться

про якісні сфери освіти, медицини та розвиток людського капіталу. Третій – ефективна інфраструктура, в якій кожен відбудований об'єкт повинен бути не таким, як до війни, а кращим, з орієнтуванням на сучасні стандарти та функціонал.

Відповідно розробленого плану розвитку України на майбутні 10 років наша держава на кінець 2032 року має увійти в топ-25 країн за індексом людського капіталу та індексом економічної складності (за виготовленням складних технологічних товарів) і завершити процес інтеграції до ЄС.

У 2022 році Україна офіційно отримала статус кандидата на членство в ЄС, що відкриває широкі перспективи для української промисловості [3]. Вони пов'язані з використанням можливостей залучення іноземних інвестицій, трансферу технологій та участі нашої країни в різноманітних програмах розвитку ЄС. Оскільки українська виробнича база технологічно застаріла і практично позбавлена можливості повноцінного виходу на ринок ЄС, вітчизняні виробничі фонди потребують повного оновлення на базі нових технологій і техніки. Водночас для вступу до ЄС потрібно буде продовжити розпочаті до війни реформи та гармонізувати українське законодавство з європейським. Наприклад, впровадження європейської системи сертифікації, продовження масової приватизації, антикорупційна та судова реформи. Водночас важливо не втратити попередні здобутки, а натомість використовувати їх у процесі відновлення.

У вересні 2022 року уряд України, Єврокомісія та Світовий банк представили першу спільну оцінку збитків від російського вторгнення. Попередньо, збитки та відновлення оцінюються в 349 млрд доларів США. Варто зауважити, що з того часу сума значно зросла, враховуючи численні удари російської федерації по об'єктах критичної інфраструктури України [4].

25 жовтня 2022 року на міжнародній конференції з відновлення України в Берліні було представлено ще один План відновлення, відповідно якого Україна у 2023 році потребує 38 млрд доларів США для фінансування дефіциту бюджету та 17 млрд доларів США потрібно для термінового відновлення соціальної, енергетичної та транспортної інфраструктури [5].

Результатом цього заходу є організація «Financial coordination platform and meetings» під співголовуванням США, Єврокомісії та України. Метою цих зустрічей є координація допомоги Україні, визначення напрямків для першочергового й довгострокового відновлення, а також джерел їх фінансування. Тобто питання та проблеми, які стоять досить гостро перед урядом України та потребують негайного вирішення будуть систематично обговорюватися в оновленому форматі з представниками міжнародної спільноти які одночасно є партнерами України та її фінансовими донорами. Підтвердженням цьому є постійна фінансова допомога, що надходить від фінансових інституцій Європи та США. Зокрема, у ЄС розробили новий проєкт фінансової допомоги Україні на загальну суму 9 млрд євро. У серпні 2022 року Україна отримала 1 млрд євро, у жовтні цього ж року ще 2 млрд євро в рамках реалізації даного проєкту. Кошти були направлені на фінансування першочергових бюджетних потреб. Станом на 18 жовтня 2022 року Світовий банк мобілізував для України майже 13 млрд доларів США екстреного фінансування, 11 млрд доларів США з цієї суми вже виділені в повному обсязі. Міжнародна фінансова корпорація (IFC) надає Україні 25 млн євро на ремонт муніципальних будівель для розміщення в них внутрішньо переміщених осіб (ВПО) [2].

Таким чином, можна зробити висновки, що Україна має досить серйозну і стабільну фінансову підтримку з боку міжнародних організацій, яка дозволяє вирішувати не тільки нагальні соціальні та економічні питання, а і забезпечить відбудову та відновлення України у післявоєнний період. Можна із впевненістю сказати, що це лише питання часу, віри і дій.

Список використаних джерел

1. Відбудова України після війни: хто, як і за чії гроші. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/05/19/687200/> (дата звернення: 01.11.2022).
2. ЄБРР виділить Україні 3 мільярди євро на відновлення економіки. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/yebrr-vidilit-ukrajini-3-milyardi-yevro-na-vidnovlennya-ekonomiki-12022389.html> (дата звернення: 01.11.2022).

3. План євроінтеграції: коли можливий вступ України до ЄС та як його досягти? URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/07/8/7142850/> (дата звернення: 01.11.2022).
4. Скільки буде коштувати повоєнне відновлення України: перші оцінки. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/10/28/infografika/ekonomika/skilky-bude-koshtuvaty-povoyenne-vidnovlennya-ukrayiny-pershi-ocinky> (дата звернення: 01.11.2022).
5. У Берліні стартувала конференція відновлення України URL: <https://poglyad.tv/u-berlini-startovala-konferenciya-vidnovlennya-ukrayini-article> (дата звернення: 01.11.2022).

СПЕЦІАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ЗОНИ КИТАЮ

О. І. Кошева, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС 6-21

Л. С. Франко, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У багатьох країнах світу спеціальні економічні зони (СЕЗ) є найважливішим інструментом індустріального розвитку, який сприяє залученню прямих іноземних інвестицій, інтеграції локальних підприємств до глобальних ланцюгів створення вартості, зростанню експорту та підвищенню зайнятості. Окрім цього, СЕЗ обумовлюють появу та розвиток нових галузей промисловості, а також стимулюють науково-технологічний трансфер.

Вільна економічна зона – обмежена частина національно-державної території з особливим юридичним статусом, на якій діють особливі пільгові економічні умови для іноземних та національних підприємств (пільги митного, орендного, валютного, візового, трудового режиму). Китай не став винятком у використанні СЕЗ як інструменту регіонального та економічного розвитку. Спеціальні, вільні економічні зони (ВЕЗ) в КНР стали однією із ключових складових «китайського економічного дива». Саме завдяки успішній політиці залучення іноземного капіталу, КНР змогла досягти швидкого економічного зростання та якісної трансформації економіки в рамках спеціальних економічних зон.

У 1978 році, китайський уряд розпочав реформи та запровадив політику відкритості. Спираючись на позитивний досвід країн Азії Держрада прийняла рішення про створення чотирьох пілотних спеціальних економічних зон: Шеньчжень, Чжухай, Сямень, Гуандун [3]. Станом на 2021 рік у Китаї функціонувало 479 спеціальних економічних зон. Найпоширенішими є зони високих технологій та економічного розвитку (80 %), що пояснює довгострокову стратегічну мету Китаю щодо світового інноваційного лідерства. СЕЗ зосереджені вздовж узбережжя від північного сходу до півдня Китаю. 20 % вільних економічних зон Китаю посідають території, які спеціалізуються на біотехнологіях, ІКТ, текстильній промисловості, металургії та машинобудуванні. Крім того, існує 13 вільних митних зон, 14 національних зон транскордонного економічного співробітництва та Шанхайська зона вільної торгівлі. Кожен тип має певні переваги та преференції.

За період функціонування ВЕЗ Китаю щорічний приріст валового регіонального продукту (ВРП) становить 6–10 % (залежно від типу зони), а концентрація іноземних інвестицій становить понад 70 %. Окрім закордонних зон економічного та торговельного співробітництва, за межами Китаю діють 99 китайських індустріальних, інноваційних, наукових і дослідницьких парків, які також є СЕЗ, затвердженими Міністерством торгівлі та Державною радою Китайської Народної Республіки.

Розвиток індустріальних парків і технологічних зон Китаю спочатку визначається потребами виробництва, потім будівництвом житла та інших допоміжних комерційних і сервісних об'єктів, а потім остаточним формуванням культурного та екологічного ландшафту, повноцінним міським комплексом. Відкриття Китаєм закордонних зон економічного та торговельного співробітництва та індустріальних парків уздовж «Одного поясу, одного шляху» є однією з нових форм міжнародного співробітництва, що забезпечує ефективне міжурядове партнерство за принципом «win-win», а також сприяє взаємодії китайського бізнесу із компаніями інших країн [2].

До вільних економічних зон Китаю входять також «відкриті» портові міста, яких налічується 14. На відміну від БЕЗ першого типу, «відкриті» міста інтегровані в загальну систему виробничих і адміністративних зв'язків, оскільки відрізняються один від одного органами державної влади і майже повною автономією. Продуктивність у «відкритих» містах на дві третини вища за середній рівень показника по країні. На прибережні СЕЗ припадає майже весь обсяг вантажообігу портів країни, 23 % загального промислового виробництва і 40 % обсягу експорту.

Створення СЕЗ забезпечило країні два основних види економічної вигоди. «Прямі» вигоди: валютні надходження, притік іноземних інвестицій, підвищення рівня зайнятості, зростання державних доходів, зростання обсягів експорту. Серед «непрямих» вигод можна виділити наступні: підвищення кваліфікації персоналу, отримання іноземного досвіду, підґрунтя для розширення економічних реформ, передача технологій, демонстраційний ефект, диверсифікація експорту та підвищення ефективності торгівлі для вітчизняних фірм [1].

Таким чином, роль спеціальних економічних зон у реформуванні та політиці «відкриття» економіки є неосяжною. Особливі економічні зони стали важливим інструментом залучення іноземних інвестицій, зміцнення позицій КНР на світовому товарному ринку, активізації науково-технічної та інноваційної діяльності. Сучасна політика Китайської Народної Республіки спрямована на побудову гармонійного та інноваційного суспільства на основі сталого та інклюзивного економічного розвитку. Розбудова функціонуючих спеціальних економічних зон – від ідеї створення до повної реалізації – сприяє економічному розвитку держави, налагодженню нових партнерських взаємовигідних відносин з різними країнами світу за умов вдалого поєднання соціалістичної спрямованості економіки з ринковими механізмами.

Список використаних джерел

1. Вільні економічні зони – складова китайського економічного дива.
URL: <https://whiswh.com/uk/4980-vilni-ekonomichni-zony-skladova-kytajsogo-ekonomichnogo-dyva-04/>

2. Дроботюк О. В. Роль спеціальних економічних зон у політиці реформ та відкритості КНР. URL: <https://sinologist.com.ua/drobotyuk-o-v-rol-spetsialnyh-ekonomichnyh-zon-u-politytsi-reform-ta-vidkrytosti-knr>.
3. Спеціальні економічні зони як механізм залучення ПІІ Китаю. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/33_1_2020ua/17.pdf.

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В ЄВРОСОЮЗ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Т. А. Мащенко, спеціальність Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-11;

Л. С. Франко, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Наскільки сильно Україна прагне стати членом Європейського Союзу та до яких наслідків це може призвести? Питання досить риторичне, адже до складу Європейського Союзу входять більшість розвинутих країн Європи і бути серед них – це не тільки визнання і честь, а й реальні переваги. Перш за все ЄС надає всім своїм членам право користуватися усіма принципами та свободами, які дозволяють побудувати вільну й заможну державу.

Відносини між Україною та Європейським Союзом були започатковані в грудні 1991 року. У подальшому стратегічний курс України на європейську інтеграцію був підтверджений та розвинутий у Стратегії інтеграції України до ЄС, яку схвалено 11 червня 1998 року, та Програмі інтеграції України до ЄС, схваленій 14 вересня 2000 року. В ній була проголошена довготермінова стратегічна мета – європейська інтеграція України. Відповідно до статті 11 Закону України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» однією з основоположних засад зовнішньої політики України є забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в ЄС [1].

Досить багато вітчизняних науковців розглядають у своїх працях переваги та недоліки вступу України до ЄС, виділяючи при цьому основні напрямки – політичний, економічний та соціальний. Економічних переваг можна виділити багато, серед яких: інтеграція українських енергетичних, транспортних та телекомунікаційних мереж в європейську інфраструктуру, зростання обсягів експорту вітчизняної продукції на ринки європейських країн, обмін досвідом ведення бізнесу та використання нових технологій у процесі виробництва. Таким чином відбудеться розвиток середнього та малого бізнесу в Україні, що сприятиме становленню позитивного інвестиційного клімату держави. В результаті приєднання України до ЄС зростуть вимоги до сертифікації і стандартизації, що вплине на підвищення рівня якості вітчизняної продукції. Будуть покращуватися фактори конкурентоспроможності національної економіки на ринку ЄС, а саме: досягнення європейського рівня продуктивності праці, прибутковості виробництва, заробітної плати [4].

До можливих економічних загроз Кваша О. С. та Синякова А. В. відносять можливу втрату конкурентоспроможності деяких галузей економіки при виході на великий Європейський ринок. Авторки зазначають, що Україні буде складно перейти на європейський рівень цін, що може призвести, знову таки, до економічних негараздів у країні. Існує ймовірний ризик перенесення до України різних шкідливих виробництв де країни Європи будуть використовувати дешеву ресурсно-сировинну базу України, що буде шкодити екосфері країни. Вагомим економічним недоліком може стати і те, що далеко не всі вітчизняні підприємства будуть готові до такого великого рівня конкуренції, який присутній на європейському рівні. Також зростання іноземних інвестицій у вітчизняну економіку може мати й суттєві недоліки, оскільки власниками основних засобів виробництва будуть не українські, а іноземні підприємці [3].

Якщо розглядати сторону соціальних переваг, то можна виділити такі позитивні наслідки: ефективний захист прав людини в інституціях ЄС, упровадження соціальних стандартів у сферах охорони здоров'я, освіти та культури. Буде впроваджено соціальний захист та соціальне страхування, забезпечення висо-

кого рівня життя населення, розвинена система охорони довкілля та формування нового загальнодержавного менталітету. Соціальні перспективи стосуються питань реформування освіти, охорони здоров'я, соціального захисту та соціального партнерства між урядом, бізнесом та робітниками. А от до соціальних недоліків можна віднести поглиблення демографічного спаду, відплив кадрів та зростання безробіття.

Зокрема до політичних переваг Чорна Н. П. віднесла допомогу ЄС у забезпечення суверенітету України, яка після вступу буде залучена до спільної європейської політики безпеки та оборони (СЄПБО). Також вступ до такої розвиненої організації дасть Україні можливість стати стійкою плюралістичною демократичною державою. Щодо політичних недоліків, то серед них можна виділити і погіршення відносин України з країнами СНД [4].

Отже, можна зробити висновок, що Україна, починаючи з початку XXI століття, основним акцентом зовнішньої політики ставила інтеграцію до Європейського Союзу. На основі проведеного дослідження можливих наслідків майбутнього вступу, можна підсумувати, що переваг виявляється набагато більше, ніж недоліків. За умови набуття членства в ЄС, Україна зможе стати високорозвиненою країною, яка буде займати провідне місце не тільки в межах Євразійського континенту, а і на всій земній кулі.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» від 01.07.2010 № 2411-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text> (дата звернення: 05.11.2022).
2. Інтеграція України в ЄС: плюси і мінуси. URL: https://24tv.ua/integratsiya-ukrayini-v-yes-shho-tse-plyusi-ta-minusi_n1357884 (дата звернення: 05.11.2022).
3. Кваша О. С. та Синякова А. В. «Україна та ЄС: проблеми та перспективи інтеграції в сучасних умовах». URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/23_1_2019ua/25.pdf. (дата звернення: 05.11.2022).
4. Чорна Н. П. «Переваги та недоліки вступу України в Європейський союз». URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/9148/1/%D0%A7%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B0%20%D0%9D..pdf> (дата звернення: 05.11.2022).

БІЗНЕС ІНКУБАТОРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Д. Ю. Романюха, спеціальність Міжнародні економічні відносини, група МЕН МБ 6-31;

*Л. С. Франко, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Сучасне суспільство перебуває на етапі суттєвих трансформацій, спричинених насамперед стрімким розвитком глобалізаційних процесів та переходом країн світу до економіки постіндустріального типу. Вона характеризується не лише домінуванням сфери послуг як головного сектору економіки, а й науково-технічними розробками, котрі істотно прискорюють темпи зростання конкуренції на міжнародному ринку товарів та послуг. З огляду на той факт, що постіндустріальна економіка заснована на знаннях, пріоритетним напрямом більшості європейських країн стало вивчення досвіду США як могутньої держави, котра займається якісною підготовкою майбутніх спеціалістів, які в свою чергу відіграють ключову роль у формуванні конкурентоспроможності країни. Підтримка молодіжного підприємництва шляхом створення сприятливого економічного середовища стала головною перевагою США.

Найпопулярнішим місцем взаємодії науки та підприємництва є бізнес інкубатори, спеціалізовані організації й інституції, головним завданням яких є надання підтримки компаніям на різних етапах розвитку, незалежно від їхньої бізнес-моделі. Це може бути реалізовано декількома шляхами:

- створення різноманітних коворкінг зон, спеціально оснащених приміщень на умовах оренди за цінами, нижчими від ринкових [1];
- організації бізнес консультацій, котрі пов'язані з наданням професійних порад, які стосуються податкового законодавства та юриспруденції;
- надання широкого спектру послуг, що пов'язані із розробкою бізнес-планів, аналізом ринку, доступом до науково-технічного обладнання;

- здійснення рекламної підтримки, котра включає організацію конференцій, розробку фірмового стилю;
- організацію науково-освітніх заходів, а саме бізнес-шкіл, тренінгів та семінарів.

Щодо історії створення бізнес інкубаторів, то перший інкубатор у сучасному розумінні цього слова було засновано у 1959 році. Джозеф Манкусо придбав склад при фабриці у місті Батавія та заснував перший інкубатор в Америці – Batavia Industrial Center. Його метою було створення нових робочих місць у місті з економічною депресією [2].

Нині в США налічується понад 1 400 різних бізнес інкубаторів, більшість з яких не є комерційними організаціями і функціонують при університетах, що в свою чергу відкриває ряд переваг для студентів, котрі прагнуть займатися підприємницькою діяльністю.

Яскравим прикладом успішної реалізації головних ідей підприємництва в рамках створення бізнес-інкубатора є венчурний фонд «Y Combinator», котрий націлений здебільшого на підтримку малих підприємств у сфері інформаційних технологій. Цей бізнес інкубатор інвестував близько 80 млрд дол. США у понад 1 500 стартапів. Одним із відомих заходів, що організовуються «Y Combinator» є Школа стартапів, котра пропонує 8-тижневий онлайн-курс про те, як розпочати власний стартап за участі таких відомих і успішних особистостей як Марк Цукенберг, Ілон Маск, Майкл Сейбел та інші [3].

Важливо відзначити, що Україна також активно долучається до створення бізнес інкубаторів. Джерелами їхнього фінансування найчастіше є кошти міжнародних фондів та грантових програм і лише незначні суми – кошти місцевих адміністрацій та спонсорів. Для сприяння розвитку бізнес-інкубаторів в Україні створено Українську асоціацію бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів.

Найбільш успішними бізнес-інкубаторами України можна вважати Eastlabs, iHUB, Happy Farm, GrowthUp, Wannabiz, Voomy IT-парк та Polyteco [4].

Happy Farm є першим американсько-українським бізнес-акселератором повного циклу, який надає послуги з розвитку бізне-

су стартап-командам чи компаніям. Мережа складається з понад 100 членів правління та наставників, які є успішними підприємцями та інвесторами із США та Європи [5].

Отже, бізнес інкубатори варто розглядати не лише як складні багатофункціональні комплекси та інституції, котрі надають усі необхідні умови для ефективної діяльності новоутворених малих інноваційних фірм, але і як інструмент економічної, соціальної, структурної та інноваційної політики держави. Завдяки цьому інструменту країни мають можливість сформувати стабільну ринкову економіку, в якій зосереджені головні інтелектуальні ресурси.

Список використаних джерел

1. Бізнес інкубатор: що це, для кого та навіщо там бути бізнесу. URL: <https://business.diia.gov.ua/en/cases/iniciativi/biznes-inkubator-so-ce-dla-kogo-ta-naviso-tam-buti-biznesu> (дата звернення 07.11.2022).
2. Бізнес інкубатор. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D1%83%D0%B1%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80#:~20Center>. (дата звернення 07.11.2022).
3. Школа стартапів. URL: <https://www.startupschool.org/> (дата звернення 08.11.2022).
4. Історія розвитку та сутність бізнес-інкубування. URL: <http://tempus.pung.edu.ua/uk/news/%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8> (дата звернення 08.11.2022).
5. Happy Farm Бізнес акселератор. URL: <https://ru.linkedin.com/company/happy-farm-business-incubator> (дата звернення 08.11.2022).

ВІЙНА – ЦЕ ОДИН ІЗ ВИДІВ КОМУНІКАЦІЇ ЧИ ПОВНА ЇЇ ВІДСУТНІСТЬ?

Д. Л. Сичук, спеціальність Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-11;

Л. С. Франко, ст. викладач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Комунікація – це процес обміну інформацією між двома або більше особами, спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації.

Аналізуючи всесвітню історію, ми можемо обговорювати міжнародну комунікацію, яку здійснювали не тільки мандрівники, купці та місіонери, а також і завойовники. Ще з прадавніх часів одним зі способів взаємодії між представниками різних культур були воєнні конфлікти. Воєнний конфлікт – форма розв’язання гострих суперечностей між державами, народами, соціальними групами або іншими суб’єктами політики з двостороннім використанням воєнної сили [1].

Військові конфлікти можуть сприяти становленню країни на міжнародній арені, а точніше – її інтеграції у міжнародний світ. Для прикладу, морський похід князя Аскольда проти Візантії у 860 році, який посприяв визнанню Київської Русі як держави. Такий приклад наслідував у своїй зовнішній політиці князь Олег – наступник Аскольда та Діра, який у 907 та 911 роках здійснив два вдалі походи на Константинополь, результатом яких став вигідний торгівельний союз. Розбудовуючи країну на теренах Східної Європи київські князі почали дбати про встановлення сталих дипломатичних зв’язків із Константинополем, що підвищувало значущість Київської Русі. Князі Київської Русі досить вдало поєднували у зовнішній політиці військові та дипломатичні методи. У 944 році внаслідок чергового походу князь Ігор уклав із Візантією договір, суть якого полягала в наступному: руські купці мали змогу торгувати з імперією, а князі в свою чергу мали надавати допомогу Візантії в боротьбі з печенігами та хозарами. Результатом такого збройного конфлікту, став взаємовигідний договір, який закріпив дипломатичні відносини між обома державами.

Воєнні конфлікти спонукали політичні сили обох сторін до результативної комунікації не тільки між собою, а також зі сторонніми силами, задля підвищення вірогідності вирішення конфлікту на власну користь. Яскравим прикладом є утворення Галицько-Волинського князівства, причиною якого стала спільна боротьба з поляками та угорцями. Ще одним яскравим прикладом є коронація Данила Галицького у 1253 році, яка може бути розглянута як вид взаємодії між Галицько-Волинським князівством, комунікація через побудову дипломатичних відно-

син з Папою Римським. Досить вдалим прикладом воєнної комунікації є запозичення тактик та прийомів ведення бою, а в той же час розвиток та вдосконалення, що можна підтвердити таким історичним фактом як запозичення Данилом Галицьким у Західній Європі рицарського обладунку [2].

Існує також і інша теза, яка пов'язана з негативним впливом війни на комунікаційний процес, адже початок війни в більшості випадків був початком повного руйнування системи комунікації побудованої раніше. Яскравим прикладом повного знищення усталених норм та порядків є монголо-татарська навала на землі Київської Русі у 13–14 століттях. Наслідками золотоординського панування стали: поширення системи відносин, заснованої на абсолютній покірності підданих та безмежній владі правителя; втрата релігійної, культурної верхівки негативно позначилася на розвитку суспільства; занепад ремесла, торгівельної справи. Ще одним прикладом можуть послугувати всі воєнні конфлікти історичного періоду Руїни, які прямо чи опосередковано призвели до занепаду чотирьох держав: Україна повністю втратила незалежність та стала васалом двох різних країн; Річ Посполита потрапила у кризове становище, яке в майбутньому завершилося її загибеллю наприкінці 18 століття; Туреччина зазнала поразки від Священної ліги, що призвело до її занепаду у 18 столітті; Росія вийшла з ситуації ослабленою, її внутрішнє становище потребувало перетворень [2].

Результатом частих воєнних конфліктів стали кардинальні зміни у дипломатичних та ринкових відносинах на міжнародній арені, що досить негативно впливало на становлення ефективної комунікації. Будь-який збройний конфлікт призводив до тих чи інших змін у суспільстві та суспільних відносинах, до так званого комунікативного пристосування, яким воно не було б – позитивним чи негативним. Іноді це призводило до занепаду цілих держав, але в той же час і до розвитку нових політичних сил, сформованих за умов використання нового дипломатичного досвіду та інформації, які були отримані в ході певної збройної взаємодії.

Таким чином, можна зробити висновки, що якими б руйнівними не були наслідки війни, та військове протистояння є одним з видів міжнародної комунікації, особливо якщо протистоять народи різних держав, культур, національностей.

Список використаних джерел

1. Зернецька О. В. «Історія та теорія глобальної комунікації». URL: <https://elibrary.ivinas.gov.ua/4681/1/Z%20istorii%20hlobalnoi%20komunikatsii.pdf> (дата звернення: 01.11.2022).
2. Лановик Б., Матейко Р., Матисякевич З. Історія України. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk612448.pdf> (дата звернення: 01.11.2022).
3. Хамітов Н. Комунікація / Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін. – Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskyi_entsyklopedychnyi_slovnyk (дата звернення: 01.11.2022).

ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЗА МСФЗ ФОРМУВАННЯ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

О. О. Брачун, спеціальність Облік і аудит, група ОА м-21;

М. О. Любимов, к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Швидкі темпи розвитку технологій і економічна інтеграція зумовлюють необхідність мати повну і правдиву інформацію про витрати підприємства, значну частину яких складають витрати на амортизацію.

При формуванні амортизаційної політики підприємства необхідно чітко розуміти сутність категорій «амортизація» і «знос» та зв'язок між ними, розуміти існування різних концепцій амортизації: вартісної, економічної, бухгалтерської, інвестиційної, податкової тощо. Важливо розуміти існування амортизаційної політики на мікро- та макrorівнях.

Зважаючи на таку глибину проблеми у наукових дослідженнях часто зустрічається плутанина щодо поняття амортизаційної політики і підходів до її формування, оскільки автори не визначають меж дослідження і уривчасто використовують ту чи іншу концепцію.

У цьому дослідженні питання формування амортизаційної політики розглядаються на мікрорівні – рівні суб'єкта господарювання. Ми вважаємо, що амортизаційна політика – це норми і правила нарахування амортизації на підприємстві.

Технічно, основними питаннями що мають бути вирішені в процесі формування амортизаційної політики є наступні:

1. Класифікація основних засобів з метою застосування різних методів нарахування амортизації для різних груп.
2. Політика визначення терміну корисної експлуатації, оскільки це питання ніяк не регламентується.

3. Політика визначення ліквідаційної вартості об'єкта основних засобів.

4. Безпосередньо вибір методу нарахування амортизації одного із п'яти, якщо підприємство використовує Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку або бухгалтер буде мати більше варіантів, якщо підприємство використовує Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку і фінансової звітності.

Вирішення зазначених проблем – це суто технічні питання, які повинні вирішити бухгалтерська служба. Проте щоб амортизаційна політика стала важливим елементом якісного інформаційного забезпечення управління підприємством, вона повинна формуватися із врахуванням стратегії розвитку підприємства і потреб системи фінансового менеджменту на підприємстві.

Список використаних джерел

1. Левченко Н. М. Амортизаційна політика як складова стратегії діяльності підприємства / Н. М. Левченко, І. О. Воробйова // Інноваційна економіка. – 2014. – № 4. – С. 102–107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2014_4_16.
2. Основні засоби : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

О. В. Ковалевич, спеціальність Облік і оподаткування, група ОА-21;

Н. В. Прохар, к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Для продуктивного функціонування сучасного підприємства, в першу чергу, необхідні якісні господарські засоби, які б забезпечували отримання економічної вигоди. Саме нематеріальні

активи, за умови їх ефективного використання, здатні приносити значні прибутки. Наявність у підприємства саме цього виду активів збільшує його ринкову вартість та підвищує його інвестиційну привабливість.

Вагомий вклад у вирішення та розробку теоретичних і практичних положень бухгалтерського обліку нематеріальних активів внесли відомі вітчизняні та зарубіжні вчені: І. Бігдан, Л. Мельничук, О. Кантерман, М. Климова, Г. Азгальдов, Е. Хендріксен, С. Грей, Б. Нідлз, С. Голов, Н. Гончарова, В. Дибба, Г. Нашкерська, В. Палій, Я. Соколов, О. Соловйова, Р. Швайс та інші. Однак зазначена проблема ще недостатньо вивчена в нашій країні, що зумовлює продовження досліджень.

Для успішного та ефективного використання нематеріальних активів необхідно впроваджувати нові способи управління. Для цього необхідно розуміти економічну сутність нематеріальних активів, їх особливості, порядок відображення в обліку.

Перші економічні дослідження, у яких аналізуються об'єкти, що нині відносяться до нематеріальних активів, відносяться до кінця XIX століття – 30-х років XX століття. Що ж стосується бухгалтерського поняття нематеріальних активів, то першим нормативним документом, у якому такі активи стали фігурувати як об'єкт обліку, був бюлетень «Амортизація нематеріальних активів» Комітету з методів бухгалтерського обліку Американського інституту бухгалтерів, виданий в 1944 році. Пізніше нематеріальні активи стали фігурувати й у міжнародних стандартах фінансової звітності: спочатку в МСБО 9 «Витрати на дослідження й розробки», а потім і в МСБО 38 «Нематеріальні активи» [3].

Досліджуючи визначення нематеріального активу, які наводяться в П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [2], МСБО 38 «Нематеріальні активи» [3], Методичних рекомендаціях з бухгалтерського обліку нематеріальних активів [4], Податковому кодексі України [1], можна зробити висновок, що між ними існують деякі розбіжності (табл. 1).

Таблиця 1 – Визначення нематеріального активу

Джерело	Визначення
П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [2]	Нематеріальний актив – немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований
МСБО 38 «Нематеріальні активи» [3]	Нематеріальний актив – немонетарний актив, який не має фізичної субстанції та може бути ідентифікований
Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів [4]	Нематеріальними активами вважаються немонетарні активи, які не мають матеріальної форми та можуть бути ідентифіковані (незалежно від строку їх корисного використання (експлуатації))
Податковий кодекс України [1]	Визначення відсутнє, але виділені шість груп нематеріальних активів відповідно до субрахунків рахунку 12 «Нематеріальні активи»

Спільним для проаналізованих визначень є немонетарність активу та відсутність матеріальної форми, а також можливість його ідентифікації. Однак, у МСБО 38 «Нематеріальні активи» нематеріальність замінена поняттям «відсутність фізичної субстанції». Це, на нашу думку, недоліки перекладу на українську мову та синонім терміну «нематеріальна форма».

У Податковому кодексі України визначення нематеріального активу відсутнє, лише наводяться групи нематеріальних активів.

Тільки в Методичних рекомендаціях нематеріальні активи визначаються незалежно від строку їх корисного використання. Це викликано, на нашу думку, тим, що відповідно до Податкового кодексу України нематеріальні активи можуть амортизуватися або у вигляді вартості порівняно недорогих ліцензій і списуватися на витрати з метою визначення об'єкта оподаткування.

На нашу думку, визначення поняття нематеріального активу для бухгалтерського обліку повинно трактуватися однаково в усіх нормативних документах, мати однозначне розуміння, бути доступним не тільки для бухгалтера, спеціаліста-аналітика, але й також і для інших користувачів фінансової звітності.

В економічній літературі сутність терміну «нематеріальні активи» розглядається досить широко, а саме як складова частина потенціалу підприємства, доступ до певних прав, довгострокові права та переваги, які отримує власник таких прав, актив, який забезпечує майбутні вигоди, не маючи матеріального чи фінансового (як акція чи облігація) втілення тощо.

Дослідивши чинну нормативну базу та погляди вчених на сутність нематеріальних активів, вважаємо, що під нематеріальним активом слід розуміти немонетарний актив, який має певні особливі критерії, такі як можливість ідентифікації, відсутність фізичної форми, наявність юридичного статусу, який підлягає правовому захисту і використовується підприємством в процесі його господарської діяльності, збільшуючи його ринкову вартість.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI зі змінами і доповненнями URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: Наказ Міністерства фінансів України від 18.10.1999 р. № 242 зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>.
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи» зі змінами та доповненнями. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050#Text.
4. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів від 16.11.2009 р. № 1327 зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1327201-09#Text>.

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ. ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ

МОНІТОРИНГ КРИЗОВИХ ПРОЦЕСІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Я. О. Гризовський, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, група ПТБ(скб)-21;

Н. І. Сарай, к. е. н., доцент, проректор з наукової роботи
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Після початку повномасштабного вторгнення росії на територію України багато галузей опинилися у кризовому стані, зумовленому погіршенням фінансових результатів їх діяльності та нездатністю отримання прибутку. Зазнала важких потрясінь і торгівля. Руйнування торговельних підприємств, знищення інфраструктури, порушення логістичних зв'язків, зниження платоспроможності населення зумовили затяжну кризу вітчизняного ритейлу.

Згідно дослідження, проведеного асоціацією ритейлерів України (РАУ) та Українською радою торгових центрів (УРТЦ), загальна сума збитків торговельної галузі внаслідок війни досягла 50,7 млрд грн, а скорочення товарообігу за перші місяці війни склало 75 % від довоєнного рівня [1].

Станом на червень 2022 року 10 найбільших учасників торговельного ринку закрили близько 300 своїх супермаркетів, проте зуміли зберегти функціонування понад трьох тисяч торгових точок.

Безпосередні втрати активів – не єдина проблема. Великий вплив на торгівлю зіграло істотне зменшення платоспроможного попиту населення. Частина споживачів виїхали з України, а ті, що залишилися, «увімкнули» жорсткий режим економії. Основною причиною економії є високий рівень інфляції (за прогнозами Національного банку України, до кінця 2022 року вона перевищить 30 %) та знецінення національної валюти [1].

Усі зазначені чинники лише підтверджують існування глибоких кризових явищ, котрими пронизана уся вітчизняна економіка й торгівля водночас.

З огляду на те, що виникнення кризи на підприємстві несе загрозу самому його існуванню та пов'язане з відчутними втратами капіталу його власників, можливість виникнення кризи має діагностуватися на початкових етапах з метою своєчасного використання можливостей її нейтралізації. До того ж, кризове явище не тільки має тенденцію до розширення, а й породжує нові супутні йому явища. Отже, чим раніше діагностовано кризу та застосовано антикризові механізми, тим більше можливостей відновлення має у своєму розпорядженні підприємство [2, с. 15].

Варто зауважити, що моніторинг кризових процесів – це організована система постійного спостереження за існуючими проблемними процесами, що мають місце як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі підприємства, за ходом їх протікання, характером впливу на підприємство з метою їх дослідження, оцінки рівня загрозливості, локалізації та нейтралізації негативних наслідків. Даний вид моніторингу має на меті не лише поінформувати менеджмент підприємства про наявність кризових процесів чи про ймовірність їх виникнення, а й виявити чинники їх перебігу, можливі наслідки та шляхи подолання для прийняття оперативних управлінських рішень.

В економічній літературі етапи проведення моніторингу кризових процесів на торговельних підприємствах трактуються по-різному. На нашу думку, досить ґрунтовно в даному контексті формує таку етапність Н. М. Давиденко. Зокрема, автор виділяє наступні етапи моніторингу кризових процесів [3, с. 110]:

1. Визначення ділянок спостереження. Розпочинати моніторинг доречно з формулювання мети підприємства та характеристики ділянок ззовні й всередині підприємства, які є або можуть потенційно слугувати причиною криз на підприємстві.

2. Вибір показників-індикаторів. Це є найскладнішим завданням для торговельного підприємства, адже індикатори на ділянках спостереження повинні:

- відповідати меті моніторингу;
- бути зрозумілими для користувачів;

- точно віддзеркалювати реальні тенденції на підприємстві;
- охоплювати показниками усі найважливіші напрямки діяльності підприємства;
- своєчасно сигналізувати щодо можливих загроз;
- уможливлювати прогнозування на їх основі фінансового стану підприємства та ймовірні сценарії його розвитку.

На даному етапі в залежності від специфіки підприємства та кож розраховуються безпечні межі кожного із показників-індикаторів. Алгоритм формування системи показників-індикаторів містить наступні етапи [4, с. 236]:

1. Регулярний аналіз даних показників-індикаторів, що дає можливість охарактеризувати стан підприємства та вчасно вжити заходів з подолання або недопущення кризи.

2. Формування переліку стабілізаційних заходів. Підприємство з огляду на етап життєвого циклу, мету, часові та ресурсні обмеження, першопричини виникнення кризи та її глибину, розробляє тактику поведінки під час кризи та формує власний набір стабілізаційних заходів.

3. Практичне впровадження стабілізаційних заходів. Даний етап має переважно управлінський характер та здійснюється шляхом прийняття управлінських рішень щодо усунення або попередження кризових процесів на підприємстві.

Підсумовуючи, зауважимо, що система моніторингу кризових процесів повинна логічно вписуватися у систему планування і контролю підприємства. Безумовно, її першочерговим завданням є виявлення ознак кризи на підприємстві та їх нейтралізація, але з іншого боку за допомогою цієї системи виявляються додаткові шанси для суб'єктів господарювання, тобто «приховані резерви», що дозволяють підприємству не лише подолати певні локальні кризи, але й вийти на новий щабель розвитку.

Список використаних джерел

1. Біроваш М. Ціна змін. Трансформація роздрібної торгівлі під час війни. Київстар Бізнес Хаб. 14 вересня 2022 р. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/czina-zmin-transformacziya-rozdribnoyi-torgivli-pid-chas-vijny/> (дата звернення: 29.10.2022).

2. Білоцерківський О. Б., Соснов І. І. Особливості антикризового управління торговельними підприємствами. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2018. № 12 (20). С. 14–19.
3. Давиденко Н. М. Оцінювання ефективності антикризової діагностики. Вісник Львівської комерційної академії. Серія: Економічна. 2018. Вип. 35. С. 108–111.
4. Романяк Г. М. Сутність антикризового управління підприємством в умовах нестабільного ринкового середовища. Наукові записки Української академії друкарства. 2016. № 1. С. 235–239.

ЗАКУПІВЕЛЬНА ЛОГІСТИКА: СУТНІСТЬ, МЕТА, ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ТА ФУНКЦІЇ

М. В. Заливчий, освітня програма «Публічні закупівлі», група ПЗ м-21;

О. В. Артюх-Пасюта, к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Нині закупівельна логістика реалізується в процесі управління матеріальними потоками і набуває все більшого поширення.

Про певне розмаїття трактування сутності поняття «закупівельна логістика» свідчать дослідження вітчизняних вчених [1–5]. Так, І. В. Егоращенко тлумачить закупівельну логістику як «управління матеріальними потоками в процесі забезпечення підприємства матеріальними ресурсами» [3, с. 41]. А. Г. Кальченко під заготівельною логістикою розуміє «управління матеріальними потоками як при матеріально-технічному забезпеченні підприємства, так і при підготовці товарів до виробничого споживання» [1, с. 9].

Враховуючи визначення логістики у працях Л. С. Безуглої, Є. В. Крикавського, які під нею розуміють «науку про оптимальне управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в економічних адаптивних системах із синергічними зв'язками» [2, с. 15; 4] приходимо до висновку, що основним недоліком розглянутих трактувань закупівельної логістики,

є відсутність згадування фінансових потоків. Саме на етапі закупівель рух матеріальних ресурсів та розподіл готової продукції й товарів супроводжується виникненням фінансових потоків.

Дослідження наукових джерел дозволило авторам розглянути закупівельну логістику як вид звичайної діяльності підприємства, що спрямована на оптимізацію фінансових потоків у процесі постачання, оприбуткування та виробничого використання товарів за оптимальних логістичних витрат.

Метою закупівельної логістики є «задоволення потреб виробництва в сировині, матеріалах, напівфабрикатах із максимальною ефективністю» [4, с. 66]. Її досягнення залежить від розв'язання низки завдань, а саме: «визначати необхідний обсяг, асортимент та раціональні режими постачання матеріальних ресурсів на підприємство, а також гранично допустимі ціни й інші витрати щодо закупівлі та постачання продукції; вибирати, виходячи з цього, найбільш прийнятних постачальників, узгоджувати з ними всі умови постачання та укласти угоди, що фіксують досягнуту домовленість; дотримувати обґрунтовані терміни закупівлі ресурсів; забезпечувати точне співвідношення між кількістю поставок та потребами в них; організовувати ефективне постачання ресурсами робочих місць; контролювати економічні параметри процесу постачання та шукати нові можливості зі зниження витрат, що пов'язані з рухом вхідних матеріальних потоків і використанням матеріальних ресурсів» [4, с. 66].

До функцій закупівельної логістики слід віднести «процеси закупівлі, доставки, приймання, розміщення та зберігання матеріально-технічних ресурсів, їх підготовки до виробничого використання у взаємодії з транспортною, складською логістикою та логістикою запасів» [4, с. 68].

Основними принципами закупівельної логістики є: «орієнтація на споживчий попит; плановий обсяг і асортимент купленого товару повинен відповідати фактичним показникам споживання з урахуванням потреби в запасах; процес оптової закупівлі повинен створити вдалі необхідні умови для регулювання товаропостачання роздрібною торгівельною мережі; орієнтація на постійне оновлення асортименту» [5, с. 124].

Отже, початковою ланкою у логістичній системі підприємства є закупівлі матеріально-технічних ресурсів, які в свою чергу впливають на виробничий процес, ціну, якість та конкурентоспроможність готової продукції.

Список використаних джерел

1. Кальченко А. Г. Логістика : підручник. Київ : КНЕУ, 2006. 284 с.
2. Крикавський Є. В. Логістика. Для економістів : підручник. Львів : Львівська політехніка, 2004. 448 с.
3. Егоращенко І. В. Логістика : конспект лекцій. Одеса : ОДЕУ, 2015. 131 с.
4. Логістика : навч. посіб. / Безугла Л. С., Юрченко Н. І., Ільченко Т. В., Пальчик І. М. та ін. Дніпро : Пороги, 2021. 252 с.
5. Михаліцька Н. Я., Верескля М. Р. Логістичний менеджмент : навч. посіб. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. 440 с.

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СУДДІВСЬКОЇ ЕТИКИ В УКРАЇНІ

В. В. Шокот, спеціальність Право, група ПР-401;

О. І. Вололовцева, викладач правових дисциплін, викладач вищої категорії

*Білгород-Дністровський економіко-правовий фаховий коледж
Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Поняття «суддівська етика» має два значення: з одного боку, це різновид професійної етики, набір правил і норм поведінки, яких мають дотримуватися судді; з іншого боку вона розглядається як ціла галузь вчення про етику, що досліджує та розвиває спектр морально-етичних стосунків між суддею та учасниками судового процесу під час служби та поза службою.

Станом на сьогодні норми суддівської етики в Україні визначаються такими нормативно-правовими актами: Конституція України, Закон України «Про судоустрій і статус суддів», Кодекс суддівської етики.

Згідно ст. 58 Закону України «Про судоустрій і статус суддів», питання етики суддів визначаються Кодексом суддівської етики, що затверджується з'їздом суддів України за пропозицією Ради суддів України. Чинний Кодекс судової етики був схвалений з'їздом суддів України 22 лютого 2013 року. Цей документ відіграє велику роль у регулюванні питань суддівської етики, визначає правила поведінки судді як у процесі здійснення правосуддя, так і в позаробочий час. Зазначений Кодекс суддівської етики встановлює доволі багато етичних вимог щодо поведінки суддів, але всі вони покликані зміцнити довіру громадян до суду, закріпити впевненість у чесності, незалежності, неупередженості та справедливості суду.

Останнім часом у зв'язку з проведенням судової реформи в Україні, розпочатої ще у 2014 році, виникло питання щодо оновлення Кодексу суддівської етики. Прихильники цієї ідеї обґрун-

товують її тим, що деякі статті Кодексу є застарілими, а інші потребують точкових змін. Найдискусійнішими статтями є: ст. 4 «щодо притягнення суддів до дисциплінарної відповідальності, потребує приведення у відповідність до закону і практики застосування» та ст. 20 «щодо участі судді у соціальних мережах, інтернет-форумах та застосування інших форм спілкування».

Наразі новий проєкт Кодексу суддівської етики знаходиться на стадії обговорення суддівською спільнотою. Робота над оновленням Кодексу ведеться ретельна, адже від дотримання цих правил поведінки суддями безпосередньо залежить авторитет судової влади в Україні.

Новим етапом у розвитку суддівської етики став законопроект № 5068, внесений у лютому 2021 року Президентом України до Верховної Ради і позначений як «невідкладний». У липні того ж року законопроект був схвалений та підписаний Президентом України.

Законом України «Про внесення змін до деяких Законів України щодо порядку обрання (призначення) на посади членів Вищої ради правосуддя та діяльності дисциплінарних інспекторів Вищої ради правосуддя» удосконалено порядок обрання (призначення) на посади членів Вищої ради правосуддя для практичної реалізації принципу верховенства права, забезпечення відповідності кандидатів на посаду члена Вищої ради правосуддя критеріям професійної етики та доброчесності, а також внесено зміни до Законів України «Про Регламент Верховної Ради України» та «Про Вищу раду правосуддя», якими визначено: порядок утворення та діяльності Етичної ради; повноваження та порядок діяльності Етичної ради; конкурсні засади добору кандидатів для здійснення відповідним органом обрання (призначення) члена Вищої ради правосуддя; порядок діяльності Служби дисциплінарних інспекторів Вищої ради правосуддя.

Розділом II «Прикінцеві та перехідні положення» також передбачено здійснення Етичною радою протягом шести місяців з дня затвердження її персонального складу одноразово оцінювання відповідності членів Вищої ради правосуддя. За результатами такого оцінювання Етична рада може ухвалити рішення

про внесення відповідному органу, який обрав (призначив) члена Вищої ради правосуддя, мотивовану рекомендацію про його звільнення. Документ спрямований на вдосконалення діяльності, процедури добору та перевірки доброчесності й етики кандидатів у члени Вищої ради правосуддя (далі – ВРП), посилення спроможності ВРП щодо притягнення до дисциплінарної відповідальності шляхом створення служби дисциплінарних інспекторів.

10 вересня 2021 року міжнародні організації визначили перелік міжнародних експертів. 02 листопада того ж року до ВРП надійшов список кандидатів, рекомендованих Радою суддів України. Своє перше засідання Етична рада провела 01 грудня 2021 року. Шестеро членів Етичної ради одногolosно затвердили два перші розділи регламенту своєї роботи та обрали керівництво.

Проте практично одразу після початку своєї роботи Етична рада в лютому 2022 року була вимушена тимчасово припинити свою діяльність, причиною чого стало повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну. Після двомісячної перерви рада провела співбесіди із діючими членами ВРП, а також продовжила проведення співбесід із кандидатами для доукомплектування ВРП до повноважного складу.

03 серпня 2022 року голова Етичної ради Лев Кишакевич у інтерв'ю, даному виданню «Українська правда», позитивно оцінив роботу органу. За його словами, від початку роботи Етичної ради чинний склад ВРП вже очистився на 70 %. У лютому цього року дванадцять чинних на той час членів ВРП достроково склали свої повноваження, тому Етична рада здійснила перевірку чотирьох чинних членів ВРП, в результаті чого рада визнала такими, що відповідають критерію професійної етики та доброчесності, трьох членів ВРП і одного – таким, що не відповідає критерію професійної етики та доброчесності.

Щодо кандидатів на посади члена ВРП, то ще наприкінці січня ЕР опрацювала 38 пакетів документів кандидатів на посаду члена ВРП, до співбесід допустили 34 кандидати. Були запропоновані кандидати на посаду члена Вищої ради правосуддя від

Верховної Ради України, з'їзду представників юридичних закладів вищої освіти та наукових установ та з'їзду суддів України. Співбесіди з усіма ними Етична рада наразі завершила і внесла свої рекомендації щодо призначення на три вакантні посади у Вищій раді правосуддя.

За результатами розгляду кандидатів на посади членів ВРП:

1. З 12 кандидатів від Верховної Ради України – визнання доброчесними лише чотирьох.

2. З 8 кандидатів від з'їзду представників юридичних закладів вищої освіти та наукових установ – визнано доброчесними чотирьох.

Також було завершено співбесіди з 12-ма кандидатами від з'їзду суддів України, які подались на конкурс на посаду члена ВРП у минулому році. Рішення щодо них будуть ухвалені згодом.

Отже, суддівська етика в Україні все ще перебуває на стадії свого формування. Своєрідним каталізатором її розвитку стала судова реформа, завданням якої є:

1. Оновлення нормативних актів, якими регламентується судова етика.

2. Створення структур, які очищатимуть від недоброчесних членів органи суддівського самоврядування, які у свою чергу дбатимуть про доброчесність усіх українських суддів.

У рамках досягнення першого завдання ведуться активні дискусії щодо оновлення Кодексу суддівської етики – основного нормативного документа, яким регулюється професійна етика суддів, приведення деяких статей у відповідність до закону і практики застосування. Що стосується другого питання, то створення Етичної Ради є важливим кроком, оскільки ВРП є органом суддівського самоврядування, і саме цей орган здебільшого дбає про доброчесність українських суддів, забезпечуючи формування доброчесного та високопрофесійного суддівського корпусу.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про судоустрій і статус суддів» від 02.06.2016, документ 1402-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1402-19#Text>.

2. Закон України «Про внесення змін до деяких Законів України щодо порядку обрання(призначення) на посади членів Вищої ради правосуддя та діяльності дисциплінарних інспекторів Вищої ради правосуддя» від 14.07.2021, документ № 1635-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1635-20#Text>.
3. Кодекс суддівської етики, затверджений XI черговим з'їздом суддів України 22.02.2013, документ № 0001415-13. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0001415-13#Text>.
4. Центр Разумкова. Соціологічне дослідження. URL: <https://rm.soc.int/annex-1-representative-survey/1680a0c2af>.
5. Інтерв'ю голови Етичної ради Льва Кишакевича від 03.08.2022. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/columns/2022/08/3/7361701/>

ПУБЛІЧНА СЛУЖБА В УКРАЇНІ: НАПРЯМКИ РЕФОРМУВАННЯ ТА МОДЕРНІЗАЦІЇ

О. В. Новікова, спеціальність *Публічне управління та адміністрування*, група ПА м-21;

Н. І. Соколовська, доктор філософії з державного управління, ст. викладач кафедри правознавства

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Модернізація публічної служби в Україні як головний напрям реформування державного управління та місцевого самоврядування є цікавим питанням для вивчення як в наш час, адже що в Україні, що в інших країнах з перехідною економікою, котрі мають комплексні реформи у різних сферах публічної політики, реформа державного управління та місцевого самоврядування є однією з головних реформ.

Великий внесок у розвиток та дослідження теми удосконалення державної публічної служби зробили вітчизняні науковці: В. Б. Авер'янов, Л. Р. Біла-Тіунова, Ю. П. Битяк, І. П. Голосніченко, І. С. Гриценко, Є. В. Додін, М. І. Іншин, С. В. Ківалов, В. Я. Малиновський, О. І. Миколенко, І. М. Пахомов, Д. В. Примаченко, О. П. Рябченко та інші.

Метою даної роботи є аналіз публічної служби в Україні, а саме напрямки її реформування та модернізації.

Необхідність реформування й модернізації публічної служби спричинена недостатньою здатністю державної служби ефективно в повному обсязі, виконувати зобов'язання органів державної влади та органів місцевого самоврядування перед суспільством, громадянами України, що визначено Конституцією України [1, с. 188; 2]. Стратегічним завданням для реформи публічної служби є створення незалежної професійної державної служби та служби в органах місцевого самоврядування для ефективної розробки публічної політики і надання публічних послуг, що вимагає великої розробки і реалізації нових уявлень про сучасну публічну службу, а тому і її модернізації [3, с. 59]. Необхідність

реформування й модернізації публічної служби викликана, насамперед, тим, що вона сьогодні залишається недостатньо ефективною та авторитетною, заполітизованою, схильною до корупції, не відповідає принципам та стандартам демократичного врядування [4].

Головними напрямками модернізації державної служби та управління людськими ресурсами в державних органах є:

1) прийняття нормативно-правових актів та відповідна реалізація Закону України «Про державну службу»;

2) формування висококваліфікованої, компетентної групи фахівців з питань реформ;

3) визначення потрібної кількості державних службовців з урахуванням функцій та організаційної структури державних органів, ефективна оптимізація чисельності працівників органів державної влади;

4) реформування системи оплати праці державних службовців з метою підвищення рівня їх заробітної плати за умови забезпечення стабільності державних фінансів;

5) утворення служб управління персоналом у міністерствах та інших центральних органах виконавчої влади;

6) утворення інтегрованої інформаційної системи управління людськими ресурсами на державній службі;

7) реформування системи професійного навчання державних службовців;

8) підвищення рівня інституційної спроможності Нацдержслужби для забезпечення потрібної ефективної реалізації Закону України «Про державну службу» та повноцінного, спланованого реформування державної служби [5, с. 340].

НАДС розроблено Концепцію впровадження інформаційної системи управління людськими ресурсами в державних органах, яка визначає головні напрями, механізми і строки впровадження ефективної інформаційної роботи для створення умов відкритого та ефективного державного управління [6].

Окрім цього, хочу відмітити, що система державної служби в Україні виходить на якісно новий рівень і за своїми параметрами наблизатиметься до стандартів державної служби більшості європейських країн. Аналіз нормативно-правового забез-

печення говорить про те, що незважаючи на наявність великої кількості нормативно-правових актів, які регулюють державну службу, сучасний стан законодавства України про державну службу не є завершеним. Є потреба внесення ряду базових змін та доповнень у чинне законодавство. Зокрема, це стосується доопрацювання нормативно-правового забезпечення в умовах реалізації нової редакції Закону України «Про державну службу».

Отже, здійснивши аналіз сучасної тенденції розвитку законодавства України про державну службу, можна виокремити такі основні векторні напрями його розвитку та змін:

- інституціональні;
- кадрові;
- функціональні.

Удосконалення державного управління є процесом, який ніколи не зупиняється, пов'язаним із соціально-економічними перетвореннями в країні, з процесами переходу до ринкової економіки і стійкого постійного розвитку. При цьому вирішується завдання розвитку ефективно функціонуючої системи державного управління, для якої є характерними налагоджений механізм взаємодії її органів, організаційна гнучкість, цільова та функціональна оптимальність управлінської структури в цілому та її ланок, економічність.

Список використаних джерел

1. Нижник Н. Р., Гончарук Н. Т. Адміністративна реформа в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи: монографія. Д. : Монолит, 2009. 384 с.
2. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>.
3. Ковбасюк Ю. В., Оболенський О. Ю., Серьогін С. М. Державна служба: підручник. Київ ; Одеса : НАДУ, 2012. Т. 1. 372 с.
4. Толстоухова А. В., Нижник Н. Р., Гончарук Н. Т. Держава адміністрація в Україні: становлення та розвиток. Д. : Монолит, 2010. 400 с.
5. Серьогін С. М., Липовська Н. А., Бородін Є. І. Публічна служба : навч. посіб. – 2-ге вид. Дніпро : ГРАНІ, 2019. 384 с.
6. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції впровадження інформаційної системи управління людськими ресурсами в державних органах та затвердження плану заходів щодо її реалізації» від 01.12.2017 № 844-р. URL: kmu.gov.ua.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКІСТЬ ЦУКЕРОК

В. О. Кот, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, група ТКДМ-21;

Г. О. Бірта, д. с.-г. н., професор завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У нашій країні великою популярністю користуються різні кондитерські вироби, серед яких чи не найпершому місці знаходяться цукерки. Цукерки – кондитерські вироби із однієї чи декількох цукеркових мас, приготованих на цукровій основі із різноманітними добавками.

Об'єктом дослідження були цукерки, що реалізуються в роздрібній торговельній мережі м. Харків. Для дослідження якості було взято 4 зразки цукерок типу праліне різних виробників, які реалізуються в магазині «Цукерня».

Пралінові цукеркові маси являють собою тонкоподрібнену суміш смажених ядер горіхів, насіння олійних культур з цукром, жирами та іншими компонентами рецептури. Вони містять близько третини жиру, 50–60 % цукру і мають високу енергетичну цінність.

Зразок 1. Цукерки Річвел Ностальжи ТМ «Житомирські ласощі»; Зразок 2. Цукерки Оазис Кара-Кума ТМ «Конті»; Зразок 3. Цукерки Болеро ТМ «Бисквит Шоколад»; Зразок 4. Цукерки Бомонд ТМ «АВК».

Визначення органолептичних показників проводять за ГОСТ 5897-90 «Изделия кондитерские. Методы определения органолептических показателей качества, размера, массы нетто и составных частей».[1] Форма цукерок має бути властивою даному найменуванню, правильна, без деформацій. Смак і запах – ясно виражений, характерний для даного найменування виробів, без сального, згірлого або іншого неприємного присмаку [2].

Для об'єктивного співставлення даних органолептичного аналізу застосовують балову систему оцінки якості харчових продуктів. Результат оцінки дегустатори виражають балами умовної шкали, яка складається з бальних оцінок окремих показників якості. Для характеристики таких показників як смак і запах, виділяють більшу кількість балів, ніж для характеристики менш істотних показників – кольору, форми, зовнішнього вигляду.

Під час дослідження встановлено, що для загортання досліджуваних цукерок в нашому випадку був використаний парафінований папір (для зовнішнього шару етикетки) та фольга (для внутрішнього шару, тобто підгортки). Спосіб загортання, який був використаний на підприємстві під час виробництва даного виду цукерок називається «в носок» або «в куток». Цукерки загорнуті акуратно та правильно.

На наступному етапі визначили форму, колір, структуру, консистенцію, смак і запах та стан поверхні цукерок. За результатами проведеної балової оцінки найбільшу кількість балів набрав Зразок 1. Цукерки Річвел Ностальжи ТМ «Житомирські ласощі» – 29,1 бал. Майже таку ж кількість балів набрав Зразок 4. Цукерки Бомонд ТМ «АВК» – 28,1 бали. Ці зразки відмічені як продукт відмінної якості.

Зразок 3. Цукерки «Оазис Кара-Кума» ТМ «Конті» та Зразок 2. Цукерки Болеро ТМ «Бисквит Шоколад» набрали меншу кількість балів: відповідно 26,5 та 25,2, що відповідає добрій якості.

Асортимент кондитерських виробів, що реалізуються в магазині «Цукерня» достатньо широкий, найбільшу його частку займають цукерки – 35 % та печиво – 33 %. Найбільше позицій цукерок представлено виробником ЗАТ «Виробниче об'єднання «Конті» – 33 % та АТЗТ «Харківська бісквітна фабрика» – 31 %. В меншій мірі представлена продукція ЗАТ «Житомирські ласощі» – 23 %, найменшу частку займає ЗАТ «АВК» – 13 %. Цукерки виробництва ЗАТ «Житомирські ласощі» в магазині представлені цукерками шоколадними – 25 %, цукерками з комбінованими корпусами – 10 %, цукерками помадними – 30 %, та цукерками типу праліне – 35 %.

Цукерки виробництва ЗАТ «Виробниче об'єднання «Конті» в магазині «Цукерня» найбільше представлені цукерками шоколадними – 41 % та цукерками з комбінованими корпусами – 21 %. Частка інших видів цукерок були на рівні 10–14 %. Частка цукерок, які виробляє «Харківська бісквітна фабрика» в магазині розподілились майже однаково: від 17 до 24 %.

Виробник кондитерської продукції ЗАТ «АВК» в магазині представлений лише двома видами цукерок: цукерки шоколадні – 7 асортиментних позицій, або 58 % та цукерки типу праліне – 5 асортиментних позицій, або 42 %.

Якщо розглядати асортимент цукерок не поділяючи їх на виробників, то найбільше в магазині шоколадних цукерок – 34 % та цукерок типу праліне – 23 %. Найменше представлені цукерки неглазуровані – лише 5 %.

Проведені розрахунки стійкості і новизни асортименту цукерок у магазині «Цукерня».

Стійкість асортименту – здатність набору товарів задовольняти попит на одні і ті ж товари. Особливістю таких товарів є наявність стійкого попиту на них. Коефіцієнт стійкості – відношення кількості різновидностей і найменувань товарів, які користуються стійким попитом у споживачів (59), до загальної кількості видів, різновидностей і найменувань товарів тих же однорідних груп (88).

Коефіцієнт стійкості у магазині «Цукерня»:

$$K_c = (59 / 88) 100 \% = 67,1 \%$$

Коефіцієнт оновлення асортименту в магазині становить 30 %. Тобто можна говорити про те, що властивість набору продукції задовольняти змінні потреби за рахунок нових товарів здійснюється успішно.

Асортимент продукції постійно змінюється, виробник шукає більш раціональні способи задоволення реально існуючого попиту товару. Споживацькі смаки зростають, тому збалансованість асортименту відіграє велику роль в діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. ГОСТ 5897-90 «Изделия кондитерские. Методы определения органолептических показателей качества, размера, массы нетто и составных частей».
2. ДСТУ 4135:2014 «Цукерки. Загальні технічні умови».

БАРВНИКИ В ХАРЧОВИХ ПРОДУКТАХ

Д. Р. Трус, спеціальність Експертиза та митна справа, група ЕМС-11;

Н. О. Офіленко, к. с.-г. н., доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Барвники відомі в житті людини з давніх часів, коли для фарбування тканин та харчових продуктів застосовувались природні барвники, переважно рослинного походження. Розвиток органічної хімії обумовив можливість синтезу синтетичних барвних речовин. Однак, відомо, що в організмі людини немає ферментів, які б гідролізували синтетичні барвні речовини, тому вони в ньому накопичуються й утворюють алергени, що важко виводяться з нього.

Незважаючи на суворий державний контроль за безпекою та якістю продуктів харчування і харчових добавок, у торговельній мережі часто з'являються неякісні продукти, які містять забороновані до використання барвні речовини.

Метою наших досліджень було, по-перше, аналіз, узагальнення та систематизація даних про використання натуральних та синтетичних барвників, по-друге, визначення вмісту синтетичних барвників в окремих групах харчових продуктів, у тому числі і безалкогольних напоях, що реалізуються в торговельній мережі.

Основні причини використання барвників в продуктах харчування:

— постійне підвищення вимог споживачів до якості та асортименту продуктів харчування;

- створення нових видів їжі, що відповідають сучасним вимогам науки та харчування;
- покращення технологій отримання традиційних і нових продуктів харчування.
- зберігання та зміна органолептичних властивостей та зовнішнього вигляду продуктів.

Проте, в теперішній час проблемою є використання не передбачених рецептурою барвників для підфарбовування харчових продуктів, з метою їх фальсифікації, що вкрай негативно впливає на здоров'я споживачів.

В Україні вимоги до харчових добавок виявляються рядом документів:

- Закон «Про санітарно – епідеміологічну благополучність населення»;
- Закон «Про захист прав споживача»;
- Закон «Про якість і безпечність харчових продуктів»;
- Санітарними нормами і правилами «Гігієнічні вимоги до застосування харчових добавок».

В Україні виробництво, ввіз в країну, реалізація та застосування харчових барвників допускається лише при наявності санітарно – епідеміологічного заключення.

Не допускається використання харчових добавок для приховування псування та недоброякісності сировини чи готового харчового продукту. Харчові добавки не повинні маскувати порушень технологічної дисципліни.

Харчові барвники, які заборонені до застосування в харчовій промисловості України:

E121 – Цитрусовий червоний 2;

E123 – Червоний амарант.

Для аналітичного контролю за вмістом харчових барвників у продуктах харчування більшістю вітчизняних дослідників, використовується метод високоефективної рідинної хроматографії, який потребує складного апаратного оформлення. Київською медичною академією післядипломної освіти запропоновано проводити визначення синтетичних барвників у продуктах харчування спектрофотометричним методом.

Результат вибіркового контролю харчових продуктів, які містять харчові барвники, свідчить, що у 44,4 % желатинових цукерок з шоколадною глазур'ю виробництва Німеччини і 39,2 % карамелі вітчизняного виробництва концентрація барвників перевищує допустиму.

У таблиці наведено вміст синтетичних барвників в кондитерських продуктах та безалкогольних напоях.

Вміст синтетичних барвників у досліджених харчових продуктах

Барвник	Харчовий продукт			
	безалкогольні напої	цукерки желатинові	карамель льодяникова	зефір
Е 102	Присутні	Присутні	Присутні	Відсутні
Е 110	Присутні	Присутні	Присутні	Відсутні
Е 122	Присутні	Відсутні	Присутні	Присутні
Е 124	Присутні	Присутні	Присутні	Присутні
Е 132	Присутні	Присутні	Присутні	Відсутні

Синтетичні барвники знайдені майже у всіх зразках харчових продуктах. Це підвищує товарний вигляд, але якщо їх занадто, то підвищується небезпека харчування.

Як висновок з вищезазначеного, необхідно створити систему контролю за вмістом синтетичних барвників у харчових продуктах, визначати кількість барвників в продуктах, організовувати системи державного контролю за виробництвом та продажем харчових продуктів з синтетичними барвниками. Доцільно зовсім заборонити використання синтетичних барвників в дитячому харчуванні.

Список використаних джерел

1. Особливості харчових барвників для кондитерської промисловості URL: <https://journals-lute.lviv.ua>.
2. Синтетичні барвники в складі харчових продуктів. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua>.
3. Харчові добавки і їх вплив на організм людини. URL: <https://harchi.info/articles/>

АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ УКРАЇНИ МЕТОЮ, ЯКИХ Є ЛІКУВАННЯ

А. К. Кривобок, спеціальність Туризм, група Тм-21;

Ю. В. Карпенко, к. е. н., доцент, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Туристичний потік – це сукупність мандрівників, що подорожують поодиночі, сім'ями чи групами в межах власної країни або до інших країн із незабороненою метою, від 24 годин до одного року, без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням покинути місце перебування у зазначений договором про подорож термін. Види туристичних потоків визначаються мотивацією мандрівників, що характеризується спрямованістю, масштабністю і метою подорожі [1].

Мета лікувально-оздоровчого туризму – комплексне використання природних лікувальних факторів і рухової діяльності в лікувально-профілактичних цілях.

Лікувально-оздоровчий туризм має низку визначальних ознак:

1) перебування на будь-якому курорті, незалежно від захворювань, повинно бути достатньо тривалим (не менше трьох тижнів), інакше бажаного оздоровчого результату (ефекту) не досягнути;

2) лікування на курортах коштує дорого. Цей вид туризму розрахований переважно на заможних клієнтів, звичайно орієнтованих не на стандартний набір медичних послуг, а на індивідуальну програму лікування;

3) на курорти їдуть люди старшої вікової групи, коли загострюються хронічні хвороби або ослаблений організм не може справлятися із щоденними стресами на роботі і в побуті. Відповідно ці туристи роблять вибір між курортами, що спеціалізуються на лікуванні конкретної хвороби, курортами змішаного

типу, які мають загально зміцнювальний вплив на організм і сприяють відновленню сил [2].

Показники статистики туристопотоку по-перше, ґрунтуються на типі туризму, а саме – іноземний (в'їзний), зарубіжний (виїзний) і внутрішній, визначають напрямки туристопотоку; по-друге, на змісті таких категорій, як відвідувач, турист, одноденний відвідувач. Саме ці категорії визначатимуть відповідні характеристики туристопотоку та його показники. Найважливішими показниками туристських потоків є кількість прибуттів (вибуттів), тривалість перебування одного відвідувача, загальна тривалість перебування.

Проведені дослідження свідчать, що на протязі 2018–2020 рр. в Україні загальна кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами (юридичними особами) з метою лікування у 2020 р. порівняно з 2018 р. скоротилася на 46,7 тис. осіб (4,2 рази), а порівняно з 2019 р. скоротилася на 41,4 тис. осіб (3,8 рази). У тому числі частка туристів обслугованих туроператорами у 2020 р. порівняно з 2018 р. скоротилася на 36,58 тис. осіб (7,0 разів), а порівняно з 2019 р. скоротилася на 32,76 тис. осіб (6,3 рази). У тому числі частка туристів обслугованих турагентами у 2020 р. порівняно з 2018 р. скоротилася на 10,06 тис. осіб (2,2 рази), а порівняно з 2019 р. скоротилася на 8 636 осіб (2,0 рази) [3].

Аналіз показників розподілу кількості туристів, обслугованих турагентами (фізичними особами-підприємцями) з метою лікування за 2018–2020 рр. в Україні свідчить, що у 2020 р. порівняно з 2018 р. їх кількість скоротилася на 15,69 тис. осіб (5,5 разів), а порівняно з 2019 р. скоротилася на 6613 осіб (3,0 рази). У тому числі частка обслугованих в'їзних (іноземних) туристів турагентами у 2020 р. порівняно з 2018 р. скоротилася на 833 особи (22,3 рази), а порівняно з 2019 р. скоротилася на 383 особи (10,8 разів). Ситуація з внутрішніми туристами, падіння не таке стрімке, як у попередній ситуації, так у 2020 р. порівняно з 2018 р. їх частка скоротилася на 13,88 тис. особи (5,4 рази), а порівняно з 2019 р. скоротилася на 5 978 осіб (2,9 рази) [3]. Дана ситуація була пов'язана з пандемією COVID-19

в країні та суворими карантинними обмеженнями у санаторно-курортних закладах.

Варто, зазначити, що зважаючи на війну в Україні не слід очікувати у найближчий час позитивної динаміки даних показників. З метою виходу на новий рівень розвитку сфери лікувально-оздоровчого туризму доцільно окрім відтворення виробничо-економічного потенціалу курортів та їх природно-лікувальних ресурсів, залучення інвестицій для розвитку курортів, після закінчення війни доцільно: 1) реалізувати масштабну маркетингову кампанію на зовнішніх ринках, яка дозволить переключити сприйняття нашої країни з місця бойових дій на безпечну локацію для подорожі; 2) включити до програми майбутнього відновлення України сферу туризму.

Список використаних джерел

1. Дядечко Л. П., Редько В. Є. Теорія і практика логістизації механізмів формування та обслуговування туристських потоків : монографія. Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. 359 с.
2. Рутинський М., Петранівський В. Лікувально-оздоровчий туризм: актуальні цілі та сучасні підходи до організації. Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2012. Вип. 29. Ч. 1. С. 179–189.
3. Державна служба статистики України : офіційний сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

ОСОБЛИВОСТІ ТА ЗВ'ЯЗОК АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ З ЕКОНОМІЧНИМИ ЗАКОНАМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Б. В. Чупринюк, аспірант;

В. О. Животенко, к. е. н., доцент, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

В умовах сьогодення туристична сфера України опинилася майже на межі зникнення, що пов'язано, у першу чергу, із військовими діями. Проблеми сфери туризму, які є не відворот-

ними та постійно загострюються, створили підґрунтя для визначення та розробки комплексу антикризових управлінських рішень. Тому визначення пріоритетності та необхідності підтримки функціонування туристичної сфери чи її окремих складових є одним із важливих завдань прифронтових регіонів та окремого приватного бізнесу. Зважаючи на це можна стверджувати, що організація антикризового управління туристичної сфери є важливим стратегічним рішенням ефективність, якого у післявоєнний період відобразиться у повній мірі.

Зміна основних туристичних напрямків призвела до виникнення безлічі проблем з якими зіштовхнувся туристичний бізнес, серед основних можна зазначити:

- масове банкрутство підприємств сфери туризму;
- знищення туристичної інфраструктури;
- зменшення туристичних потоків тощо.

Разом з тим, туристична сфера не позбавлена впливу і економічних проблем, законів та залежностей, що проявляються в економічній системі України у період воєнного стану. Тобто загальноекономічні закони відображаються у дії всіх економічних систем. Оскільки загальноекономічні закони мають об'єктивний характер, а саме не підпорядковуються окремому індивіду, то можна стверджувати про їх дію за певними умовами та чинниками, що відображаються визначеними зв'язками.

Поглиблюючи дослідження слід зазначити, що система економічних законів поєднує в собі такі основні типи:

- всезагальні економічні закони, які є властивими усім способам суспільного виробництва (закон економії часу, закон продуктивності праці тощо);
- загальні закони, що діють у декількох суспільно-економічних формаціях (закон попиту та пропозиції, закон вартості тощо);
- специфічні економічні закони, які проявляються в межах одного суспільного способу виробництва (закони зв'язку між виробництвом та продуктивними силами);
- закони, що діють лише в одній економічній стадії (низхідній чи висхідній) (закон породження монополії, закон планомірного розвитку економіки тощо).

Існування соціально-економічних систем являє собою циклічний процес, для якого характерна закономірність настання та розв'язання криз. Криза – господарське, економічне потрясіння, залежне від порушення відповідності між попитом та пропозицією [1, с. 48].

Оскільки антикризове управління є складовою частиною управлінської діяльності, тому йому притаманні риси, характерні для всіх видів управління:

- 1) за змістом представляє інформаційну взаємодію, в основі якого лежить прийом і передача інформації;
- 2) складається з керуючої, керованої підсистем;
- 3) між підсистемами існує зворотний зв'язок;
- 4) результат управління – збереження оптимального рівня економічної безпеки. Визнаючи, що економіка розвивається циклічно, необхідно розглядати подвійну природу кризи – як деструктивного процесу руйнування, з одного боку, і одночасно – як можливість поновлення, з іншого боку [2, с. 8].

При прогнозуванні показників соціально-економічного розвитку сфери туризму та рівня її економічної безпеки передбачається, що зберігаються основні параметри і умови національної та регіональної систем: зовнішні і внутрішні фактори ризику, які впливають на соціально-економічні процеси, що протікають на території регіону; реалізуються заплановані програми і реформи; відтворювальний процес протікає в рамках планованого, органами влади, економічного циклу; раціонально розподіляється вироблений туристичний продукт і дохід. При такому стратегічному плануванні не враховується набір чинників, що породжуються нестабільністю економічного та політичного середовища, поведінкою економічних суб'єктів, соціальною обстановкою та інших [5, с. 92].

Отже антикризове управління туристичною сферою, формує, з одного боку, першорядні завдання і цілі власного розвитку на визначеному часовому етапі, а з іншого – є основою для формування рівних стратегій економічного і соціального розвитку окремих туристичних дестинацій. Разом з тим, природним є те, що підхід державного антикризового територіального управ-

ління туристичною сферою змінюється в залежності від геополітичної і соціально-економічної спрямованості держави на певному рубежі розвитку, створених відносин між центральними та місцевими органами влади, зовнішньоекономічних умов, тобто від системи чинників і критеріїв, які мають вплив на цільові пріоритети розвитку суспільства.

Список використаних джерел

1. Пушак Я. Я., Піцура Я. С. Актуальні проблеми забезпечення економічної безпеки в Україні : колективна монографія. Львів : Ліга-Прес, 2017. 368 с.
2. Солодовнік О. О. Основні підходи до оцінювання економічної та фінансової безпеки: сутність і напрями вдосконалення. Бізнес Інформ. 2021. № 2. С. 6–12. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-2-6-12>.
3. Федоренко В. Г., Грищенко І. М. та інші. Економічна безпека України: монографія. Київ : ТОВ «ДКС центр», 2017. 462 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

В. С. Корж, спеціальність Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – англійська, група ФІЛ м-11;

В. В. Опанасенко, ст. викладач кафедри української, іноземних
мов та перекладу, доктор філософії

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універси-
тет економіки і торгівлі»

Останнім часом спостерігаємо швидкий розвиток реклами. З кожним роком український ринок розширюється, залучаючи все більше закордонних компаній. Такі компанії потребують не створення нових рекламних образів і сюжетів, а перекладу й адаптації рекламних текстів, що вже встигли довести свою ефективність на міжнародному ринку. Тому, у зв'язку з розвитком вітчизняного ринку й глобалізацією економічних процесів, найбільшої актуальності тепер набуває переклад рекламних текстів і слоганів.

Переклад рекламних слоганів вимагає великої попередньої професійної підготовки фахівця, тому що для його виконання недостатньо тільки грамотного перекладу. Специфіка рекламних слоганів не дозволяє використовувати дослівний переклад, оскільки за таких умов частіше за все втрачається сенс самого слогана та сила його впливу, тобто його прагматична цінність. Окрім того, при перекладі рекламних слоганів важливо враховувати національні, етичні і психологічні особливості, а також наявні стереотипи цільової аудиторії на різних ринках, що дуже відрізняються від країни до країни. Без врахування цих особливостей рекламний текст і слоган не матимуть успіху серед споживачів товарів і послуг в інших країнах.

Отже, переклад англomовних рекламних слоганів українською мовою має низку особливостей. Одна з них виражається в змістовному співвідношенні між текстом оригіналу та текстом перекладу, зумовленому соціолінгвістичними аспектами. Часто

перекладачеві необхідно адаптувати не лише змістовну частину тексту, а і його форму. Також деякі особливості перекладу рекламних слоганів пов'язані зі специфікою англійської та української мов. Граматичні, лексичні й стилістичні відмінності мов також зумовлюють необхідність використання різних перекладацьких стратегій та прийомів. У процесі перекладу рекламного слогана може виникнути необхідність заміни заперечення на твердження, активного стану дієслова на пасивний, фразеологізмів однієї мови на їх еквіваленти в іншій тощо. Тому перекладачі в таких випадках часто використовують антонімічний переклад, калькування, компенсацію лексичних втрат та інші перекладацькі прийоми [1, с. 50].

У рекламі тісно взаємопов'язані графічний і текстовий елементи, а її ефективність значно залежить від органічності поєднання цих двох компонентів. Текстовий компонент реклами складається із заголовка, основного рекламного тексту та слогана. Саме переклад слоганів є найбільш специфічним в перекладі текстового елементу реклами. Прямий і дослівний переклад тут частіше за все є неможливим, адже він не передає того значення, яке було закладено автором реклами. Перекладачеві часто доводиться застосовувати прагматичну адаптацію тексту, адже прості, на перший погляд, фрази в англійській мові мають значеннєве навантаження, що може бути втрачено при перекладі. Тому при перекладі слоганів спочатку необхідно з'ясувати лінгвістичні характеристики мови реклами і способи її перекладу, проаналізувати окремі тексти, виявивши специфічні характеристики кожного з них, а потім визначити параметри, що впливають на адекватність перекладу в кожному випадку.

Спираючись на проведений аналіз низки англomовних рекламних слоганів та їх перекладів українською мовою, нами виділено чотири основні стратегії, що найчастіше застосовуються при передачі англomовних слоганів в українській рекламі: 1) відсутність перекладу; 2) дослівний переклад; 3) адаптація; 4) ревізія. Розглянемо кожну із цих стратегій.

Відсутність перекладу рекламних слоганів – доволі поширене явище, коли мова йде про рекламу товарів, що виконують

виключно апелятивну функцію, наприклад, косметичні засоби. У такому випадку рекламні слогани, що залишаються без перекладу, є частиною графічного компонента реклами, її візуального оформлення. Вони покликані привертати увагу споживачів, посилюючи експресивність самої реклами.

Утім, з іншого боку, неперекладені рекламні слогани можуть бути незрозумілими для споживачів, що може призвести до неуспішності реклами на ринках окремих країн.

Результати проведеного аналізу доводять, що велика кількість зарубіжних компаній залишає рекламні слогани без перекладу, представляючи свої товари та послуги на українському ринку. Наприклад: *Honda – The Power of Dreams* [2]; *Land Rover – Go Beyond* [3]; *Canon – You can Canon* [4]. Реклама з цими слоганами в Україні є досить успішною, однак успіх неперекладених рекламних слоганів залежить від двох головних факторів: 1) рівень володіння цільової аудиторії англійською мовою; 2) лаконічність самого слогана, який повинен легко сприйматися та запам'ятовуватися споживачами.

Прямий переклад рекламних слоганів повинен застосовуватися дуже обережно, оскільки така стратегія перекладу не враховує культурні особливості цільової аудиторії. Найкраще такий переклад спрацює, коли необхідно перекласти великий рекламний текст, але не слоган. Однак результати дослідження вказують на те, що для перекладу рекламних слоганів таку стратегію іноді також використовують. Наприклад:

I'm loving it. McDonald's. – Я це люблю. МакДональдз [5].

My world. My style. My Ecco. – Мій світ. Мій стиль. Мій Ecco [6].

Bounty. A taste of paradise. – Баунті. Смак раю [7].

Адаптацію зазвичай використовують тоді, коли англомовний рекламний слоган неможливо перекласти українською мовою іншим способом. У такому випадку, англомовний слоган потребує адаптації відповідно до особливостей і норм української мови. Зміст слогана, що в англійській мові виражений через зміни формальних характеристик кожного окремого слова, в

українській мові передають через сполучення декількох слів. Наприклад:

TouchWiz. Personalization is just a touch away. – Створюю індивідуальний стиль свого телефону простим дотиком [8].

BMW. The Ultimate Driving Machine. – BMW. Повний драйв [9].

Geox. Respire. – Geox. Взуття, що дихає [10].

Ревізія передбачає створення зовсім нового рекламного слогана. Така перекладацька стратегія застосовується у випадку, коли неможливо застосувати жодну іншу стратегію. Разом зі слоганом як текстовим компонентом реклами, може змінюватися й графічне оформлення реклами, адже ці елементи складають єдиний рекламний концепт. Ревізію використовують достатньо широко, наприклад:

Mazda CX-9. Big Yet Agile. – Mazda CX-9. Грай на повну [11].

Polo. Small but tough. – Моя друга Половина [12].

TouchWiz: Imagine customizing your touchscreen. – Нові слова – нові технології. Тачвіз... віджети... дрег'н'дроп [8].

Отже, переклад англомовних рекламних слоганів українською мовою має низку особливостей. Перекладач повинен не просто володіти англійською мовою для його перекладу, а й добре знати культуру, національні, етичні та психологічні особливості цільової аудиторії на ринку тієї чи іншої країни. Результати проведеного аналізу свідчать про те, що далеко не всі слогани можна просто перекласти. Перекладачеві необхідно проявити творчий підхід, щоб правильно передати українською мовою англомовний слоган, який буде мати успіх серед споживачів товарів і послуг на українському ринку.

Список використаних джерел

1. Лотоцька І. Стратегії перекладу рекламних повідомлень. Студентський науковий вісник. 2017. № 42. С. 49–51.
2. Honda. URL: <https://global.honda/>
3. Land Rover. URL: <https://www.landrover.ua/>
4. Canon. URL: <https://www.canon.ua/>
5. McDonald's. URL: <https://www.mcdonalds.com/ua/uk-ua.html>.

6. Ecco. URL: <https://global.ecco.com/>
7. Bounty. URL: https://prt.mars.com/en/bounty?language_content_entity=en.
8. Samsung. URL: <https://www.samsung.com/ua/>
9. BMW. URL: <https://www.bmw.ua/uk/index.html>.
10. Geox. URL: <https://www.geox.com/int/>
11. Mazda. URL: <https://mazda.ua/>
12. Volkswagen. URL: <https://www.volkswagen.ua/>

ТИПИ АНГЛІЙСЬКИХ ПРИСЛІВ'ІВ ТА ЇХ СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

Т. О. Прохоренко, спеціальність Філологія, група Філ м-21;

Н. С. Сухачова, к. філол. н., доцент, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Прислів'я, як і приказки, можна вважати досить поширеним жанром народної творчості та літератури кожного народу. Вони є невід'ємною частиною будь-якої мови світу та відображають історичне надбання людства від давніх часів і до сьогодення.

Метою дослідження є ідентифікація семантичних структур англійських прислів'їв, вивчення їх специфічних рис та визначення їх типів. Поставлена мета передбачає реалізацію таких **завдань**, як окреслення статусу прислів'їв в лексичному складі сучасної англійської мови та виявлення базових критеріїв методики дослідження англомовних прислів'їв.

Актуальність теми обумовлена тим, що прислів'я є досить поширеними в англійській мові і її лексичний склад постійно поповнюється новими крилатими виразами. Дуже важливо знати їх лексичні та семантичні особливості для адекватного перекладу.

Англійська мова має тисячолітню історію і за цей час в її лексичному складі з'явилася величезна кількість прислів'їв та крилатих виразів, що відображають реалії життя людей в ту чи іншу історичну епоху. А в контексті певного тексту чи певної мовленнєвої ситуації прислів'я звучать як досить вагомі аргументи та неупереджені й навіть об'єктивні судження.

Для того, щоб проаналізувати прислів'я з точки зору семантики, можна скористатися дослідженнями Р. Ш. Тренча. На його думку, ми можемо аналізувати прислів'я розглянувши три фактори: стислість, наявність сенсу та гостроту. Саме ці фактори можна чітко виокремити при дослідженні того чи іншого прислів'я.

1. Стислість: згідно з Тренчем, «прислів'я має бути досить лаконічним, воно повинно бути коротким та швидко й легко вимовлятися». У своїх роботах він чітко відзначає те, що хороше прислів'я повинно бути зрозумілим та стислим і водночас точно передавати точку зору автора та певну мудрість, що закладена в ньому.

2. Наявність сенсу: Тренч вважає, що вдалий сенс виразу часто призводить до його римування.

3. Гострота: Науковець стверджує, що прислів'я повинно мати певну перчинку, тобто, крім свого звичайного сенсового наповнення, в ньому повинне бути якась особливість, що дасть змогу людям його запам'ятати для подальшого вживання.

Проаналізувавши головні риси прислів'їв та визначивши їхнє місце в складі сучасної англійської мови, можемо виокремити наступні типи прислів'їв, відповідно до їх семантичного значення:

✓ Прислів'я, що **виражають загальне ставлення до життя і законів**, якими керується людство. Такі вирази часто містять в собі урок та повчальний зміст, в більшості випадків люди сприймають такі прислів'я як настанову та передають їх з покоління в покоління як нагадування про щось дійсно важливе (*Every cloud has a silver lining; beauty is just a skin deep*).

✓ **Етичні прислів'я** – це прислів'я, які пропагандують чесноти та засуджують певні вади. Вони містять мораль та розповідають що є правильним, а що ні (*Honesty is the best policy*).

✓ Прислів'я, які **виражають систему цінностей** – це тип прислів'їв, що пов'язаний із такими глобальними темами, як релігія, розвиток технологій та війна. Вони використовуються, як керівні принципи у розв'язанні проблем насильства, невігластва та дискримінації (*It takes only a moment to squander*

what took a year to save; every drop of perspiration of an industrious man will be rewarded accordingly).

✓ Прислів'я, які **виражають загальні істини** – такі вирази стосуються самої людської природи та містять деякі спостереження із життєвого досвіду народу. (*A bad deed will always have bad consequences*).

✓ **Жартівливі прислів'я** – це тип прислів'їв, які викликають у людей усмішку та навіть сміх і водночас подають важливі життєві уроки (*A lie travels round the world while truth is putting her boots on; growing old is mandatory. Growing up? Definitely optional*).

✓ **Інші прислів'я** – це ті прислів'я, що не відносяться ні до якої з наведених вище категорій і не мають конкретних настанов та уроків, які можна було б засвоїти, вживаючи це прислів'я. Хоча такі вирази й не є повчальними, вони все ж таки несуть в собі певну точку зору, що впливає зі спостережень реалій життя народу (*Early to bed and early to rise, makes a man healthy, wealthy and wise; When friends ask, there is no tomorrow*).

Отже, в результаті дослідження прислів'їв відповідно до їх семантики та значення в лексичному складі англійської мови можна зробити висновок, що вони є своєрідним кодексом життя та відображають найрізноманітніші сторони життя народу та національну ідентичність.

Список використаних джерел

1. Горобей А. М. Першоджерела англійських прислів'їв і приказок : тез. докл. міжнар. наук.-техн. конф. Маріуполь, 20–21 травня 2014 р. ПДТУ. Маріуполь, 2014. Т. 4. С. 138–139.
2. Зіненко Г. Англійські прислів'я та їхні українські відповідники. Київ : Арій, 2018. С. 10–15.
3. Trench C. R. On the Lessons in Proverbs. New York : Redfield. 1853. Р. 7.

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «КИЇВСЬКА КОНДИТЕРСЬКА ФАБРИКА «РОШЕН»

А. С. Воробей, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, група Ф-11м;

В. Р. Космин, аспірант;

Н. С. Педченко, д. е. н., професор, професор кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

З метою підвищення ефективності формування фінансового потенціалу ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», котрий пропонується визначати як стійку властивість системи долати суперечності та забезпечувати гармонійну відповідність етапам життєвого циклу для довгострокового розвитку на основі сформованих, постійно збагачуваних та оптимізованих до потреб розвитку фінансових ресурсів, наявних умов реалізації спроможностей розвитку, які опосередковуються структурою внутрішніх і зовнішніх зв'язків та безперервних процесів інноваційного оновлення (поширення нових знань, евристичних підходів, нестандартних рішень тощо) [2, с. 54] та ефективності його використання пропонується розробити стратегію управління фінансовим потенціалом підприємства й довести необхідність дотримання всіх її складових.

В науковій літературі під фінансовою стратегією розуміється «один з найважливіших видів функціональних стратегій підприємства, який забезпечує всі основні напрями розвитку його фінансової діяльності і фінансових відносин шляхом формування довгострокових фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного коригування напрямків формування та використання фінансових ресурсів при змінах умов зовнішнього середовища» [1].

Відповідно до цього фінансова стратегія управління фінансовим потенціалом підприємства ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», повинна забезпечувати:

- формування оптимального складу та структури фінансового потенціалу й ефективного його використання;
- ідентифікація інвестиційно привабливих напрямків вкладання фінансового потенціалу та зосередження на них основних потоків фінансових ресурсів;
- маневреність фінансових дій при оптимізації складу та структури фінансового потенціалу та напрямів його інвестування;
- акумулювання фінансових резервів та відчуття можливостей їх використання у довгостроковій перспективі;
- орієнтація на досягнення цілей при змінах умов зовнішнього середовища.

Механізм формування стратегії управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» передбачає наступні етапи:

1. Виокремлення із загальної стратегії розвитку підприємства стратегії управління фінансовим потенціалом.
2. Виявлення першочергових орієнтирів, серед яких: фінансово стабільний внутрішній стан підприємства, аналіз і прогнозування фінансово-економічного стану зовнішнього середовища, пошук та виявлення фінансових можливостей розвитку.
3. Ідентифікація ризиків внутрішнього та зовнішнього середовища.
4. Визначення напрямків інвестування фінансового потенціалу.
5. Наявність інноваційних джерел фінансування фінансового потенціалу підприємства.
6. Наявність резервів фінансових ресурсів підприємства.
7. Формування основних елементів стратегії управління фінансовим потенціалом, а саме: планування та контроль за фінансовими ресурсами, вибір привабливих фінансових інструментів, аналіз і оцінка фінансових ризиків.
8. Реалізація стратегії управління фінансовим потенціалом в рамках стратегічних планів.

9. Аналіз та контроль за стратегією управління фінансовим потенціалом.

10. Використання отриманих результатів аналізу для корегування стратегічних напрямків розвитку підприємства.

Процесом розробки стратегії управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» є формування сукупності цілеспрямованих управлінських рішень, що забезпечують підготовку, оцінку і реалізацію програми стратегічного фінансового розвитку товариства.

У цілому, процес формування стратегії управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» можна згрупувати у три блоки: розробка, реалізація та контроль.

Оскільки фінансовий потенціал товариства зумовлює перспективи його розвитку та забезпечує виконання загальної фінансової стратегії підприємства, тому постає гостра необхідність у виявленні взаємозв'язку стратегічних цілей і фінансових стратегічних цілей.

Відзначимо, що визначення ефективності фінансової стратегії управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» відбувається на основі аналізу таких показників як: стан, ризик, перспективи, досвід.

Введення даного підходу в діяльності потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» дозволить ідентифікувати результативність діяльності товариства у визначених площинах запропонованої матриці з вибором найбільш оптимальної фінансової стратегії у відповідності до стану та структури фінансового потенціалу, результативності його використання та перспектив розвитку.

Саме тому, вибір фінансової стратегії управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» повинен здійснюватись в кореляції результативності використання фінансового потенціалу товариства з фінансовими стратегічними цілями за умови врахування факторів впливу на них.

Необхідність розробки стратегії управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» пояснюється тим, що товариству потрібно адаптуватися як до

зовнішніх сприятливих факторів діяльності, так і до загроз, виявити альтернативні варіанти розвитку і розробити ефективну стратегію адаптовану до умов навколишнього середовища.

До стратегічного аспекту в управлінні розвитком фінансового потенціалу підприємства можна віднести об'єктивну необхідність в особливому стратегічному аналізі як спеціалізованому аналізі змін зовнішнього середовища підприємства, а також особливий механізм прийняття і реалізації адекватних управлінських рішень через організаційне забезпечення управління фінансовим потенціалом підприємств [3, с. 155].

Реалізація фінансової стратегії управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» потребує постійного контролю на оперативному і стратегічному рівні. Контроль за реалізацією фінансової стратегії проводиться з метою забезпечення прибутковості, стійкості і ліквідності товариства у короткостроковому періоді та з метою забезпечення зростання і підтримування позитивного іміджу (або виходу із кризи) у довгостроковому періоді.

Тому, доповнити стратегію управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» необхідно ще й матрицею результатів дій керівництва для оцінки рівня ефективності управління (табл. 1).

Таблиця 1 – Матриця результатів, одержаних з урахуванням виду дій і стратегій [3, с. 155]

Види дій	Визначення стратегія	Невизначена стратегія
Ефективні дії керівництва	Визначена стратегія й ефективні дії призвели до успіху в минулому, і забезпечать успіх у майбутньому	Невизначена стратегія, але ефективні дії призвели до успіху в минулому, однак успіх у майбутньому ставиться під сумнів
Неефективні дії керівництва	Визначена стратегія, але неефективні дії іноді спрацьовували в минулому, проте в майбутньому очікується посилення конкуренції	Невизначена стратегія й неефективні дії призвели до невдачі в минулому. Такий же результат очікується і у майбутньому

Отже, управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» багато в чому залежить від правильності сформованої стратегії управління фінансовим потенціалом, яка в свою чергу є основою для ефективної фінансової діяльності товариства, а також важливим чинником забезпечення його конкурентоспроможності у перспективі.

Упровадження в діяльність ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» стратегії управління фінансовим потенціалом буде сприяти уникненню або мінімізації ризиків в процесі господарської діяльності, а також сприяти забезпеченню фінансової стійкості та платоспроможності підприємства.

Список використаних джерел

1. Гнип Н. О. Організаційно-економічні засади прогнозування фінансового потенціалу підприємств / Н. О. Гнип // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2010. – Вип. 1. – С. 64–67.
2. Педченко Н. С. Наскрізне дослідження оцінки складу та оптимізації структури фінансового потенціалу підприємства / Н. С. Педченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Серія : Економічні науки. – 2014. – Вип. 6 – Ч. 5. – С. 54–57.
3. Пробоїв О. А. Формування фінансового потенціалу підприємства : монографія / О. А. Пробоїв // НАН України, Інститут економіки промисловості. – Донецьк : Ноулідж, 2010. – 235 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

А. С. Воробей, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС-11м;

О. І. Луценко, аспірант;

Н. С. Педченко, д. е. н., професор, професор кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Методологічний підхід щодо оцінки фінансового потенціалу підприємства та визначення рівня ефективності управління ним

ідентифікується тим, яка економічна модель стане основою цих процесів. Тому пропонуємо взяти за основу фундаментальну теоретичну модель, котра здатна окреслити особливості процесів і процедур формування та використання фінансового потенціалу. Така особливість пов'язана в першу чергу з авторським визначенням фінансового потенціалу як сукупність сформованих, постійно збагачуваних та оптимізованих до потреб розвитку фінансових ресурсів, наявних умов реалізації спроможностей розвитку, які опосередковуються структурою внутрішніх і зовнішніх зв'язків та безперервних процесів інноваційного оновлення (поширення нових знань, евристичних підходів, нестандартних рішень тощо) [3, с. 54]. Ця модель, на нашу думку, відповідає наступним вимогам, що висовуються у науковій літературі: відповідність базовим категоріям сучасної економічної теорії; адекватність процесам і процедурам вимірювання; наочність і об'ємність, тобто можливість графічного та просторового представлення; варіабельність, яка допускає динамічний підхід до моделі; прогностичність як здатність визначення можливих наслідків проведених перетворень моделі [1].

На нашу думку, розширення методичного інструментарію оцінки фінансового потенціалу можливо на основі використання методики розробленої Гривківською О. В. та Мельником І. І. [2]. Дана методика проводиться на основі послідовного виконання наступних етапів:

- збір фінансової інформації, що відображає стан фінансової діяльності підприємства;
- аналіз фінансових показників, що характеризують рівень формування та використання фінансового потенціалу підприємства;
- визначення критичних значень обраних коефіцієнтів та їх відповідність розрахованому рівню;
- віднесення розрахованих коефіцієнтів до того чи іншого типу фінансової стійкості та рівня формування й використання фінансового потенціалу підприємства;

- присвоєння бального значення відповідно до визначеного типу фінансового потенціалу;

- розрахунок інтегрального показника рівня формування і використання фінансового потенціалу підприємства.

Так, на першому етапі збору необхідної фінансової інформації основним джерелом наповнення бази є оприлюднена на офіційному сайті підприємства фінансова звітність.

Другий етап вибору фінансових показників, що характеризують рівень формування та використання фінансового потенціалу товариства передбачає визначення найбільш вагомих коефіцієнтів, які характеризують фінансову стійкість, рентабельність, платоспроможність та ліквідність підприємства.

Розраховані значення обраних фінансових показників, на останньому етапі даної методики інтегральної оцінки рівня фінансового потенціалу товариства, відносяться за наступними характеристиками підприємства:

- 1) високий рівень формування та використання фінансового потенціалу відповідає абсолютному типу фінансової стійкості;

- 2) середній рівень формування та використання фінансового потенціалу відповідає нормальному типу фінансової стійкості;

- 3) низький рівень формування та використання фінансового потенціалу підприємства відповідає нестабільному типу фінансової стійкості;

- 4) критичний рівень формування та використання фінансового потенціалу відповідає кризовому типу фінансової стійкості.

Гривківська О. В. та Мельник І. І. [2] пропонують проводити оцінку рівня фінансового потенціалу підприємства на основі розрахунку та ранжування таких показників як коефіцієнт автономії, коефіцієнт забезпеченості активів, коефіцієнт маневреності власними коштами, коефіцієнт абсолютної, швидкої та загальної ліквідності, рентабельність сукупних активів, власного капіталу та продаж.

На п'ятому етапі проведення оцінки рівня фінансового потенціалу підприємства відбувається присвоєння бального значення показника відповідно до рівня формування та викорис-

тання фінансового потенціалу. Так, якщо окремий показник має високий рівень йому присвоюється 4 бали, якщо середній – 3, низький – 2 та критичний – 1 бал.

На останньому етапі відбувається інтерпретація отриманих результатів шляхом сумування всіх отриманих бальних значень та переведення їх у відповідні характеристики сукупного фінансового потенціалу підприємства за наступною шкалою:

- 10–24 балів – критичний рівень формування та використання фінансового потенціалу підприємства;
- 25–49 балів – низький рівень формування та використання фінансового потенціалу підприємства;
- 50–74 балів – середній рівень формування та використання фінансового потенціалу підприємства;
- 75 і більше – високий рівень формування та використання фінансового потенціалу підприємства.

Отже, розширення методичного інструментарію аналізу фінансового потенціалу підприємства на основі використання інтегрального показника надасть можливість не тільки визначити динаміку рівня фінансового, а і головні фактори позитивного і негативного впливу на його рівень для можливості подальшої розробки управлінських дій з метою підвищення як фінансового потенціалу товариства так і його фінансового становища.

Список використаних джерел

1. Головкова Л. С. Методологічні проблеми вимірювання потенціалу підприємства / Л. С. Головкова // Економіка та держава. – 2007. – № 4. – С. 37–42.
2. Гривківська О. В. Оцінка фінансового потенціалу санаторно-курортних підприємств туристично-рекреаційної галузі Вінницького регіону / О. В. Гривківська, І. І. Мельник // Економіка АПК. – 2010. – № 2. – С. 26–30.
3. Педченко Н. С. Наскрізне дослідження оцінки складу та оптимізації структури фінансового потенціалу підприємства / Н. С. Педченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Серія : Економічні науки. – 2014. – Вип. 6 – Ч. 5. – С. 54–57.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МЕТОДІВ КВАЛІМЕТРІЇ

А. С. Воробей, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС-11м;

М. Г. Педченко, аспірант;

Н. С. Педченко, д. е. н., професор, професор кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Дослідження ефективності системи управління фінансовим потенціалом підприємства можна провести за допомогою наукових принципів кваліметрії – науки про вимірювання якості об'єктів. Розробкою факторно-критеріальної моделі оцінювання ефективності управління потенціалом на основі методів кваліметрії займалися такі вчені як О. М. Мельник [1], Н. С. Педченко [2], В. Ю. Стрілець [3].

Застосування методів кваліметрії на ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» допоможе провести кількісне вимірювання якісних характеристик, а саме процесу управління фінансовим потенціалом товариства.

Педченко Н. С. у своїй праці [2] розробила факторно-критеріальну модель оцінювання стану фінансового потенціалу підприємств і організацій споживчої кооперації (на прикладі Полтавської ОСС на рис. 1. Виділення трьох елементів дослідження рівня фінансового потенціалу товариств як системи «ресурси-спроможності-інновації» забезпечить комплексне дослідження рівня ефективності системи управління фінансовим потенціалом підприємства. Дана факторно-критеріальна модель може бути використана при дослідженні ефективності управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен». Пропонуємо адаптувати наведену модель оцінювання фінансового потенціалу для досліджуваного нами ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», шляхом роз-

ширення складових третього рівня. При цьому, критерії другого рівня пропонується залишити незмінними – «ресурси-спроможність-інновації».



Рисунок 1 – Факторно-критеріальна модель оцінювання стану фінансового потенціалу підприємств і організацій споживчої кооперації [2, с. 47]

Розширити критерій другого рівня «ефективність формування і використання фінансових ресурсів» пропонується на основі наступного елементу третього рівня: «ефективність методу комплексної оцінки фінансових ресурсів підприємства».

Вибір методу оцінки рівня фінансового потенціалу є досить важливим елементом впливу на ефективність всієї системи управління. Так, запровадження в систему оцінки методів інтегральної аналізу рівня фінансового потенціалу товариства, що комплексно оцінюють стан формування та ефективність використання фінансового потенціалу, ще й до цього швидкі у використанні, а результати повністю відповідають дійсності – дозволить швидше реагувати на зміни в рівні фінансового потенціалу товариства, що в свою чергу підвищить ефективність управління фінансовим потенціалом.

Розглянемо процедуру розрахунку факторно-критеріальної моделі оцінювання ефективності управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен». Після обробки даних групового експертного дослідження та зведення їх до єдиної системи обчислення, отримано такі показники вагомостей критеріїв третього рівня та значущості показників другого рівня (табл. 1). В даній таблиці розраховано інтегральний показник ефективності управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

Таблиця 1 – Модель кваліметричного підходу до оцінювання ефективності управління фінансовим потенціалом на ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»

Фактор	Ранжування факторів за їх вагомістю	Показники	Вагомість показника
Критерій ефективності формування і використання фінансових ресурсів (m_1)	0,45	Наявність фінансових ресурсів, їх достатність, позитивна динаміка до нарощення (K_1)	0,75
		Ефективне використання фінансових ресурсів, дотримання нормативів, позитивна динаміка до підвищення (K_2)	0,25
		Ефективність методу комплексної оцінки фінансових ресурсів підприємства (K_3)	0,5
		Наявність резервів, можливість їх використання (K_4)	0,5
Критерій реалізації сприятливих спроможностей (m_2)	0,3	Наявність здатності, можливості та здібності приймати ефективні управлінські рішення (K_5)	0,5

Продовж. табл. 1

Фактор	Ранжування факторів за їх вагомістю	Показники	Вагомість показника
Критерій реалізації сприятливих спроможностей (m_2)	0,3	Ідентифікація факторів зовнішнього середовища та врахування його впливу (K_6)	0,5
		Відповідність етапам життєвого циклу та можливість реалізації прийнятого управлінського рішення (K_7)	0,25
Критерій використання інновацій (m_3)	0,25	Створення і використання новачій у вигляді нових знань, нетрадиційних підходів, нестандартних рішень (K_8)	0,5
		Наявність новачій в економічну культуру, спрямованих на забезпечення оптимальної взаємодії соціальної діяльності і зовнішнього ринкового середовищ (K_9)	0,5
		Спрямованість новачій на збереження місії підприємства та дотримання основних функцій (K_{10})	0,5
Інтегральний показник ефективності управління ФП			0,4751

Результати розрахунків засвідчують, що ефективність управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» складає 0,4751, що відповідає задовільному рівню. Такий результат свідчить проте, що механізм управління фінансовим потенціалом товариства ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» характеризується недосконалістю і потребує покращень.

Відзначимо, що найменші значення експертних оцінок отримали наступні критерії третього рівня:

- «ефективне використання фінансових ресурсів, дотримання нормативів, позитивна динаміка до підвищення» зі значенням – 0,25, що відповідає недостатньому рівню;

- «відповідність етапам життєвого циклу та можливість реалізація прийнятого управлінського рішення» – 0,25, що на думку експертів є недостатнім.

Отже, приділення значної уваги розробці дій щодо підвищення ефективності використання фінансового потенціалу товариства ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» не лише покращить рівень фінансового потенціалу товариства, а і системи його управління.

Критерій «відповідність етапам життєвого циклу та можливість реалізація прийнятого управлінського рішення» знаходить повне відображення в запропонованій стратегії управління фінансовим потенціалом при виборі варіантів стратегій.

Розроблена факторно-критеріальна модель оцінки ефективності управління фінансовим потенціалом ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» дозволила провести оцінку якісних характеристик ефективності організації управління фінансовими ресурсами підприємства та визначити можливості щодо його покращення.

Список використаних джерел

1. Мельник О. М. Факторно-критеріальна модель оцінювання рівня сформованості відповідальності / О. М. Мельник // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школі. – 2011. – № 16. – С. 72–79.
2. Педченко Н. С. Кваліметрія при оцінюванні фінансового потенціалу підприємства / Н. С. Педченко. URL: irbis-nbuv.gov.ua/
3. Стрілець В. Ю. Покращення методичних підходів до оцінки якості бюджетного законодавства засобами кваліметрії / В. Ю. Стрілець // Вісник одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Серія «Економіка». – 2014. – Т 19, № 3/4. – С. 99–102.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ЙОГО ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

А. С. Воробей, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС-11м;

Д. І. Шибковський, аспірант;

Н. С. Педченко, д. е. н., професор професор кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Методичний підхід до інтегральної оцінки фінансового потенціалу підприємства спрямований на визначення рівня ефективності управління ним. Тому пропонуємо взяти за основу наступне визначення фінансового потенціалу як сукупність сформованих, постійно збагачуваних та оптимізованих до потреб розвитку фінансових ресурсів, наявних умов реалізації спроможностей розвитку, які опосередковуються структурою внутрішніх і зовнішніх зв'язків та безперервних процесів інноваційного оновлення (поширення нових знань, евристичних підходів, нестандартних рішень тощо) [3, с. 54]. Ця модель і буде покладено в основу інтегральної оцінки фінансового потенціалу ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен».

Взявши за онову такі показники як коефіцієнт автономії, коефіцієнт забезпеченості активів, коефіцієнт маневреності власними коштами, коефіцієнт абсолютної, швидкої та загальної ліквідності, рентабельність сукупних активів, власного капіталу та продаж, наведемо їх порогове значення для інтегральної оцінки фінансового потенціалу товариства.

Відповідно до отриманого інтегрального показника фінансового потенціалу підприємства відбувається інтерпретація та короткий опис діяльності підприємства відповідно до табл. 2.

Таблиця 1 – Показники інтегральної оцінки фінансового потенціалу товариства за фінансовими показниками [2]

Показник	Високий рівень ФП	Середній рівень ФП	Низький рівень ФП	Критичний рівень ФП
Коефіцієнт автономії	>0,5	0,25–0,5	0,1–0,25	<0,1
Коефіцієнт забезпеченості активів власними коштами	>0,1	0,025–0,05	0,01–0,025	<0,0
Коефіцієнт маневреності	>0,4	0,2–0,4	0,1–0,2	<0,1
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,3	0,1–0,2	0,05–0,1	<0,05
Коефіцієнт швидкої ліквідності	>0,7	0,5–0,7	0,3–0,5	<0,3
Коефіцієнт загальної ліквідності	>1,5	0,5–1	0,25–0,5	<0,25
Рентабельність сукупних активів	>0,1	0,05–0,1	0,025–0,05	<0,025
Рентабельність власного капіталу	>0,15	0,05–0,15	0,01–0,05	<0,01
Рентабельність продаж	>0,1	0,025–0,1	0,01–0,025	<0,01

Таблиця 2 – Характеристика рівнів фінансового потенціалу виробничих підприємств[2]

Рівень фінансового потенціалу підприємства	Коротка характеристика
Високий рівень фінансового потенціалу	Діяльність підприємства прибуткова, фінансове становище стабільне
Середній рівень фінансового потенціалу	Діяльність підприємства прибуткова, однак фінансова стабільність багато в чому залежить від змін зовнішньому та внутрішньому середовищі
Низький рівень фінансового потенціалу	Підприємство фінансово нестабільне
Критичний рівень фінансового потенціалу	Підприємство збиткове, фінансово нестабільне, близьке до банкрутства

Отже, проведемо оцінку сукупного рівня фінансового потенціалу ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2018–2020 роки за даною інтегральною методикою (табл. 3).

Таблиця 3 – Показники інтегральної оцінки фінансового потенціалу ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2018–2020 роки

Показник	2018 рік		2019 рік		2020 рік	
	абсолютне	бальне	абсолютне	бальне	абсолютне	бальне
Коефіцієнт автономії	0,554	4	0,634	4	0,631	4
Коефіцієнт забезпеченості активів власними коштами	–3,460	1	–2,664	1	–0,244	1
Коефіцієнт маневреності	–0,322	1	–0,254	1	–0,384	1
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,004	1	0,001	1	0,001	1
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,201	1	0,230	1	0,287	1
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,224	1	0,273	2	0,304	2
Рентабельність сукупних активів	0,012	1	0,007	1	0,002	1
Рентабельність власного капіталу	0,020	2	0,012	2	0,004	1
Рентабельність продаж	0,030	3	0,018	2	0,008	1
Інтегральний показник		15		15		13

Отримані значення інтегральних показників фінансового потенціалу ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» протягом 2018–2020 років зменшуються. Найбільше на зниження рівня фінансового потенціалу ПрАТ «Київська кондитер-

ська фабрика «Рошен» в 2020 році вплинули коефіцієнт маневреності та коефіцієнт забезпеченості власними коштами. Таким чином, підвищення фінансового потенціалу ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» в майбутньому періоді можливе при систематичній роботі товариства над:

- підвищенням рівня рентабельності товариства, а отже, і отриманого рівня прибутку;
- підвищення рівня ліквідності, що можливе через проведення політики забезпечення ефективної структури активів та відповідності до рівня поточних зобов'язань товариства;
- наявності власного оборотного капіталу.

Відзначимо, що ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» перевищило оптимально встановлене значення товариства-еталону з високим рівнем фінансового потенціалу протягом 2018–2020 років за показником автономії. Тому, головними позитивним чинником впливу на фінансовий потенціал ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» є висока вартість частка власного капіталу товариства.

Отже, розширення методичного інструментарію аналізу фінансового потенціалу товариства на основі використання інтегрального показника дала можливість не тільки визначити динаміку рівня фінансового потенціалу ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» за 2018–2020 роки, а і головні фактори позитивного і негативного впливу на його рівень для можливості подальшої розробки управлінських дій з метою підвищення як фінансового потенціалу товариства так і його фінансового становища.

Список використаних джерел

1. Гривківська О. В. Оцінка фінансового потенціалу санаторно-курортних підприємств туристично-рекреаційної галузі Вінницького регіону / О. В. Гривківська, І. І. Мельник // Економіка АПК. – 2010. – № 2. – С. 26–30.
2. Педченко Н. С. Наскрізне дослідження оцінки складу та оптимізації структури фінансового потенціалу підприємства / Н. С. Педченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Серія : Економічні науки. – 2014. – Вип. 6 – Ч. 5. – С. 54–57.

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ КОМПЛЕКСНОЇ ФІНАНСОВОЇ ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

І. Ф. Дерпач, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС-11м;

Н. С. Педченко, д. е. н., професор, професор кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Комплексна фінансова оцінка підприємства повинна відбуватися систематично та з використанням різноманітних методів, які в той же час враховують галузеву особливість діяльності підприємства, що досліджується. Це надасть змогу співставити та проаналізувати показники господарювання підприємства та зміни його фінансового стану як на певну дату так і протягом певного періоду, підвищуючи ефективність та якість проведеного аналізу, за рахунок достатності наявної інформації. Також, це уможливить критичну оцінку фінансових результатів діяльності підприємства як у статистиці за певний період, так і в динаміці – за ряд періодів надасть змогу визначити «больові точки» у фінансовій діяльності та способи ефективнішого використання фінансових ресурсів, їх раціонального розміщення [1, с. 40].

Комплексна фінансова оцінка підприємства є необхідним етапом для розробки управлінських рішень щодо поліпшення фінансового стану підприємства. Тому, на нашу думку, комплексний аналіз слід проводити як на основі результатів дослідження окремих факторів, таких як фінансова стійкість, платоспроможність, ліквідність, рентабельність та ділова активність, так і на основі інтегральних показників комплексного фінансового аналізу.

Комплексна фінансова оцінка підприємства передбачає аналіз майнового стану підприємства у напрямі забезпеченості підприємства основними засобами, оборотними активами та відповідними джерелами їх фінансування; аналіз капіталу у

напрямі ідентифікації фінансових ресурсів, якими володіє підприємство для здійснення своєї діяльності з метою отримання прибутку. Важливим напрямом є оцінка фінансової стійкості як здатності підприємства відповідати за своїми боргами й зобов'язаннями та нарощувати потенціал розвитку, результат його поточного, інвестиційного, фінансового розвитку. Комплексна фінансова оцінка підприємства включає обов'язково також ліквідність як визначення можливостей підприємства зі сплати заборгованості шляхом перетворення його майна на гроші; платоспроможність як ідентифікації рівня покриття підприємством позикового капіталу; прибутковість як аналіз співвідношення прибутку із вкладеним капіталом та ділової активності як визначення рівня ефективності використання наявних активів (майна), ресурсовіддачі, трансформації активів, ефективності використання капіталу [2, с. 51].

Узагальненням комплексної фінансової оцінки підприємства, на нашу думку, є використання методів ранжування та розрахунку інтегрального показника, що всебічно оцінює господарюючий суб'єкт та дає можливість підтвердити результати проведеного аналізу. На нашу думку, до даного напрямку дослідження відносяться наступні методи оцінки фінансового стану підприємства: метод сум; метод рангів; матричний метод; метод розрахунку інтегрованого показника фінансового стану підприємства.

Алгоритм розрахунку інтегрованого показника починається із визначення напрямів дослідження фінансового стану підприємства, на основі яких формується сукупність цільових показників (рис. 1).

Так, Білик М. Д. пропонує проводити комплексний фінансовий аналіз підприємства на основі наступної матриці, в якій сформована сукупність цільових показників, які з метою спрощення математичної обробки інформації згруповано в чотири групи за такими напрямками дослідження (табл. 1).

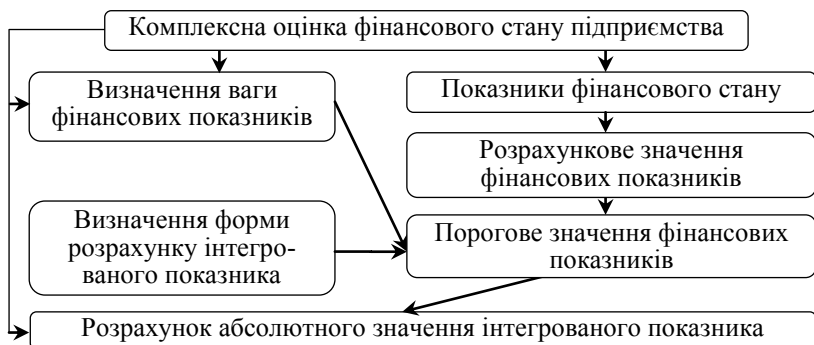


Рисунок 1 – Алгоритм розрахунку інтегрованого показника фінансового стану підприємства [3, с. 565]

Таблиця 1 – Сукупність цільових показників розрахунку інтегрованого показника фінансового стану

		Напрями дослідження			
		Ліквідність	Рентабельність	Ділова активність	Фінансова стійкість
Цільові показники	1 група	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Рентабельність підприємства, %	Загальний обіг капіталу	Коефіцієнт автономії
	2 група	Коефіцієнт швидкої ліквідності	Рентабельність продажу, %	Середній строк обороту кредиторської заборгованості, днів	Коефіцієнт структури залученого капіталу
	3 група	Коефіцієнт покриття загальний	Рентабельність основної діяльності, %	Середній строк обороту дебіторської заборгованості, днів	Співвідношення позикових та власних коштів
	4 група	Частка власних оборотних коштів у покритті запасів	Період окупності власного капіталу, роки	Обіг власного капіталу	Коефіцієнт маневреності власних коштів

Джерело: [3, с. 567].

Отже, проведення комплексного фінансового аналізу є невід'ємною частиною раціонального ведення господарства будь-якого суб'єкта господарювання та основою для отримання вихідної точки в цілеспрямованому впливі управлінської системи підприємства на ті чи інші сфери його діяльності для досягнення поставленої мети, цілей та місії підприємства.

Список використаних джерел

1. Педченко Н. С. Інтегральна оцінка ефективності та результативності управління фінансовими ресурсами підприємства / Н. С. Педченко, В. Ю. Стрілець, Л. С. Франко, А. О. Опанасюк // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2020. – № 3 (99). – С. 39–47.
2. Подольська О. В. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / О. В. Подольська, О. В. Яріш. – Київ : Центр навч. л-ри, 2007. – 488 с.
3. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / [Білик М. Д., Павловська О. В., Притуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю.]. – Київ : КНЕУ, 2007. – 592 с.

БОРГОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

О. Кіх, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, студентка магістратури;

А. Ю. Чорба, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, студентка 261 групи;

І. Р. Чуй, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу
Львівський торговельно-економічний університет

При аналізі боргової безпеки важливо враховувати швидкість нарощування державою зовнішнього боргу. У даному випадку мова йде про динаміку зміни відносних показників (до ВВП, до обсягів податкових надходжень бюджету чи експорту). Найкритичніший розрив між темпом росту зовнішнього державного боргу та ВВП спостерігався у 2021 році (рис. 1). Збільшення суми боргу на 6,5 % призвело до росту ВВП на 30,2 %.



Рисунок 1 – Динаміка ВВП і зовнішнього боргу, % до попереднього року (розраховано за: [1; 2])

У 2020 році маємо протилежну динаміку: при зростанні боргу на 9,8 % темп росту ВВП – 5,5 % (найнижче значення за досліджуваний період).

Для вітчизняної економіки період 2018–2020 рр. характеризувався уповільненням темпів зростання ВВП: із 119,3 % у 2018 р., до 111,7 % у 2019 р. та всього 109,8 % у 2020 р. При цьому після зниження темпів нарощення зовнішнього державного боргу у 2018 року протягом 2019 року відбулося зменшення суми боргу на 3 % або на 741 млн дол. США. 2020 рік – рік найглибшої за досліджуваний період фінансової кризи: дефіциту державного бюджету, недоотримання податкових надходжень через наслідки карантинних обмежень із-за світової пандемії Ковід-19, банкрутства багатьох підприємств готельно-ресторанної та туристичної сфер тощо.

Фактично державні запозичення спрямовувалися не на реформування економіки та інвестиції, і не на фінансування суспільних благ і поточних потреб у сфер освіти, науки, охорони здоров'я, а на виконання зовнішніх державних зобов'язань попередніх років. Більше того, в умовах подальшого нарощення зовнішніх запозичень, обслуговування боргу здійснювалося, частково за рахунок податкових надходжень Державного бюджету та залучення нових зовнішніх позик.

Динаміка дефіциту державного бюджету та зовнішнього державного боргу відображена на рис. 2. За період 2017–2021 рр. ВВП у гривневому еквіваленті збільшився на 83 %, за цей же період сума державного зовнішнього боргу зросла на 13,5 %.

Приріст же дефіциту державного бюджету за період склав чотири рази: із 47,882 млрд грн за 2017 рік до 198,8 млрд грн за 2021 рік.

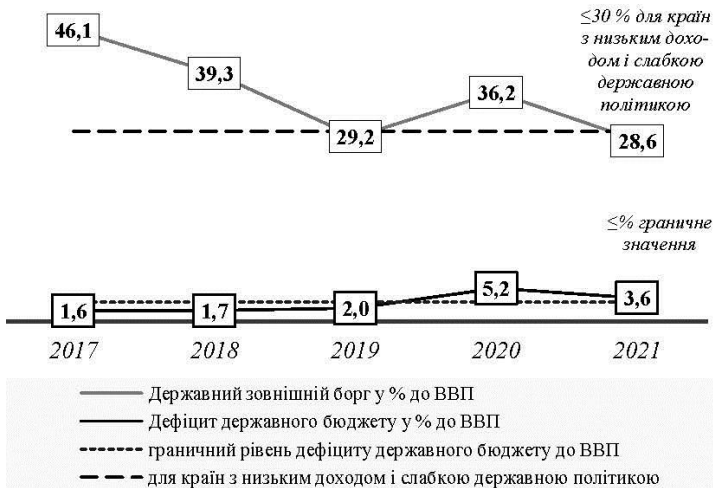


Рисунок 2 – Дефіцит державного бюджету та зовнішній державний борг України, % до ВВП (розраховано за: [1; 2])

Від початку 2018 року дефіцит державного бюджету набагато перевищує обсяг капіталовкладень держави. Це означає, що бюджетний дефіцит значною мірою використовувався не з метою фінансування інвестицій, а для того, щоб фінансувати поточні видатки. Відповідно, реальних інвестиційних джерел для погашення заборгованості в майбутньому в Україні не створювалося.

У даній ситуації достатньо невисокий рівень зовнішнього боргу у відсотках до ВВП не є переконливим аргументом на користь збільшення зовнішніх запозичень. Утримання рівня зовнішнього державного боргу Україною в оптимальних межах (40 % для країн ЄС та 30–50 % для країн з низьким доходом) не гарантує боргової безпеки. Найвищий рівень зовнішнього державного боргу в % до ВВП зареєстрований у 2020 році – 46,1 %; цього ж року спостерігався найнижчий рівень бюджетного дефіциту – 1,6 % до ВВП. У 2020 році за найвищого рівня бю-

джетного дефіциту (5,2 %) рівень зовнішнього державного боргу склав 36,2 %.

Через повномасштабне вторгнення Росії державний борг України збільшився. Попри мікрофінансову допомогу, яку надають іноземні країни, боргова політика України складна. Уряд розраховує на збільшення надходжень через розміщення ОВДП. Держава продовжує підтримувати бізнес та сприяти збільшенню робочих місць. На жаль точні прогнози, щодо державного боргу і його погашення ніхто не дасть. Україна, до вторгнення російської федерації, мала чітку стратегію управління державним боргом на середньострокову перспективу. Війна внесла корективи в політику держави, зокрема і в боргову.

Список використаних джерел

1. Статистика державного боргу. URL: <https://mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovanij-derzhavju-borg>.
2. Валовий внутрішній продукт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В. О. Колісник, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС-11м;

Н. С. Педченко, д. е. н., професор, перший проректор, професор кафедри фінансів та банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Основна мета планування прибутку підприємства – стратегічний напрямок із забезпечення зростання його суми і рівня, а також ефективний його розподіл за напрямками економічного розвитку. Згідно з визначеною метою об'єктом планування прибутку виступають як особливості формування прибутку підприємства в сучасних економічних умовах, так і його розподіл. Планування валового прибутку здійснюється за видами діяльності підприємства. У процесі планування прибутку враховуються усі фактори, що можуть впливати на фінансові результати.

Ефективність механізму планування прибутку має визначатись під час його прогнозування та розробки стратегічних напрямків.

Весь процес планування прибутку на підприємстві включає в себе шість етапів (рис. 1). зовнішніх можливостей і обмежень підприємства, внутрішніх можливостей і обмежень підприємства, схильності до ризику.



Рисунок 1 – Узагальнений процес планування прибутку підприємства [1]

Дослідження практики планування прибутку на підприємствах та узагальнення результатів наукових досліджень дали змогу нам запропонувати структурно-логічну схему планування прибутку підприємства (рис. 2).

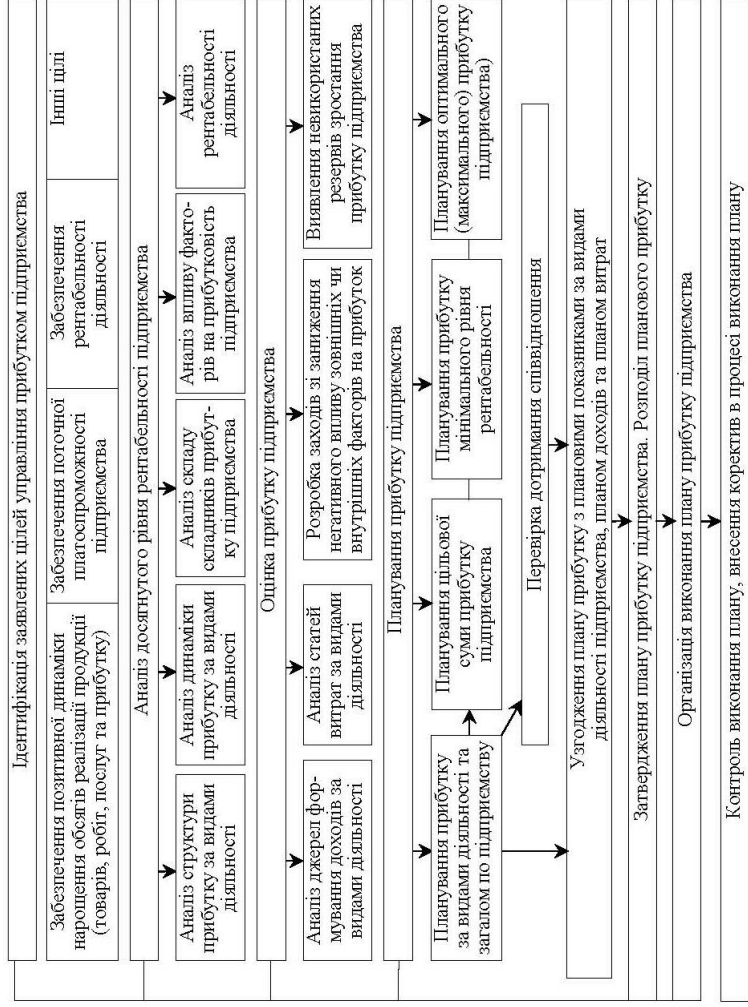


Рисунок 2 – Структурно-логічна схема планування прибутку підприємства [2]

Планування прибутку підприємства повинно базуватися на аналізі та оцінці досягнутих фінансових результатів. При цьому аналіз повинен бути спрямованим на виявлення явних та неявних ризиків, що можуть або впливають на діяльність підприємства. Відмітимо, що запропонована схема планування застосовується для обґрунтування оптимальних варіантів, які є найбільш прийнятними з точки зору формування доходів, економії видатків та забезпечення рентабельності підприємства. Разом з тим цю схему пропонується використовувати для обґрунтування декількох варіантів одного економічного рішення, тобто різних сценаріїв, а не обґрунтування альтернативних варіантів здійснення господарської діяльності. Це, у свою чергу, обмежує застосування даного методу і зменшує диверсифікованість економічного планування в розрізі складання і виконання планів з формування прибутку.

Система цілей підприємства залежить від п'яти компонентів: Щоб усебічно оцінити результативність того чи іншого заходу, того чи іншого управлінського рішення, необхідно з'ясувати, як змінилися чи зміняться у зв'язку з його проведенням основні показники господарської діяльності: обсяг виробництва і реалізації продукції, її собівартість, прибуток, рентабельність та фінансовий стан підприємства загалом.

Проведення того чи іншого заходу може бути ефективним з точки зору зростання виробництва продукції, але при цьому може підвищитися її собівартість, знизитися прибуток і рівень рентабельності, що для підприємства і суспільства в цілому буде не вигідним. Тому перш ніж запроваджувати визначений захід необхідно всебічно проаналізувати та оцінити його.

Отже, об'єктом планування прибутку є обсяг реалізації, рівень цін та цінова політика підприємства, операційні витрати підприємства. Суб'єктами при плануванні прибутку є фахівці з фінансів або економіки та керівник підприємства. Планування фінансових результатів господарської діяльності проводиться на основі планів по прибутку, що розробляються на рік. Прогнозування доходів і формування прибутку відбувається експертним шляхом, без використання моделей і методів прогнозування, що обмежує ефективність використання прогнозів для розробки та реалізації фінансових планів.

Таким чином, на планування прибутку підприємства значний вплив здійснює наявний високий рівень витрат на одиницю виробленої продукції, робіт, високий рівень адміністративних, інших операційних та фінансових витрат, при можливості їх оптимізації та зниження створиться можливість прибуткової діяльності підприємства в майбутньому, що є позитивним.

Список використаних джерел

1. Подольська О. В. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / О. В. Подольська, О. В. Яріш. – Київ : Центр навч. л-ри, 2007. – 488 с.
2. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / [Білик М. Д., Павловська О. В., Притуляк Н. М., Невмержицька Н. Ю.]. – Київ : КНЕУ, 2007. – 592 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

***В. І. Макаренко**, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКм-21;*

***А. М. Соколова**, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Ринок страхування життя як одна з основних підгалузей ринку особистого страхування та відокремлена галузь страхування може підвищити ефективність функціонування фінансового сектору національної економіки та пришвидшити її розвиток. На світовому страховому ринку компанії зі страхування життя (life) відіграють значну роль у діяльності як страхового, так і фінансового ринку, а також сприяють підвищенню економічного зростання та інвестиційного клімату країни.

Світовий страховий ринок має нерівномірний розвиток, що спричинено економічним розвитком країн. Розглядаючи світовий страховий ринок з огляду на його поділ за спеціалізацією страховика: на life та non-life за ТОП-10 країн – лідерів страхового світового ринку і включаючи Україну, то вітчизняний ринок страхування життя є нерозвиненим взагалі (табл. 1).

На світовому ринку страхових послуг, у ТОП-10 країн за обсягами страхових премій за спеціалізацією страховика, окрім США, Німеччини і Канади, обсяг страхових премій «Life», перевищує обсяг «Nonlife». Варто звернути увагу на частку «Life» страхових премій у світовому страховому ринку, показник підтверджує низький відсоток розвитку даного виду страхування в Україні – 0,01 % порівняно з 22,6 % у 2020 р. у США.

Таблиця 1 – ТОП-10 країн за обсягами страхових премій за спеціалізацією страховика і України, 2019–2020 рр., млн дол. США, складено автором за [1]

Країни	«Life» обсяг страхових премій		«Nonlife» обсяг страхових премій)		Частка «Life» страхових премій у світовому страховому ринку, %	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
США	628,5	632,9	1,831,6	1,897,9	39,1	22,62
Китай	329,4	347,5	287,9	308,3	9,81	12,42
Японія	341,3	294,5	118,0	120,3	7,3	10,53
Велико-британія	264,2	238,9	102,0	99,4	5,82	8,54
Франція	167,6	136,6	94,7	94,7	4,17	4,88
Німеччина	101,6	106,6	142,3	151,9	3,88	3,81
Півд. Корея	94,5	106,1	80,0	87,6	2,77	3,79
Італія	124,1	118,6	43,7	43,4	2,67	4,24
Канада	53,3	58,2	79,8	85,2	2,12	2,08
Тайвань	97,4	91,2	20,4	22,6	1,87	3,26
України	0,8	0,2	1,9	2,0	0,01	0,01

Станом на 31.12.2021 р. у Державному реєстрі фінансових установ України зареєстровано 155 страхові компанії (табл. 2). У 2016 році загальна кількість страхових компаній становила 310, у тому числі страхові компанії (далі – СК) «life» – 39 компаній, СК «non-life» – 271 компанія. У 2020 році загальна кількість страхових компаній становила 210, у тому числі СК «life» – 20 компаній, СК «non-life» – 190 компаній. У 2021 році загальна кількість страхових компаній становила 155, у тому числі СК «life» – 13 компанії, СК «non-life» – 142 компанії.

Таблиця 2 – Динаміка кількості страхових компаній України за 2016–2021 рр., од., складено автором на основі джерела [2; 3]

Фінансові установи	Роки						Динаміка 2021 р. від 2016 р., %	Відхилення 2021 р. від 2016 р., (±)
	2016	2017	2018	2019	2020	2021		
Страхові компанії	310	294	218	233	210	155	50,0	–155
в т. ч. non-life	271	261	251	210	190	142	52,4	–129
life	39	33	30	23	20	13	33,3	–26

За 2021 рік порівняно з 2016 роком, кількість компаній зменшилася на 155, а в порівнянні з 2019 роком, скоротилася на 55 СК. За період 2021 року частка СК «life» складала 8,4 %, в 2019 році – 9,5 %, в 2016 році – 12,6 %. За період 2021 року частка СК «non-life» складала 91,6 %, в 2020 році – 90,5 %, в 2016 році – 87,4 %. Кількість страхових компаній за період 2016–2021 років скоротилася внаслідок анулювання Національним банком України ліцензій страховиків, через відсутність страхових зобов'язань і діючих договорів страхування.

Основними проблемами розвитку особистого страхування життя в Україні є: неефективне податкове стимулювання фізичних і юридичних осіб, що використовують даний вид страхування; низька купівельна спроможність населення; недостатній рівень страхової культури; на ринку переважно функціонують великі іноземні компанії, доходи яких виводяться з української економіки за межі держави, мала частка компаній, які використовують інструменти цифровізації: страхування від кіберризиків; блокчейн у страховому бізнесі; розробка ІТ-рішень на ринку страхових послуг – Insuretech; робо-едвайзер; P2P-страхування і мікрострахування тощо.

Перспективами розвитку ринку страхування життя України є: підвищення страхової грамотності та культкри страхування серед громадян; розширення переліку професій, що підлягають

обов'язковому страхуванню життя; запровадження обов'язкове страхування життя військовослужбовців, медиків, волонтерів та учасників антитерористичної операції та військових дій; збільшення видів страхових випадків; застосування переваг цифровізації, зокрема можливість укладання угод через Інтернет тощо.

Список використаних джерел

1. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг // Інформація про стан і розвиток страхового ринку України. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html>.
2. Національний банк України: офіційне інтернет-представництво [Електронний ресурс]. URL: <https://www.bank.gov.ua/>
3. World Insurance: the recovery gains pace (2021). Sigma, 3. Retrieved from: <https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2021-03.html>.

КІБЕРСТРАХУВАННЯ: ПЕРСПЕКТИВНА МОЖЛИВІСТЬ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

К. С. Муренко, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКм-21 (С-м);

А. М. Соколова, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

У житті розвиненого суспільства страховий ринок відіграє значну роль, оскільки його основною метою є забезпечити людину від непередбачуваних подій – ризиків. Звичайно, страховий ринок не забезпечує абсолютну ануляцію ризикових подій, проте він надає захист та сприяє пом'якшенню та зменшенню негативної сили впливу від них на індивіда.

Враховуючи фактори еволюції людства, класифікацію страхування за історичною ознакою, яка пов'язана з виділенням етапів розвитку і появою тих чи інших видів страхування, на нашу думку, її доцільно доповнити новим етапом розвитку і виникненням нового пункту даної класифікаційної ознаки – це страхування від кіберризиків (рис. 1).

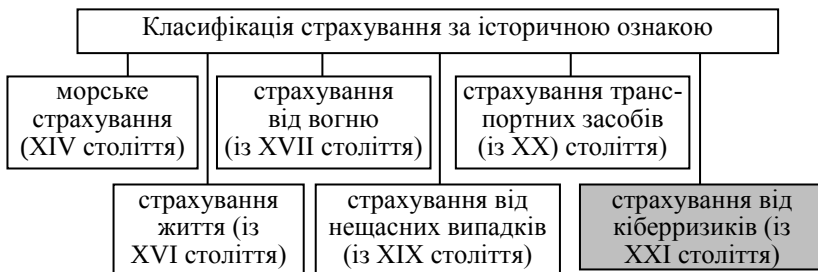


Рисунок 1 – Класифікація страхування за історичною ознакою, доопрацьовано автором на основі джерела [1]

Цифрова трансформація сьогодні набуває все більшої актуальності для бізнес-моделей і на фінансовому та страховому ринках [2; 3], а зокрема спонукає до виникнення нових видів страхових послуг за вимогами соціально-економічної потреби сучасного суспільства.

Світовий досвід інвестування в InsureTech для України є показовим (рис. 2). За обсягами інвестицій в світовій економіці в InsurTech за 2020 р. зафіксовано найбільший рівень вкладень за всю історію, незважаючи на економічну невизначеність, спричинену COVID-19. Компанії InsurTech в 2020 р. порівняно з 2019 р. зібрали на 3,16 % більше і становили 6,2 млрд дол. США. Загальновкладений капітал збільшився наприкінці 2020 р. за рівнем CAGR на 38,4 % з 1,7 млрд дол. США у 2016 р. до понад 6,2 млрд дол. США. Кількість угод у 2020 р. зросла до 323, тобто на 18,8 % порівняно 2019 р.

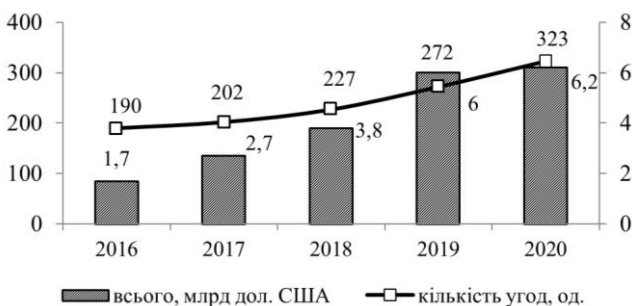


Рисунок 2 – Показники світового інвестування в InsureTech за 2016–2020 рр., [4]

Масштабне використання цифрових технологій у будь-якій сфері економіки несе в собі високі ризики кібервтручання. Тому, принципом Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України є [5] теза, що цифровізація повинна супроводжуватися підвищенням рівня довіри і безпеки. Інформаційна безпека, кібербезпека, захист персональних даних, недоторканність особистого життя та прав користувачів цифрових технологій, зміцнення та захист довіри у кіберпросторі є, зокрема, передумовами одночасного цифрового розвитку та відповідного попередження, усунення та управління супутніми ризиками.

Враховуючи світовий досвід, наша країна обрала правильний вектор в зазначеному напрямі, оскільки, за 2015–2020 рр. кількість зареєстрованих кібератак у світі збільшилася на 42,4 % [6]. Так, для прикладу, у 2019 р. у США середня сума втрат від кібератак склала 8,1 млн дол., що на 39 % більше, ніж у 2015 р. (рис. 3). Поряд з цим спостерігається зростання обсягу страхових премій на послуги кіберстрахування у світі, що свідчить про перспективність кіберстрахування у розвитку страхового ринку України.



Рисунок 3 – Динаміка обсягів світових страхових премій та середньої суми втрат організації у США внаслідок кібератак за 2015–2019 рр., складено автором на основі джерел [6; 7]

Таким чином, сприяння розвитку кіберстрахування на страховому ринку України в умовах цифровізації є очевидною перспективою його розвитку, що забезпечуватиме реалізацію ефективного затребуваного засобу інформаційної безпеки від кіберзагроз, що є визначальним фактором безпечного функціонування національної економіки

Список використаних джерел

1. Вовчак О. Д. Страхова справа : підручник / О. Д. Вовчак. – Київ : Знання, 2011. – 391 с.
2. Choon Y. T., Schulte P. & Chuen D. LEE K. (2017) Chapter 11 – InsurTech and FinTech: Banking and Insurance Enablement. Handbook of Blockchain, Digital Finance, and Inclusion, Vol. 1: Cryptocurrency, FinTech, InsurTech, and Regulation Edited by: David Lee Kuo Chuen and Robert Deng Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-810441-5.00011-7>.
3. Eckert C. & Osterrieder K. (2020). How digitalization affects insurance companies: overview and use cases of digital technologies. Zeitschrift für die gesamte Versicherungswissenschaft. <https://doi.org/10.1007/s12297-020-00475-9>.
4. FinTech Global. Global InsurTech funding set a new record in 2020 led by large deals in the United States. (2021) February 3. <https://member.fintech.global/2021/02/03/global-insurtech-funding-set-a-new-record-in-2020-led-by-large-deals-in-the-united-states>.
5. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : Закон України від 17.01.2018 № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#n13>.
6. Statista: Average cost per data breach in the United States 2006–2020 (2021). URL: <https://www.statista.com/statistics/273575/average-organizational-cost-incurred-by-a-data-breach/>
7. Statista: Estimated value of cyber insurance premiums written worldwide from 2014 to 2020 (2021). URL: <https://www.statista.com/statistics/533314/estimated-cyber-insurance-premiums/>

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

І. В. Пузаненко, спеціальність Фінанси, банківська справа і страхування, група ФК-21 м;

О. В. Гасій, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Складні умови функціонування, в яких опинилися вітчизняні суб'єкти підприємництва, негативно позначаються на фінансових показниках їх діяльності. Тому важливими є питання, пов'язані з забезпеченням сталого розвитку підприємств як ключо-

вого елемента економіки, пошуком шляхів удосконалення системи управління фінансовою безпекою, яка забезпечить належний рівень захисту негативного зовнішнього впливу та створить базис для коригування траєкторії розвитку на довгострокову перспективу.

Основні наукові підходи до визначення сутності фінансової безпеки підприємства такі [1–3]:

- фінансова безпека підприємства – складова більш широкої системи – економічної безпеки;

- фінансова безпека підприємства – це така характерна для підприємства властивість, що виражає рівень його захищеності;

- фінансова безпека підприємства – величина стану, за якого забезпечується захищеність фінансових інтересів підприємства;

- фінансова безпека підприємства – здатність до ефективного управління підприємством через реалізацію фінансової стратегії;

- фінансова безпека підприємства – збалансована система фінансових показників фінансового розвитку підприємства;

- фінансова безпека підприємства – робота з управління ризиками в умовах змін.

Характеристиками фінансової безпеки підприємства є [1]:

- головний елемент більш широкої системи – економічної безпеки підприємства;

- сукупність кількісних і якісних показників, що характеризують фінансовий стан підприємства, й, як результат – визначає рівень фінансової захищеності підприємства;

- ідентифікована система реальних і потенційних загроз зовнішнього та внутрішнього середовища фінансовим інтересам підприємства;

- система, яка забезпечує стабільність ключових фінансових пропорцій розвитку підприємства, що формують захищеність його фінансових інтересів;

- сукупність передумов стабільного розвитку підприємства.

На нашу думку, враховуючи вищенаведене, фінансова безпека підприємства – це багатоаспектне поняття. Його прояв для кожного окремого підприємства має вивчатися з точки зору управління через аналіз зміни під впливом чинників зовнішнього і внутрішнього середовища фінансових показників. Основні чинники, які впливають на фінансову безпеку підприємства, наведені на рис. 1.

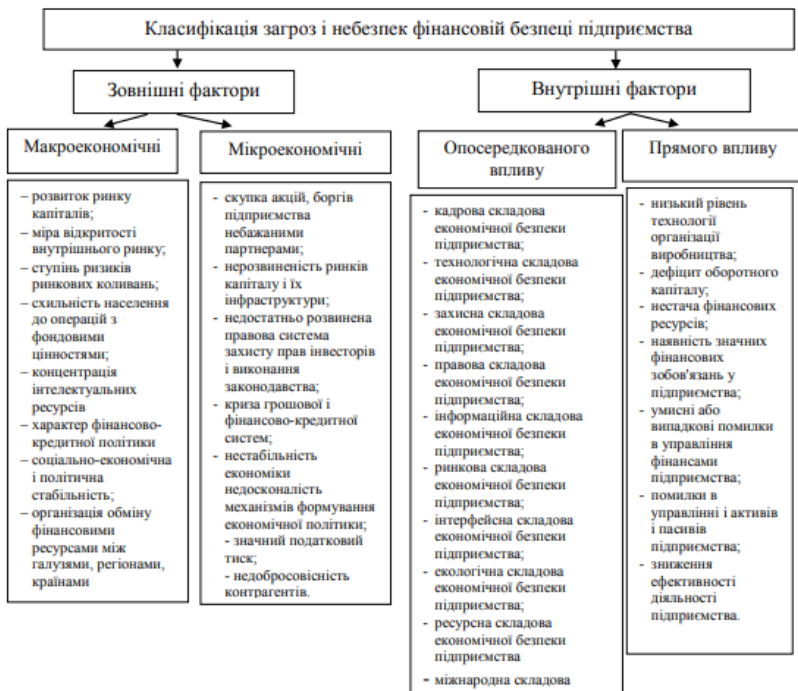


Рисунок 1 – Чинники впливу на фінансову безпеку підприємства [4]

Таким чином, фінансова безпека підприємства – це система взаємопов'язаних елементів, від взаємодії яких залежить його стійкість до банкрутства та збереження рівноваги та поточний момент та на перспективу.

Список використаних джерел

1. Кузенко Т. Б., Сабліна Н. В. Фінансова безпека підприємства. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 123 с.
2. Мельник С. І. Управління фінансовою безпекою підприємств: теорія, методологія, практика. Львів : Растр-7, 2020. 384 с.
3. Нонік В. В., Сергійчук М. Д. Сутність фінансової безпеки та фактори її забезпечення. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/04/218.pdf>.

4. Яременко О. Ф. Класифікація чинників фінансової безпеки промислових підприємств. Наукові записки. Серія «Економіка». Вип. 16. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/158347325.pdf>.

ЗАСТОСУВАННЯ SWOT-АНАЛІЗУ ДЛЯ РОЗРОБКИ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ГЛОБІНСЬКИЙ МЯСОКОМБІНАТ»

А. А. Репало, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКМ-21;

Г. М. Сидоренко-Мельник, к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Нестабільність зовнішнього бізнес-середовища, загострення проблем внутрішнього характеру, поява форс-мажорних ситуацій та посилення негативного впливу фінансових ризиків викликають нагальну потребу у пошуку ефективних інструментів фінансового менеджменту українських підприємств. При цьому стратегічна складова фінансового управління ні в якій мірі не виходить на другий план, адже саме фінансова стратегія окреслює для підприємства перспективні пріоритети фінансового розвитку в ув'язці з наявними та реально можливими для залучення фінансовими ресурсами. Слід зважати й на те, що фінансове становище формується під впливом змін в конкурентній позиції серед інших гравців на ринку.

Виважена оцінка чинників зовнішнього та внутрішнього середовища та розробка альтернативних сценаріїв стратегічної поведінки у конкурентному просторі може бути зроблена за допомогою застосування SWOT-аналізу.

Висвітлення в науковій літературі його можливостей представлено досить широко, адже хронологія налічує понад 50 років. Останніми роками дослідження набули «свіжого подиху». Так, праці таких українських науковців, як Багорка М. О., Білоткач І. А., Кучер В. А., Синельник Л. С., Сухарев П. Н., Григоренко А. С., Носова Л. В. містять дослідження конкурентоспроможності як основи для розробки перспективних планів економічної поведінки суб'єкта господарювання в конкурентному середовищі та дотичні до фінансової сфери (фінансовий потенціал, платоспроможність, фінансова стійкість).

Таблиця 1 – Зведена матриця SWOT-аналізу повторюваних показників
ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат»

Фактори зовнішнього бізнес-середовища		Можливості	Загрози
Внутрішні фактори впливу на фінансовий стан підприємства		1. Включення у вертикально інтегровану структуру групи компаній «Глобіно». 2. Максимальна вибірка власної сировинної бази. 3. Вдосконалення системи виробництва, автоматизації та проектування. 4. Запровадження інтегральної системи фінансового планування. 5. Подолання дефіциту власних оборотних коштів	1. Значна вартість кредитів. 2. Нові конкуренти та ймовірність втрати частки ринку через конкурентний тиск. 3. Інфляційні очікування. 4. Здороження ресурсів для виробництва через підвищення цін постачальників. 5. Зниження платоспроможного попиту покупців. 6. Розрив сталих логістичних зв'язків
Сильні сторони	1. Входить до великої корпорації «Глобіно».	Поле СлМж (сильні сторони/можливості)	Поле СлЗг (сильні сторони/загрози)
	2. Стабільний ріст обсягів чистого доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг.		
	3. Багаторічний досвід роботи на ринку (з 1998 року).		
Слабкі сторони	4. Відомий та впізнаний бренд «Глобіно».	Поле СлМж (слабкі сторони/можливості)	Поле СлЗг (слабкі сторони/загрози)
	5. Міцна конструкторська та матеріальна база.		
	6. Наявність власної дистрибуторської мережі		
1. Значний рівень зносу основних засобів. 2. Ресурсозалежність виробництва. 3. Висока собівартість продукції. 4. Обмежена диверсифікація продукції. 5. Високий рівень податкового навантаження. 6. Відносно слабкий фінансовий потенціал підприємства		Поле СлМж (слабкі сторони/можливості)	Поле СлЗг (слабкі сторони/загрози)
		Сл1-Мж1; Сл1-Мж2; Сл1-Мж4; Сл2-Мж2; Сл4-Мж5; Сл5-Мж3; Сл5-Мж1; Сл6-Мж1.	Сл1-Зг1; Сл2-Зг3; Сл3-Зг2; Сл4-Зг5; Сл5-Зг4; Сл6-Зг5
		Сл1-Мж1; Сл2-Мж2, Сл3-Мж1; Сл4-Мж3; Сл6-Мж5	Сл1-Зг1; Сл2-Зг4; Сл3-Зг3; Сл4-Зг2; Сл6-Зг5; Сл6-Зг6

З метою розробки фінансової стратегії ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат», а також чинників, які можуть вплинути на конкурентні позиції на внутрішньому та зовнішніх ринках збуту у майбутньому, нами здійснено аналіз показників фінансової звітності за 2019–2021 роки з використанням матричного методу SWOT-аналізу (табл. 1).

Слід відмітити, що матриця SWOT-аналізу – це спеціальна форма, яка не містить остаточної інформації для використання у якості бази для прийняття стратегічних та тактичних рішень. Є скоріш творчим інструментом віддзеркалення експертних оцінок та оціночних позицій.

У матриці представлені групи факторів зовнішнього та внутрішнього впливу, на їх перетинах сформовано поля, для яких характерними є певні комбінації. В свою чергу, на них слід зважати в ході розробки фінансової стратегії підприємства [1, 2].

Поле «сильні сторони/можливості» (СиМж) є найбільш сприятливим для ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат», що дозволяло використовувати сильні сторони для отримання віддачі від наявних фінансових можливостей, реалізуючи основну стратегію ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» протягом останніх трьох років. Поле «слабкі сторони/можливості» (СлМж) формує потенціал подолання за рахунок можливостей слабких вад. Є основою стратегії, що базується на внутрішніх перетвореннях. Фінансову стратегію потенційних переваг утворює комбінація «сильні сторони/загрози» (СиЗг). Окреслити обмеження стратегічного розвитку, які викликаються слабкими сторонами та потенційними загрозами, в т. ч. фінансового характеру, дозволяє поле «слабкі сторони/загрози» (СлЗг).

На наступному етапі виокремлені контури загальної фінансової стратегії ТОВ «Глобинський м'ясокомбінат» повинні бути деталізовані в оперативному фінансовому плануванні, а саме, через реалізацію фінансової тактики.

Список використаних джерел

1. Багорка М. О., Білоткач І. А. SWOT-аналіз як основа формування маркетингових стратегій підприємств. Економіка АПК. 2010. № 6. С. 17–23.

2. Носонова Л. В. Застосування SWOT-аналізу для визначення конкурентоспроможності АТ «Сумський завод «Насосенергомаш». Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 4. С. 506–512.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

Г. А. Тотоєску, спеціальність Фінанси, банківська справа та страхування, група ФК-21;

О. В. Яріш, к. е. н., доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Песимістичні прогнози щодо зміни ринкової вартості бізнесу в сучасних реаліях надають підстави для пошуку можливостей зміцнення фінансової бази підприємства, відновлення його прибутковості та збільшення очікуваних надходжень у прогнозованому періоді.

Наразі керівництву вітчизняних підприємств необхідно зосередити увагу на питаннях попередження зниження вартості їх бізнесу у найближчі роки та створення умов для її максимізації. Відтак, управлінські рішення щодо здійснення фінансово-господарської діяльності мають бути вартісно орієнтованими. Це означає, що дії керівництва підприємства мають бути спрямовані на покращення чинників, що впливають на формування вартості бізнесу

Програма заходів щодо підвищення вартості бізнесу має передбачати такі управлінські рішення, які забезпечуватимуть попередження деструктивних тенденцій розвитку та послаблення впливу кризових проявів у вітчизняній економіці в умовах воєнного стану на фінансовий стан і параметри формування вартості підприємства.

Вирішення зазначеного завдання розпочинається на оперативному рівні. Саме тому доцільний комплекс управлінських заходів щодо підвищення ринкової вартості бізнесу в умовах воєнного стану, спрямований на покращення цільових фінансових показників підприємства, як показано на рисунку рис. 1.

Для зміцнення фінансового потенціалу та попередження різкого зниження вартості бізнесу підприємства в перспективі доцільно запровадити антикризову програму його розвитку, в якій буде затверджено комплекс ефективних та взаємопов'язаних заходів щодо розв'язання вже наявних та попередження можливих проблем фінансово-господарської діяльності, що в перспективі негативно вплинуть на вартість бізнесу.



Рисунок 1 – Основні напрями підвищення вартості бізнесу в умовах воєнного стану

У межах антикризової програми заходи щодо покращення фінансового стану і збільшення вартості підприємства бізнесу в умовах воєнного стану доцільно здійснювати за трьома напрямами:

1. Збільшення продажів.
2. Реструктуризація активів і пасивів.
3. Жорстке планування грошових надходжень і виплат.

Список використаних джерел

1. Воронін А. В. Системний підхід до управління вартістю підприємства. Економіка і організація управління. 2016, № 3 (23). С. 148–155.
2. Дейнека О. В., Дехтяр Н. А. Пігуль Є. І. Актуальні питання управління вартістю підприємства. Економіка і суспільство. 2017, № 12. С. 240–245.
3. Козенкова В. Д. Оцінка та моделювання вартості промислового підприємства. Економічний вісник Національного гірничого університету, 2018, №3 (63). С. 157–168.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ НЕЮ

А. М. Ягольник, спеціальність *Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКм-21*;

Г. М. Сидоренко-Мельник, к. е. н., доцент, доцент кафедри *фінансів та банківської справи*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Фінансова безпека підприємства є функціональною складовою економічної безпеки підприємства і відображає такий рівень стійкості його фінансового стану, який дозволяє забезпечити захист пріоритетних фінансових інтересів, пов'язаних з реалізацією прийнятої стратегії і досягненням цільових конкурентних позицій в умовах дії зовнішніх і внутрішніх загроз [1, с. 12].

У сучасній економіці однією з найпоширеніших причин виникнення фінансової кризи на підприємстві є відсутність ефективного механізму управління фінансовою безпекою. У зв'язку з цим розробка, впровадження та постійне вдосконалення механізмів управління фінансовою безпекою є необхідним для покращення діяльності підприємства.

Сутність управління фінансовою безпекою виявляється в його функціях. Вихідною функцією управління фінансовою без-

пекою підприємства є забезпечення фінансової безпеки підприємства, яка поєднує в собі систему похідних управлінських функцій, що описується параметрами часу, сферою фінансової діяльності та фазою (етапом) процесу [2, с. 618].

Схематично забезпечення фінансової безпеки підприємства як функції управління нею наведено на рис. 1.



Рисунок 1 – Зміст функції забезпечення фінансової безпеки підприємства

Розглянемо більш детально функції процесу управління.

Моніторинг – спостереження параметрів фінансової безпеки підприємства. Підприємство потребує постійного моніторингу стану фінансової безпеки як в процесі стратегічних перетворень, так і у поточній діяльності, так як стан («здоров'я») суб'єктів господарювання має контролюватися на постійній основі, оскільки тільки за такої умови можливим є збереження досягнутого рівня розвитку.

Діагностика – оцінка фінансового стану підприємства з метою виявлення ознак настання фінансових небезпек. Важливим є, що саме завдяки запровадженню системи діагностування, підприємство спроможне забезпечити зворотній зв'язок в процесі реалізації управлінських рішень.

Планування – процес формування стратегії і тактики забезпечення фінансової безпеки підприємства і їх практичної реалізації. У ході планування відбувається всебічна оцінка загроз для стійкого функціонування і розвитку підприємства, оцінюються ресурси підприємства, необхідні для нейтралізації загроз, здійснюється вибір найбільш ефективних напрямів їхнього використання.

Прогнозування – це розробка на тривалу перспективу змін фінансового стану в цілому і його різних частин в умовах дії зовнішніх і внутрішніх загроз.

Організація зводиться до створення організаційної структури служби фінансової безпеки, визначення положень, прав, обов'язків і відповідальності працівників підприємства з питань забезпечення фінансової безпеки.

Регулювання припускає своєчасне формування компенсаційних механізмів забезпечення фінансової безпеки підприємства у випадку виникнення нових зовнішніх і внутрішніх загроз стійкого функціонування і розвитку його фінансової системи [3].

Під стимулюванням розуміється створення системи стимулів і заохочень для фінансових менеджерів за прийняття ефективних управлінських рішень у сфері забезпечення фінансової безпеки і системи санкцій за неспроможність їхніх дій.

Контроль зводиться до перевірки організації виконання планів.

Таким чином, процес управління фінансовою безпекою підприємства і, зокрема, стратегічне планування і прогнозування фінансової безпеки підприємства, базується на комплексі організаційних, інформаційних, правових, економічних механізмів, під якими розуміється сукупність елементів, що визначають порядок розробки і реалізації управлінських рішень із забезпечення захисту пріоритетних фінансових інтересів підприємства від різних загроз.

Список використаних джерел

1. Кузенко Т. Б., Сабліна Н. В. Фінансова безпека підприємства : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 123 с.
2. Погрішук Г. Б., Мацедонська Н. В. Управління фінансовою безпекою підприємства в сучасних умовах. Економіка і суспільство. 2017. Випуск 12. С. 618–621.
3. Гончарук В. М., Гаєвська Л. М. Механізм управління фінансово-економічною безпекою підприємства та його основні складові. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/01/17.pdf> (дата звернення: 28.10.2022).

СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

К. І. Яковець, спеціальність *Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКм-21*;

Г. М. Сидоренко-Мельник, к. е. н., доцент, доцент кафедри *фінансів та банківської справи*

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасна практика світового та національного економічного розвитку окреслює перед підприємствами реального сектору економіки актуальні виклики стосовно розробки нових теоретико-методологічних підходів та прикладного методичного інструментарію для подолання складних фінансових проблем на різних ієрархічних рівнях. При цьому на перший план виходить зміцнення фінансового потенціалу українських підприємств як визначального і стабілізуючого чинника розвитку та гаранту економічного зростання в державі.

Найбільш відомими розробками, присвяченими проблемам фінансового потенціалу підприємств, є праці І. Бланка, П. Єгорова, О. Мельник, В. Кивачука, О. Кузьміна, Н. Сабліної, В. Савчука, Ю. Сердюк-Копчекчі, Р. Толпежнікова, В. Чобітка та інших учених. Однак ряд питань вимагають нового осмислення та вирішення в теорії і практиці фінансового менеджменту.

Для того, щоб процес управління фінансовим потенціалом підприємства був ефективним, необхідно, щоб у кожного учас-

ника цього процесу склалось виважене розуміння сутності та змісту категорії «фінансовий потенціал» підприємства. Наголошуємо, що вирішення даного питання має не лише науковий аспект, а й прикладне значення.

З латинської «*potentia*» – приховані можливості рухаємось у бік розвитку, адже можливості з потенційних можуть стати реальними за умов адаптації до швидкоплинних змін та максимальної вибірки фінансових можливостей. Спираючись на опрацьовані наукові першоджерела, вважаємо що потенціал представляє собою двокомпонентну величину, яка включає об'єктивну (ресурсну) і суб'єктивну (компетенції і здатності працівників щодо використання ресурсів) сторони.

Тлумачення «фінансового потенціалу» широко використовуються, але відмітимо, що вони є досить різними за змістовним навантаженням.

В. Бикова та Ю. Ряснянський характеризують фінансовий потенціал як рушійну силу, необхідну для трансформації сконцентрованих на підприємстві ресурсів із статичного стану в динамічний, що забезпечує максимально ефективну реалізацію цілей та напрямів розвитку підприємства [1]. На наш погляд, недоліком є відсутність акценту на дії зовнішніх факторів розвитку підприємства.

Досить часто зустрічаємо типове трактування як сукупності фінансових спроможностей і можливостей підприємства [2]. Під спроможністю розуміють фінансові ресурси, під фінансовими можливостями – напрями використання. Вади цього трактування в відсутності акцентування на критеріях ефективності залучення, розподілу та використання фінансових ресурсів. На наш погляд, дотримання саме критерію ефективності дає змогу отримати виважену оцінку потенціалу як такого.

Наявний у підприємства фінансовий потенціал досить часто ототожнюють з поточним фінансовим станом, а саме відсутня увага до перспективної складової. Критично не погоджуємось, адже можливості вже у змісті містять проекцію на майбутнє.

Слід зауважити, що наявне у науковому дискурсі розмаїття уявлень про фінансовий потенціал підприємств можна згрупу-

вати за трьома напрямками. Підходи, які представлені в науковій літературі, це: ресурсний (Ільїна К. М., Толстих Н. П., Кунцевич О. В., Давиденко І. О., Брегін М. М.); результативний (Ковальов А. П., Пасенко А. П., Бикова О. М.); функціональний (Стецюк В. М.).

Враховуючи специфіку фінансового потенціалу підприємства, вважаємо за доцільне розглядати його як сукупність взаємопов'язаних та взаємодоповнюючих складових, що створюють можливість для досягнення запланованих фінансових результатів у поточному періоді та майбутньому.

Тобто, фінансовий потенціал – сукупність фінансових ресурсів у розпорядженні підприємства, а також можливість, здатність та необхідність їх простого і розширеного відтворення з метою забезпечення стійкого, динамічного та збалансованого розвитку підприємства.

Відповідно до проілюстрованого розуміння сутності фінансового потенціалу, його структура має поєднувати складові забезпечення поточної діяльності, стійкості та розвитку (рис. 1).

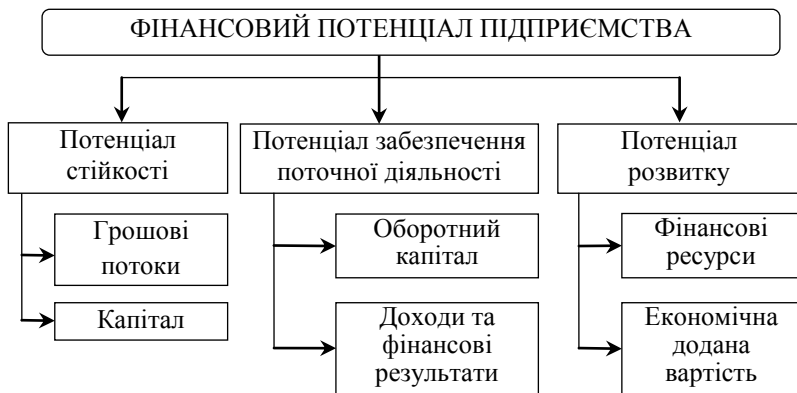


Рисунок 1. – Структура фінансового потенціалу підприємства [розроблено автором]

Дуже важливим є те, що «фінансовий потенціал не існує окремо, це складова економічного потенціалу підприємства, яка функціонує поряд із виробничим, організаційним та маркетин-

говим потенціалом підприємства» [3]. Таким чином, фінансовий потенціал є складною, динамічною системою, елементи якої взаємозв'язані та взаємозумовлені. Кожен з елементів залежить від рівня розвитку підприємства, конкурентної позиції, можливості залучення та поєднання окремих видів джерел фінансування, ефективності системи управління.

Список використаних джерел

1. Бикова В. Г. Оцінка та управління фінансово-економічним потенціалом підприємств загальнодержавного значення : монографія. Донецьк : Наука і освіта, 2008. 180 с.
2. Гудзь О. Є. Діагностика та управління фінансовим потенціалом підприємства. Облік і фінанси. 2015. № 1. С. 71–76.
3. Бова В. А., Хринюк О. С. Сутність фінансового потенціалу підприємства. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22586/1/2017-11_4-01.pdf (дата звернення: 5.11.2022).

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОСОБІВ ПОПЕРЕДЖЕННЯ ПОТЕМНІННЯ КОРЕНІВ СЕЛЕРИ ПІД ЧАС КУЛІНАРНОГО ОБРОБЛЕННЯ

О. М. Воробей, спеціальність Харчові технології, група ТРГм-21;
І. С. Тюрікова, д. т. н., професор, професор кафедри техноло-
гій харчових виробництв і ресторанного господарства
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський універси-
тет економіки і торгівлі»

Основним напрямом вирішення питання покращення здо-
ров'я населення є пошук біологічно цінних нетрадиційних сировинних джерел, а також технологічних підходів для розроблення харчових продуктів з відповідними фізико-хімічними та органолептичними властивостями.

Селера (*Apium graveolens* L.) – дворічна світло- і вологолюбна пряна рослина родини зонтичних. За вмістом білка, ефірних олій та вітамінів перевершує петрушку і пастернак. Хімічний склад коренеплодів селери: сухих речовин – 10–20 %, цукрів – 1,8–4,3 і білка – 1–2,5 %. У ній також міститься 0,2–0,3 % ліпідів, 1,3 % клітковини, 0,8 % золи, цінні для організму амінокислоти і пектинові речовини, що доводить доцільність розширення її використання для нових харчових продуктів [1].

Але під час механічного кулінарного оброблення змінюється забарвлення м'якоті білих коренів, що суттєво впливає не тільки на органолептичні властивості готових продуктів, але й на їх харчову та біологічну цінність. Причиною потемніння є окисненні поліфенолів сировини під дією кисню повітря та дії окислювальних ферментів, переважно поліфенолоксидази [2, 3].

Основною метою є не тільки приготування харчових продуктів, але й збереження їх харчових і смакових властивостей.

Білі корені характеризуються не тільки специфічними пряноароматичними властивостями, але й унікальним кольором, який в ході кулінарного перероблення може набути темних відтінків.

Проведено дослідження з попередження їх потемніння. Для цього проводили оброблення білих коренів сорту Бадьорість розчинами лимонної кислоти та сольовим з різною концентрацією, бланшування парою та оброблення струмами НВЧ.

Результати проведених досліджень показали, що корені після обробляли розчинами лимонної кислоти (0,05; 0,1 та 0,15 %) упродовж 5–15 хв мали стабільний жовтий відтінок без змін. Але, якщо коріння селери обробити 1 %-м розчином солі, то достатньо 10 хв для запобігання потемніння.

Після бланшування парою упродовж 3 та 5 хв у зв'язку з неповною інактивацією окислювальних ферментів м'якоть селери набуває жовтого відтінку. Тому доведено, що таке оброблення повинно становити не менше 10 хв.

Дослідження впливу НВЧ-оброблення (100–650 Вт) на органолептичні показники коренеплоду та активність ферментів показали, що для збереження кольору та аромату коріння селери краще обробляти НВЧ-струменем потужністю 650 Вт упродовж 30 с. Більш тривале оброблення, в залежності від потужності, веде до зневоднення сировини та зміни кольору та аромату. Цей спосіб був обраний за основний, тому що дозволив зберегти колір та аромат вихідної сировини та скорочує тривалість технологічного процесу, що є важливим у ресторанному господарстві.

Для перероблення коренеплодів для перших, других страв та десертів, як правило, використовують термічне оброблення, що веде до втрат біологічно активних речовин (БАР) [4]. Величина втрат БАР залежить від обраного способу термічного оброблення.

У таблиці наведено результати дослідження вмісту L-аскорбінової кислоти в селері за різними способами теплового оброблення. Оброблення коренеплодів і визначення вмісту вітаміну здійснювали за режимами: НВЧ-струменями – за потужності 650 Вт упродовж 1–4 хв з шагом 1 хв; бланшування парою – за $t = 95 \pm 3$ °C упродовж 10 хв.

Таблиця – Вплив способів оброблення коренів селери на вміст L-аскорбінової кислоти (мг/100 г)

($n = 3, p \geq 0,95$)

Найменування показника	Свіжа сировина	Оброблення парю	Час оброблення НВЧ, с			
			30	60	180	240
Аскорбінова кислота	5,1	3,6	3,5	3,3	3,1	3,0
Втрати аскорбінової кислоти, %	–	37,4	32,1	35,4	39,3	41,1

Дані досліджень показали, що корені селери, бланшовані парю, втратили L-аскорбінову кислоту на 37,4 % від первинного її вмісту. Втрати L-аскорбінової кислоти у селері, обробленої струмами НВЧ упродовж 30 с, були мінімальними. Це дозволило отримати напівфабрикат без зміни кольору і зберегти L-аскорбінову кислоту на 64,6 %. Отже, активність пероксидази та аскорбатоксидази суттєво знизилась у порівнянні з сировиною свіжою.

Під час бланшування цілих очищених коренеплодів інактивація ферментів відбувається в поверхневому шарі товщиною 2–5 мм в залежності від режиму оброблення. Цей шар пом'якшується, що полегшує доступ кисню до нижнього шару. Між провареним шаром і сировою м'якоттю, під дією активних ферментів утворюється темне кільце. Тому, використовувати бланшування для запобігання потемніння не рекомендується.

Проведені дослідження довели, що селера є надзвичайно важливим джерелом природних антиоксидантних речовин. Для приготування харчових продуктів із селери та збереження її харчових і смакових властивостей визначено раціональні режими термічного оброблення – НВЧ-струменями за потужності 650 Вт упродовж 30 с.

Список використаних джерел

1. Тюрікова І. С. Использование сельдерея и зеленого грецкого ореха для создания напитков функционального назначения. Наука. Образование. Молодежь : сб. науч. трудов республ. науч.-практ. конф. молодых ученых (18–19 апреля 2013 г.). Алмата : АТУ, 2013. С. 93–95.

2. Phenolic composition and antioxidant activities of 11 celery cultivars / Y. Yao, W. Sang, M. Zhou, G. Ren // Journal of Food Science. 2010. 7 p.
3. Alsuhaibani A. M. A. Antioxidant activity of celery in vitro and vivo Journal of American Science. 2013. 9(6). P. 459–465.
4. Слащева А. Дослідження антиоксидантної активності екстракту кореня селери. Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Нові рішення у сучасних технологіях, 2017. 23(1245). С. 182–187. <https://doi.org/10.20998/2413-4295.2017.23.29>.

ВПЛИВ ФРУКТОВИХ ДОБАВОК З ВТОРИННОЇ СИРОВИНИ НА ЯКІСТЬ БІСКВІТНОГО ТІСТА

*Д. О. Гурвич, спеціальність Харчові технології, група ТРГ-21 м;
Г. П. Хомич, д. т. н., професор, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Забруднення навколишнього середовища стало головною проблемою сучасного світу. Нераціональне використання відходів виробництва, серед яких харчова промисловість займає одне з провідних місць, як найбільш матеріалоємна серед інших галузей, є вагомим джерелом забруднення.

Направлення відходів, які не втратили своєї харчової та біологічної цінності на перероблення, дозволить максимально використати ресурсний потенціал сировини, підвищити ефективність виробництва за рахунок зменшення обсягів використання первинної сировини і провести його екологізацію, що свідчить про актуальність і перспективність обраного напрямку досліджень [1].

Проаналізувавши роботи провідних вітчизняних вчених, спрямовані на удосконалення технології харчових продуктів, встановили доцільність використання порошків з фруктової сировини в технології виробів з бісквітного тіста як поліпшувача, джерела біологічно активних речовин (БАР) [2, 3].

Враховуючи унікальний хімічний склад плодів хеномелесу і використання його в якості добавки для поліпшення фізико-хімічних та структурно-механічних властивостей харчових продуктів, а також підвищення їх біологічної цінності [4] розгля-

нули можливість вторинного використання відходів сокового виробництва даної сировини.

Бісквітний напівфабрикат використовується для отримання широкого асортименту борошняних кулінарних та кондитерських виробів: десерти, торти, тістечка, рулети, кейк-попси, оскільки він добре поєднується з іншими випеченими напівфабрикатами (білково-збивними та пісочними), а також з більшістю оздоблювальних напівфабрикатів.

Порошки з вичавок хеномелесу – перспективна сировина для удосконалення технології бісквітних кондитерських виробів, частка їх при отриманні соку складає близько 50 %. Склад вичавок підтверджує існуючі твердження, що вичавки є джерелом органічних кислот (титрована кислотність 4,68 %), L-аскорбінової кислоти (98,57 мг/100 г), пектинових (1,68 %) та фенольних (425,00 мг/100 г) речовин.

Отримані вичавки хеномелесу висушували в пароконвектоматі при температурі 60 °C протягом 2 годин. Після висушування їх подрібнювали на кавомолці. За зовнішніми ознаками це порошок сипкої структури, неоднорідний за розміром, з характерним для хеномелесу кольором, смаком і ароматом.

Для визначення впливу додавання порошку з хеномелесу на реологічні характеристики тіста та пружно-еластичні показники м'якушки готових виробів визначали їх водопоглинальну здатність за температури 20 °C.

Показник водопоглинальної здатності порошку з хеномелесу у 2 рази перевищує цей показник у борошна пшеничного, що обумовлено значним вмістом клітковини в рослинному порошку, яка завдяки капілярній структурі має високу здатність до набухання і поглинання вологи.

В експериментальних дослідженнях контрольним зразком був бісквіт з какао-порошком. Головними факторами при отриманні бісквіту є процес піноутворення та стійкість отриманої піни, яка утворюється під час збивання яєчно-цукрової суміші, а також стійкість тіста, отриманого в процесі перемішування збитої маси з пшеничним борошном. Відомо, що внесення порошоків з рослинної сировини, сприяє підвищенню в'язкості суспензії за рахунок в'язкості крохмального клейстеру.

Враховуючи той факт, що гідроколоїди, до яких відносяться харчові волокна, здатні стабілізувати пінні структури, а порошок з хеномелесу містить у своєму складі значний вміст цих речовин, визначали вплив добавки на стійкість збитої маси.

Встановили, що харчові волокна та органічні кислоти виявляють позитивний вплив на стабілізацію піни, яка утворена при збиванні яєчно-цукрової суміші, що дозволяє отримати готовий виріб з рівномірною та достатньою пористістю.

За показником стабільності піни визначено, що найкращі результати виявлені в зразках з внесенням 4 % порошку від маси борошна в рецептурі бісквітного тіста. Стабільність піни в дослідному зразку вища майже на 6,0 % в порівнянні з контрольним зразком після годинної витримки.

Використання порошку з вичавок хеномелесу дозволяє виключити з рецептури існуючого бісквіту крохмаль і позитивно впливає на запах і смак виробу.

Технологічний процес приготування бісквітного напівфабрикату складається з наступних стадій: з'єднання меланжу з цукром, збивання, змішування яєчної маси з борошном, порошком з вичавок хеномелесу і какао-порошком.

За результатами органолептичних та фізико-хімічних показників бісквітний напівфабрикат з порошком вичавок хеномелесу та какао-порошком відповідає вимогам якості та безпечності.

Позитивно вплинуло додавання в рецептуру порошку з хеномелесу і на якість масляного бісквіту.

Таким чином, встановлено доцільність використання порошку з вичавок хеномелесу в технології бісквітних напівфабрикатів для поліпшення їх структурно-механічних властивостей та показників якості.

Список використаних джерел

1. Національна стратегія управління відходами в Україні до 2030 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 8 листопада 2017 р. № 820-р. URL: <https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/820-2017-p>.
2. Оптимізація якості кондитерських виробів із використанням яблучного порошку / М. М. Калакура, А. Т. Ратушенко, Г. А. Бублик. Технологический аудит и резервы производства. 2016. № 3. С. 12–17.

3. Amnah M. A. Biochemical and biological study of biscuit fortified with apple powder. Alsuhaibani Middle East Journal of Agriculture Research. 2015. Vol. 04, Issue 04. P. 984–990.
4. Вторинні продукти переробки хеномелесу – джерело біологічно активних речовин / Г. П. Хомич, Ю. В. Левченко, О. М. Горобець // Наукові праці НУХТ. Київ : НУХТ, 2016. Т. 22, № 4. С. 231–240.

СКЛАДОВІ УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

А. В. Кімуржий, спеціальність Харчові технології, група ХТ-301;
Г. В. Крутько, викладач харчових технологій дисциплін,
 викладач вищої категорії
 Білгород-Дністровський економіко-правовий фаховий коледж
 Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Одним з найбільш перспективних та постійно розвиваючих серед галузей економіки є ресторанний бізнес. Попит на послуги закладів ресторанного господарства (ЗРГ) серед споживачів збільшується щороку. Основна характеристика сучасного ринку ресторанних послуг – нетривалий життєвий цикл – від 1 до 3 років та наявність специфічних ризиків, виникнення яких є неминучим. Для закріплення на ринку ресторанних послуг підприємствам ресторанного господарства необхідно постійно розвиватися.

За 2021 рік кількість ЗРГ в Україні збільшилась приблизно на 1 000, водночас закрилося приблизно 150. Відкривалися, насамперед, мережеві заклади, також більше всього заходили на ринок невеликі кав'ярні, точки з їжею навинос, служби доставки, фестивалі точки продажу їжі та стріт-фуд.



Проте війна внесла свої зміни в розвиток ЗРГ України поставила нові проблеми та задачі перед власниками ресторанного бізнесу. В Україні внаслідок війни в різних областях зачинилися майже 7 тисяч ЗРГ, що становить 50 %. Проте з червня почали відкриватися нові заклади всього приблизно 2 тисячі, як наслідок кількість ЗРГ зменшилось на 25 % порівняно з лютим 2022 року.



Найбільш виражена динаміка падіння в центральних, східних та південних областях. У деяких областях ЗРГ були знищені, інші знаходяться на окупованих територіях, що дало поштовх для відкриття нових ЗРГ.



Натомість у західних областях, зокрема у Львові, від початку війни з'явилося понад 500 нових закладів.



Від початку вторгнення Росії в Україну більшість ресторанів та кафе долучилися до лав волонтерів, деякі заклади почали відкривати свої двері для жителів міста, аби підтримати економіку країни.

Що стосується нашого міста Білгород-Дністровський, то на сьогоднішній день працюють теж не всі заклади харчування, але більшість з них надають свої послуги споживачам. У місті після вторгнення Росії в Україну багато людей емігрувало за кордон. За попередніми даними у місті зараз проживає близько 45 тис. людей, які щодня потребують їжі. Для гуманітарної стабільності в умовах війни стоять волонтери, а також працівники кав'ярень, ресторанів, магазинів та супермаркетів.

Для того, щоб краще зрозуміти проблеми та задачі в умовах війни для ЗРГ, був проаналізований ринок ресторанних послуг України та окремо заклад кафе «Маестро». Кафе «Маестро» надає послуги харчування протягом п'яти років, це одне з найбільших кафе-кондитерських нашого міста з власним виробництвом. Заклад забезпечує робочими місцями понад 50 осіб. Також при закладі працює «Булочна № 1», де реалізуються хлібобулочні вироби власного виробництва. ЗРГ працювало в усі дні війни без вихідних.

Основною задачею і стратегією кафе під час війни є забезпечити населення роботою, якісними стравами та солодощами за доступною ціною, створити гарну атмосферу, адже не зважаючи на реалії сьогодення, людям потрібне психологічне розвантаження. Проте кафе, як й інші ЗРГ, мало ряд проблем:

- дефіцит персоналу, внаслідок міграції або мобілізації;
- зменшення доходу через скорочення кількості відвідувачів на 50 % від довоєнної;
- подорожчання на 30–50 % або недоступність деяких продуктів;
- подорожчання електропостачання на 30 %.

Не зважаючи на перераховані проблеми, однією з концепцій в сучасних умовах кафе є контроль цін, ЗРГ не змінює ціни на вироби, адже зараз стоїть ціль одна – не заробляти, а вистояти. Частина доходу від реалізації виробів постійно передається на забезпечення та допомогу ЗСУ. В закладі щотижня спільно з волонтерами організовуються сніданки та обіди для малозабезпечених та тимчасово переселених осіб.

За період від початку війни було змінено обслуговування, відповідно до потреб гостей. Зараз обслуговування змішане,

гості самі роблять замовлення біля барної стійки, або офіціанти працюють з гостями за спеціально розробленим меню. Протягом війни заклад постійно вивчає попит гостей та відповідно змінює кількість та види виробів. Наразі найбільшим попитом користуються хлібобулочні вироби та кондитерські вироби дешевого сегменту, особливо патріотичного напрямку.



Не зважаючи на збільшення кількості проданих виробів, дохід закладу знизився на 60 %, за рахунок збільшення вартості сировини та витрат на комунальні послуги, збільшення на 10 % заробітної плати та інші витрати.

Розуміючи велику необхідність у кадрах, які потрібні для роботи на відбудову нашої країни, кафе продовжує приймати на практику студентів за спеціальністю Харчові технології, дає практичні навички студентам, готуючи фахівців. У кафе працює, в основному, молодь, серед яких багато випускників та студентів Білгород-Дністровського економіко-правового фахового коледжу ПУЕТ.

Серед інноваційних методів обслуговування можна віднести розробку електронного меню, сторінка Instagram, що дає можливість роботи з клієнтами он-лайн, як результат, прийом замовлення на доставку та самовивіз, що в умовах сьогодення користується великим попитом.

Для досягнення ефективності обслуговування в ресторані працівникам необхідно володіти професійними знаннями щодо специфіки надання послуг, удосконалювати рівень професійності та активно реагувати на сучасні зміни в світі ресторанного бізнесу.

Зробивши аналіз діяльності кафе, необхідно зробити висновок, що всім у кого є змога, потрібно працювати: підтримувати своїх працівників, створювати нові робочі місця, сплачувати

податки, підтримувати економіку нашої держави, розподіляти чистий прибуток на допомогу ЗСУ, тобто робити все, на що ми спроможні, кожен на своєму місці.

Список використаних джерел

1. https://tourlib.net/statti_ukr/zavadynska3.htm.
2. <https://news.obozrevatel.com/ukr/economics/economy/kafe-ta-restorani-v-ukraini-pid-chas-vijni-narostili-viruchku-scho-iz-zarplatami.htm>.
3. <https://news.finance.ua/ua/news/-/506960/za-2021-rik-v-ukrayini-vidkrylosya-na-1000-restoraniv-bilshe-nizh-u-2020-mu>.
4. <https://bit.ua/2021/12/restoranu-2021/>

ВИКОРИСТАННЯ КИЗИЛУ В ТЕХНОЛОГІЇ ФРУКТОВИХ СОУСІВ

А. Є. Куницький, спеціальність Харчові технології, група ТРГ-21 м;
Г. П. Хомич, д. т. н., професор, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Пріоритетним напрямком науково-технічної політики в харчовій промисловості України, який спрямований на подолання негативних наслідків екологічної ситуації, сприяє поліпшенню стану здоров'я населення, є розширення асортиментного ряду продуктів харчування, що містять у своєму складі фізіологічно активні речовини і прогнозоване збільшення масштабів їхнього випуску.

Найбільш повноцінним природним джерелом біологічно активних речовин є фруктові сировини і продукти її переробки. Значний сегмент ринку харчової продукції на основі цієї сировини займають соуси [1].

Соус є додатковим компонентом страв з напіврідкою консистенцією, його використовують у процесі приготування страви, або подають до готової страви для покращення її смаку, аромату, зовнішнього вигляду та/або поживної цінності. Правильно підібрані соуси дають змогу підвищити апетит споживачів, урізноманітнити смак і зовнішній вигляд їжі, розширити її асортимент, збалансувати склад страви.

Пошук рослинної сировини з високими технологічними властивостями та можливість використання її у виробництві харчових продуктів для розширення асортименту, поліпшення органолептичних, структурно-механічних та функціонально-технологічних показників є актуальним напрямом досліджень.

До такої сировини можна віднести банани і кизил [2, 3]. Вибір сировини обґрунтовано вмістом в їх складі органічних кислот, пектинових речовин, крохмалю, які позитивно впливають на структурно-механічні властивості соусів. Наявність Р-активних сполук, вміст цукрів, представлених переважно моноцукрами, дозволить використовувати їх для виготовлення харчових продуктів із підвищеною біологічною цінністю.

Особливістю соусів для ресторанного господарства є їх реологічні властивості, здатність зберігати термічну стабільність, а також не розшаровуватися протягом певного терміну зберігання, що вирішується шляхом використання структуроутворювачів, переважно штучних, які понижують харчову цінність готового продукту [4].

Досліджено показники якості вихідної сировини. У складі кизилу виявлені цукри (14,50 %), розчинний пектин (0,82 %), клітковина (0,68 %). Плоди кизилу характеризуються високою кислотністю (2,10 %).

Однак, кислотність плодів кизилу та загальний рівень пектинових речовин в їх складі не забезпечує високі структуроутворюючі властивості сировини, але при недостатньому вмісті пектинових речовин кизил дає однорідну структуру червоного забарвлення.

Окрім того, потрібно враховувати, що кизил у чистому вигляді не рекомендується людям з підвищеною кислотністю, з легкозбуджуючою нервовою системою і тому його доцільно купажувати з іншою сировиною. До такої сировини можна віднести банан.

Попередніми дослідженнями [3] було встановлено, що для приготування фруктових соусів найкраще за хімічним складом підходять напівзелені плоди бананів, в складі яких виявлено достатньо високий вміст крохмалю, який також виконує роль природного загусника.

Дослідження хімічного складу отриманих пюре показали, що пюре з кизилу має виражений кислий смак, а пюре бананове слабокисле, вміст титрованих кислот у його складі нижчий, ніж у пюре з кизилу майже в 4,0 рази, але в його складі вищий вміст цукрів, що дозволить купажування обраної сировини та отримання продукту з приємним гармонічним кисло-солодким смаком. Крім того, використання кизилу надасть продукту приємного кольору, який формує органолептичні властивості соусу.

Для попередження потемніння бананів в процесі подрібнення проводили обробку їх 1 % розчином лимонної кислоти. Визначено, що 1 % водний розчин лимонної кислоти володіє пригнічуючою дією на фермент поліфенолоксидазу.

Технологія виробництва соусів передбачає отримання продукту з визначеними властивостями, для чого необхідно вирішити дві основні задачі: забезпечити певні структурно-механічні властивості та термостабільність структури під час нагрівання та зберігання, зберігши при цьому біологічно активні речовини у готовому продукті.

Для отримання нового виду соусу визначили раціональне співвідношення пюре банану та пюре кизилу в готовому продукті і дослідили вплив його на структурно-механічні та органолептичні властивості композиції.

Встановлено, що кращими за структурно-механічними показниками є композиції з вмістом бананового пюре та пюре з кизилу у співвідношенні 50 : 50. Визначено, що і за показником ефективної в'язкості цей зразок знаходиться в межах характерних для соусної продукції і здатен зберігати термічну стабільність, однорідність без розшарувань.

За результатами органолептичних, фізико-хімічних та мікробіологічних досліджень фруктовий соус на основі бананового пюре і пюре з кизилу відповідає вимогам якості та безпечності і може бути рекомендованим як доповнення до солодких страв.

Таким чином, встановлено доцільність використання пюре з кизилу та банану в технології виготовлення фруктових соусів і позитивний вплив такого композиційного поєднання на якісні показники соусу, а також можливість відмовитися від використання структуроутворювачів при їх виробництві.

Список використаних джерел

1. Тележенко Л. М., Жмудь А. В. Тенденції розвитку виробництва соусів. Харчова наука і технологія. 2009. № 2 (7). С. 21–23.
2. Гайдай І. В. Плоди дерену як джерело біологічно активних речовин. Наук. пр. Одес. нац. акад. харч. техн. Одеса. 2011. Вип. № 4 (17). С. 37–39.
3. Розробка технології фруктових соусів з використанням бананів та соку чорної смородини / Г. П. Хомич, Н. І. Ткач, М. В. Кирильченко. Науковий вісник ПУЕТ серія Технічні науки. № 1 (83). 2017. С. 45–52.
4. Хомич Г. П., Левченко Ю. В. Вплив технологічних властивостей сировини на вихідні параметри фруктового соусу. Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди : Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2016. С. 297–298.

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ СВІЖИХ ТА ЗАМОРОЖЕНИХ ЯГІД

В. А. Міщенко, спеціальність Харчові технології, група ТРГм-21;
І. С. Тюрікова, д. т. н., професор, професор кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Розвиток виробництва харчових продуктів, збагачених незамінними компонентами, продуктів функціонального призначення, дієтичних харчових продуктів; розроблення та впровадження у харчову промисловість інноваційних технологій – головне завдання державної політики країни. Вирішити їх можливо за рахунок науково-обґрунтованого раціонального використання традиційної місцевої рослинної сировини, як джерела фізіологічно функціональних харчових інгредієнтів, для розроблення асортименту та технології продуктів харчування покращеної якості [1].

Антиоксидантна цінність ягід смородини чорної, обумовлена вмістом у них вітаміну С та речовин Р-активної природи, а також властивістю пектинів, здатних утворювати драглі у присутності цукру та кислоти Тому це дозволяє рекомендувати культуру для використання у харчових технологіях для виробництва

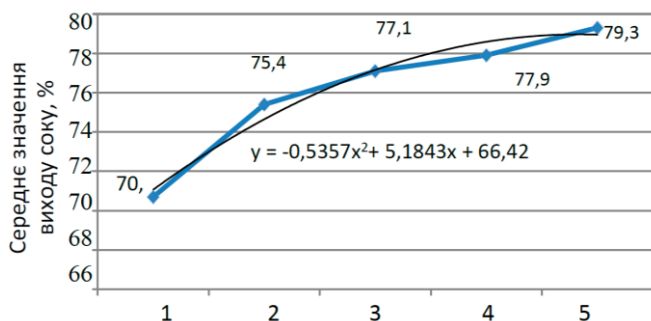
високоякісних желейних виробів [2]. Але не достатньо інформації, що дозволяє виділяти сорти смородини Полтавського регіону за низкою біохімічних та технологічних ознак в технології продуктів з желейною структурою.

Мета – дослідження показників якості смородини чорної Полтавського регіону свіжої і в процесі зберігання.

Встановлено, що ягоди смородини чорної сортів Премія і Софіївська, які вивчалися, характеризувались гармонійним смаком, насиченим кольором, натуральним запахом.

Важливим показником технологічної придатності ягід до різних способів перероблення є вихід соку. Встановлено, що вихід соку змінюється у процесі низькотемпературного заморожування та зберігання ягід. Звісно, що заморожування є ефективним способом попереднього оброблення плодів та ягід з метою полегшення їх віджимання та підвищення виходу соку. Оптимальною температурою вважається температура, що дорівнює мінус 18 °С.

Відомо, що ягоди смородини чорної характеризуються низькою соковіддачею і вимагають додаткового технологічного оброблення для підвищення виходу соку. Визначено, що застосування низьких температур для ягід з метою подальшого їх зберігання, позитивно впливає на вихід соку упродовж 9 місяців зберігання (рис.).



1 – до заморожування, 2 – після 24 год зберігання, 3 – після 3-х місяців зберігання, 4 – після 6 місяців зберігання, 5 – після 9 місяців зберігання

Рисунок – Вихід соку з ягід смородини після заморожування

Визначено, що середнє значення виходу соку за сортами після заморожування на кінець зберігання збільшилося на 10 % (рис.). Це дозволяє рекомендувати заморожування для зберігання ягід, що сприятиме також збільшенню виходу соку, який використовується для приготування, наприклад, десертних страв.

На даному етапі досліджень інтерес представляло вивчення основних фізико-хімічних показників свіжих ягід смородини чорної та виявлення динаміки їх зміни під дією низьких температур у процесі зберігання (табл.).

Таблиця – Динаміка змін фізико-хімічних показників смородини чорної після низькотемпературного зберігання

Найменування сорту	Тривалість зберігання, годин або місяців					
	до заморожування	24 год	3 міс	6 міс	9 міс	середній показник
Масова частка розчинних сухих речовин, %						
Премія	12,1	12,2	12,2	13,5	14,3	12,86
Софіївська	14,9	13,5	13,7	14,8	15,4	14,46
Масова частка титрованих кислот, %						
Премія	2,93	2,82	2,86	2,88	3,28	2,95
Софіївська	2,51	2,51	2,51	2,51	2,72	2,55
Масова концентрація аскорбінової кислоти, мг/100 г						
Премія	163,7	156,9	157,5	151,8	157,5	157,5
Софіївська	151,8	130,8	131,6	135,1	132,0	136,3
Масова концентрація фенольних речовин, мг/100 г						
Премія	864,5	792	883,0	986,3	986,6	902,5
Софіївська	718,5	809,3	844,6	857,1	805,2	806,9

Визначено, що у процесі низькотемпературного зберігання відбувається концентрація розчинних сухих речовин на 1,5 %, збільшення титрованих кислот – на 11,5 %, фенольних речовин – на 22 % (табл.). Встановлено зменшення вмісту вітаміну С, яке може бути пов'язане з окисненням заліза, що входить до складу плодів, а також перетворенням аскорбінової кислоти до дегідро-аскорбінової кислоти та 2,3 – дикетогулонової кислоти.

Отже, ягоди смородини чорної є цінним джерелом поживних та біологічно активних речовин для виробництва нових харчових продуктів. Доведено, що низькотемпературне заморожування є ефективним методом збереження харчової цінності ягідної сировини.

Список використаних джерел

1. Інноваційні технології харчової продукції функціонального призначення : монографія : у 2 ч. / О. І. Черевко, М. І. Пересічний, С. М. Пересічна [та ін.] ; за ред. О. І. Черевка, М. І. Пересічного. 4-те вид., переробл. та допов. Х. : ХДУХТ, 2017. Ч. 1. 962 с.
2. Осокіна Н. М., Герасимчук О. П., Костецька К. В. Біологічно активні речовини у консервах із плодів чорної смородини за комплексної переробки. Вісник аграрної науки Причорномор'я. 2019. Вип. 3. С. 44–51.

КОВОРКІНГ – ДОДАТКОВА ПОСЛУГА В ГОТЕЛЯХ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

М. М. Анохін, магістр спеціальності Готельно-ресторанна справа освітня програма «Готельно-ресторанна справа»;

Т. В. Капліна, д. т. н., професор

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. Стаття присвячена дослідженню надання додаткових послуг в готелях під час військової агресії Росії. Розкриті питання переорієнтації бізнесу сфери гостинності в умовах війни. Обґрунтовано впровадження в готелях України коворкінгу. Показано, що особливостями готелів, які продовжили своє функціонування в умовах війни, стали масштабні зміни у бізнес-процесах, створення їх нового формату.

Ключові слова: готель, коворкінг, додаткові послуги, сфера гостинності, новий формат, бізнес-процеси.

Abstract. The article is devoted to the study of the provision of additional services in hotels during Russia's military aggression. The issues of reorientation of hospitality business in wartime conditions are revealed. The implementation of co-working in hotels of Ukraine is substantiated. It is shown that large-scale changes in business processes and the creation of their new format became the features of hotels that continued their operation during the war.

Key words: hotel, coworking, additional services, hospitality, new format, business processes.

Постановка проблеми. Війна в Україні радикально змінила як соціум, так і економіку. В першу чергу вторгнення російських загарбників в Україну відчувало суспільство і лише згодом, протягом певного часу економіка.

Характер впливу на бізнес був різний. Для готельно-ресторанної сфери він залежав від регіону України (нульовий, робота підприємств швидкого обслуговування на Івано-Франківщині або в Чернівцях). Інший – руйнівний, коли повністю був знище-

ний готель «Україна» у Чернігові, що обумовило припинення бізнесу [1].

З позицій прийняття управлінських рішень в готельно-ресторанному господарстві з початком військової агресії бізнесмени стикнулися з непередбаченими викликами і загрозами. Бо сучасні підприємці не мали достатнього досвіду управління бізнесом в умовах війни. Відсутнє було теоретичне підґрунтя. Саме тому бізнес повинен був відреагувати на виклики і першим важливим завданням стало його переорієнтація.

На думку А. Круглянко цей процес повинен був відбуватися достатньо швидко « зі штатного на новий, ситуативний тип, з врахуванням воєнної специфіки, яка полягає у появі нових викликів і загроз, передусім у зовнішньому середовищі бізнесу, а у окремих випадках – і у внутрішньому» [2].

Особливостями готелів, які продовжили своє функціонування стали масштабні зміни у бізнес-процесах, створення їх нового формату. Це передбачало, поєднання частини процесів: створення гостям звичних для них умов обслуговування та безпеки перебування, допомога персоналу та їхнім сім'ям, участь у волонтерському русі (хто мав змогу – надавав укриття, приймав переселенців, здійснював гуманітарну допомогу тощо). І весь цей процес відбувався в умовах обмеженої кількості персоналу, адже працівники готелів, враховуючи їх психологічний стан, намагалися також переїхати у безпечніші місця або емігрувати за кордон, або ж співробітники долучалися до лав ЗСУ чи територіальної оборони. Проте якщо спочатку основним питанням було те, як зібрати та зберегти команду, то нині – як завантажити її в умовах низького попиту та невеликої кількості гостей.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Теоретичну базу дослідження щодо переорієнтації і функціонування сфери гостинності під час війни склали роботи окремих українських авторів: Шутка Н., Круглянко А., Антонюк Т., Паралюш М. [1–3] і зокрема застосування коворкінгів Ткаченко В., Гавриліна А. [4, 5].

Формулювання мети. Метою статті є обґрунтування використання коворкінгу як додаткової послуги в готелях України під час війни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як уже було зазначено вище стан готельного ринку в Україні залежить від регіону. Головним критерієм визначення чи функціонують об'єкти є: у якій області вони розміщені, і на якій відстані знаходяться від місць бойових дій. Однозначно сказати де краща ситуація неможливо, бо вона змінюється щоденно. Дослідження показали, що в Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській і Закарпатській областях готелі працюють у повному обсязі, передумов для закриття чи зупинення їхньої роботи немає. Для Харкова важливою метою є максимальне збереження (наскільки це можливо) підприємств гостинності. Робота більшості готелів призупинена. Бізнес-команди спрямовують свої зусилля на волонтерську підтримку у війні проти російського агресора [3]. Не дивлячись на обставини готелі в містах за межами бойових дій працюють. Серед них можливо відмітити локації в Києві, Одесі, Львові, Полтаві й інших містах України.

Нині відбувається трансформація комерційної нерухомості. Готелі сьогодення пропонують своїм гостям гібридні рішення, що є новою концепцією.

Для українців, які працюють онлайн, коворкінг є найбільш привабливим робочим місцем. Там все передбачено для роботи: є світло, можна випити кави, поспілкуватись та плідно попрацювати. Дослідження показали суттєве зростання попиту на Open space за останні дні. Як вважають споживачі цих послуг, українці йдуть працювати у коворкінг саме тому, що їх увагу привертає в першу чергу приємна ціна, затишна атмосфера, кава та смаколики.

Факти ICTV зібрали список коворкінгів у західних регіонах України, які працюють навіть у години відключення світла [4].

Для готелів, які раніше займалися проведенням спеціалізованих заходів, перерозподіл за функціоналом вільних площ під коворкінги стала «спасінням». У цих закладах вже наявні багато гнучких просторів і конференц-залів, а також сучасне технологічне обладнання для найвибагливішої бізнес-комунікації.

NAI Ukraine – одна з провідних консалтингових та брокерських компаній у сфері нерухомості, підготувала матеріал про найпоширеніші інтеграції коворкінг-просторів у готелі, що наразі реалізуються у світі:

Коворкінг, інтегрований у хол готелю – зона зі зручними робочими просторами, кріслами для відпочинку та кавовими столиками. Приміщення сплановане таким чином, щоб бізнес та відпочинок не заважали один одному.

Для світових мереж готелів Hilton, Radisson Blu Hotel, Marriott Hotels та Westin Grand Hotels такий формат коворкінгів є найбільш прийнятним.

Для споживачів готельних послуг це є дуже популярним, бо вони можуть забронювати собі конкретне місце або переговорну кімнату з усім необхідним технологічним обладнанням заздалегідь.

Готелі йдуть на все, щоб залучити гостей: створення гібридних номерів в готелях. Це перш за все кімнати, які гармонійно поєднують технічно обладнаний робочий простір і комфорт готельного номеру.

Так мережа готелів Radisson зберегла тиху, спокійну обстановку готельного номера, але обладнала всередині робоче місце. Великий робочий стіл, зручні стільці, кавова машина і надійний високошвидкісний Інтернет – все це є оснащенням номеру. Також в гібридних номерах є бездротова клавіатура і миша, переносний динамік з підключенням до Bluetooth і можливість включати другий екран за необхідністю.

Цікавою пропозицією є так звана колаборація двох брендів – готелю та коворкінга, які умовно діляться своїми клієнтами та можуть знаходитися в одній або в сусідніх будівлях.

Як приклад можна навести кейс від засновників першого в Україні капсульного готелю Monotel – з цілодобовим коворкінгом Monohub у самому центрі Києва. Він пропонує Open space, переговорні-кімнати, вело-столи для занять спортом, та капсули для відпочинку та сну. Обидва заклади мають різні входи, але між собою поєднуються всередині. Гості готелю можуть потрапити в коворкінг і навпаки за спеціальною перепусткою [5].

Сучасна людина, незважаючи на різні обставини, шукає прибуток в економіці спільного споживання. Тому власники бізнесу за умови отримання прибутку діють у відповідності «попит породжує пропозицію».

Висновки. Таким чином відкриття власного коворкінгу в готелях України дозволить значно розширити додаткові послуги готелю з урахуванням потреб військового стану в Україні. Це сприятиме створенню мобільних робочих місць і дозволить залучити гостей до готелів.

Список використаних джерел

1. Шутка Н. Росіяни розбомбили готель «Україна» в центрі Чернігова. URL: https://zaxid.net/rosiyani_rozbombili_gotel_ukrayina_v_tsentri_chernigova_n1538164.
2. Андрій Круглянко. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу в умовах війни : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект». Чернівці : Технодрук, 2022. С. 62–64.
3. Тетяна Антонюк, Марина Паралюш. Встояти під час війни: як працюють готелі України. URL: <https://commercialproperty.ua/analytics/vstoyati-pid-chas-viyni-yak-pratsyuyut-goteli-ukraini/>
4. Владислава Ткаченко. Львів, Франківськ та Хмельницький: список коворкінгів, які працюють під час відключення світла. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/suspilstvo/20221205-lviv-frankivsk-ta-hmelnyczkij-spyso-kovorkingiv-yaki-praczuuyut-pid-chas-vidklyuchennya-svitla/> (дата звернення: 21.10.2022).
5. Анастасія Гавриліна. Business All-inclusive: коворкінги в готелях. URL: <https://naiukraine.com/uk/media/business-all-inclusive-kovorkingy-v-gotelyah/> (дата звернення: 22.10.22).

Наукове видання

НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

Всеукраїнської молодіжної науково-практичної
інтернет-конференції

(м. Полтава, 30 листопада 2022 року)

Дизайн обкладинки *Т. А. Маслак*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 9,7.
Зам. № 250/2054.

Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Ковалю, 3, м. Полтава, 36014; ☎(0532) 50-24-81

Свідцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і
розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.