



МАУП

Міжрегіональна
Академія управління
персоналом

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
ЕКОНОМІКА ХХІ СТОЛІТТЯ:
проблеми та перспективи

Випуск 4



Хмельницький, 2021

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ІНСТИТУТ
імені Блаженнішого Володимира, Митрополита Київського і всієї України
Приватного акціонерного товариства «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

**ЕКОНОМІКА ХХІ СТОЛІТТЯ:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Випуск 4



Хмельницький – 2021

**Економіка ХХІ століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2021. Вип. 4. 140 с.**

УДК 332.14
ББК 65.9 (4 Укр)
З 111

З 111 Економіка ХХІ століття : проблеми та перспективи : зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. – Хмельницький : Вид-во ІРД, 2021. – Вип. 4. – 140 с.

У збірнику наукових праць «Економіка ХХІ століття : проблеми та перспективи» висвітлено актуальні проблеми теоретичних та практичних засад забезпечення прийняття управлінських рішень. Розглянуто основні проблеми інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень.

Рекомендовано науковцям, викладачам, учителям, студентам та всім, хто цікавиться економічною наукою.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Білий Л. Г., кандидат педагогічних наук, доцент, директор Хмельницького інституту МАУП (головний редактор); **Авсієвич А. В.**, доктор філософії в галузі права (PhD); **Братусь Г. А.**, доктор економічних наук, доцент; **Гуменюк А. Ф.**, кандидат економічних наук, доцент; **Дмитренко А. Г.**, доктор економічних наук, професор; **Думанська К. С.**, доктор економічних наук, доцент; **Ковальчук В. Г.**, кандидат економічних наук, доцент; **Олійник В. В.**, кандидат педагогічних наук, доцент; **Парандій В. О.**, кандидат історичних наук, доцент; **Рижа Т. М.**, кандидат економічних наук; **Якушик І. Д.**, доктор економічних наук, професор; **Цимбалюк Г. С.**, кандидат економічних наук (відповідальна за випуск).

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Булат Г. В., кандидат економічних наук, доцент.

Власюк Ю. О., кандидат економічних наук, доцент.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Хмельницького інституту Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 8 від 27 вересня 2021 р.)

© Хмельницький інститут
Міжрегіональної Академії управління персоналом, 2021
© автори статей

ЗМІСТ

Білий Л.Г., Дидюк Н.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В ОРГАНІЗАЦІЇ.....	6
Гуменюк А.Ф., Комонько О.Я. РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ, ЯК СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	11
Гуменюк А.Ф., Орлова В.О. ОБЛІКОВІ ОПЕРАЦІЇ З ЕЛЕКТРОННИМИ ГРОШИМА.....	22
Думанська К.С. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНТЕРНЕТ – ПРОСТОРІ.....	28
Купратий Д.В. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ, ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ ТА РОЛЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	36
Маковоз В.В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ.....	45
Миколюк С.І. МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ	51
Негоруй В.В. ВПЛИВ COVID – 19 НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ ТА УКРАЇНИ.....	55

Оліх Г.І. ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	59
Осадчук Л.А. УДОСКОНАЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ.....	65
Панькова І.М. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	79
Підпригора О.О. СТРУКТУРА УПРАВЛІНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ КЕРІВНИКА ОРГАНІЗАЦІЇ.....	86
Рудюк Г.К. ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	96
Сем'янчук П.М., Власюк Я.С. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ФІРМ У КОНТЕКСТІ РОЗВ'ЯЗАННЯ ТРАДИЦІЙНИХ ПРОБЛЕМ.....	105
Фасолько Т.М., Матвєєва І.Ю. ІНТЕГРАЦІЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ТУРИЗМУ.....	110

Цебеня Р.Л.

**ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ..... 116**

Цимбалюк Г.С., Зайка О.О.

**ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ 121
ПІДПРИЄМСТВОМ**

Chornomord Y.Y.

**INVESTMENT ATTRACTIVENESS AND POSSIBLE WAYS
TO INCREASE IT..... 126**

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ..... 133

ДОДАТКИ..... 137

Білий Л.Г.,
кандидат педагогічних наук, доцент
(м.Хмельницький)
Дидюк Н.В.,
магістрантка
(м. Хмельницький)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В ОРГАНІЗАЦІЇ

Розвиток соціально-трудоових відносин на сучасному етапі обумовлено тенденціями інтелектуалізації, збільшенням гнучкості ринку праці, посиленням запиту на дерегулювання та деформалізацію в умовах глобального розповсюдження наукомістких, інформаційно-комп'ютерних технологій, зростання попиту на інновації та творчі розробки.

Соціально-трудоові відносини як відносини, що виникають між учасниками спільного трудоового (виробничого) процесу, у ринковій економіці – це насамперед відносини між працею та капіталом. Причому спостерігається посилення ролі механізмів примусу до праці.

У ринковій економіці робоча сила представлена як товар. Економічна категорія «риниок праці» представляє систему виробничих відносин між працівниками (власниками робочої сили), підприємцями (роботодавцями) та державою з приводу, з одного боку, обміну індивідуальною здібністю до праці на життєво необхідні для відтворення робочої сили засоби, з іншого – щодо розміщення працівників у системі суспільного розподілу праці. Таким чином, як основні суб'єкти ринку праці виступають наймані працівники, їх

об'єднання, роботодавці (підприємці) та їх спілки, держава та її органи, об'єднані спільним бізнес-середовищем [1].

Сучасні технології і у виробництві, і в управлінні все меншою мірою є фактором, що обмежує функції людини і поле прийняття нею рішень. Навпаки, свобода дій при розподілі праці та побудові робіт закладена у технічних рішеннях та з розвитком комп'ютерних технологій ще більше зростає. Наприклад, працівник-програміст сам вибирає мову програмування, спосіб керування, вид діалогового режиму. Відбувається диверсифікація форм та режимів зайнятості, трудових контрактів, управління працею. Критерієм успіху на товарному ринку стає новизна технологічних рішень, індивідуальність, неповторність. Ринок праці відповідає більш високими вимогами до якості людських ресурсів, що стосуються кваліфікації, здібності до креативу, вироблення нових ідей, готовності до навчання. Змінюється характер соціально-трудових відносин та зв'язків. Найбільш затребуваною стає «командна» форма організації праці, що інтегрує людські ресурси. Умова її високої ефективності – партнерство та взаєморозуміння між учасниками, формування сприятливого психологічного клімату – своєрідної «ноосфери» творчості на робочих місцях. У відповідь виклики економіки знань у системі управління працею на макрорівні ставляться такі [2, с.181]:

- подальша гуманізація та демократизація систем керування, інститутів та контрактних форм;
- соціалізація, посилення соціальної відповідальності роботодавця та працівника, розвиток соціального партнерства;
- корекція правового поля, посилення державного контролю та механізму захисту прав людини праці на

сьогоднішньому етапі з наступним, у міру формування неформальних інституційних механізмів, його ослаблення;

- вдосконалення законодавства у напрямі правового оформлення термінових та нестандартних соціально-трудових відносин.

Такі тенденції, як гуманізація та соціалізація соціально-трудових відносин коригують траєкторію розвитку організації. На масштаби та темпи їхнього поширення впливає низка зовнішніх факторів — правових, економічних, культурних тощо. Можливості побудови системи соціально-трудових відносин відповідно до глобальних тенденцій визначаються:

- специфікою виробництва (розмір, тип, організаційно-правова форма, сфера діяльності);
- кадровим та управлінським потенціалом колективу;
- фінансовими можливостями;
- стадією життєвого циклу розвитку організації.

Проте, не на всіх підприємствах партнерство та гнучкість у режимах праці та відпочинку, оплаті праці визначається технологією та організацією виробництва. Наприклад, серійні, безперервні, конвеєрні виробництва апелюють до зворотного — до суворої регламентації, дотримання норм виробничої дисципліни та санітарії. Проте жоден тип технології апіорі не передбачає дискримінацію прав працівника. Вектор розвитку соціально-трудових відносин спрямований на досягнення не номінальної, а реальної згоди на користь, симетричності у розподілі відносних витрат і вигод, одержуваних учасниками від цих відносин. Відповідно, управління розвитком передбачає вибір таких засобів, форм, методів впливу, при використанні яких соціально-трудова відносина прогресують, а не регресують у бік конфлікту та невдоволення учасників.

Засоби управління розвитком соціально-трудовими відносинами залежать від низки факторів:

- ситуації у зовнішньому середовищі (в економіці загалом і цьому ринку);
- управлінської концепції та стратегії розвитку підприємства (організації);
- системи організації праці, зокрема робочих місць;
- кадрової політики;
- норм трудової поведінки та ін.

Ситуація у зовнішньому середовищі обмежує засоби управління та орієнтири у розвитку через правові норми, дозволені законом дії; параметри макросередовища (рівень інфляції, безробіття, темпи зростання ВВП, рівень середньодушових доходів населення тощо); структуру та кон'юнктуру зовнішнього ринку праці; соціокультурне середовище; основні технічні параметри продукції та обладнання. Концепції та стратегії розвитку визначають взаємозалежність між кадровою та іншими видами політики підприємства (організації). Організація праці визначає характер взаємозв'язку та технологічної підпорядкованості працівників. Система робочих місць формується при послідовному виконанні у технологічному процесі робіт з урахуванням їх утримання, організації обслуговування, спеціалізації та кооперації, нормування та умов праці, встановлення режимів робочого часу та інших організаційних елементів. Кадрова політика охоплює планування, облік, залучення персоналу, задоволення внутрішньо фірмового попиту на робочу силу, оцінку та оплату праці, кар'єрне просування та розвиток персоналу, трудову мотивацію, соціальні пільги, компенсаційні виплати, участь працівників у прибутках та капіталі підприємства (організації). Трудова поведінка формують установки, мотиви, групові та

індивідуальні норми трудової поведінки, конфліктність, професійна соціалізація та інші елементи.

Отже, Розвиток національної економіки та підвищення її конкурентоспроможності можливі за умови розв'язання однієї з актуальних проблем – покращення сфери трудових відносин. Вирішення проблем зайнятості населення та проблем організації й оплати праці направлене на оптимізацію та гармонізацію трудових відносин, забезпечення соціальної рівності і справедливості у суспільстві.

Список використаної літератури:

1. Балановська Т.І. Ринок праці: реалії та перспективи / Т.І. Балановська, О.П. Гоголя, Н.І Драгнєва // Режим доступу: www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/.../17.pdf. (дата звернення: 15.11.2021р.)

2. Стативка О. М. Гуманізація соціально-трудова відносин на підприємстві / О. М. Стативка // Бізнесінформ. - 2012. – №10. – С. 180-183.

Гуменюк А.Ф.,
кандидат економічних наук, доцент
(м.Хмельницький)
Комонько О.Я.,
головний бухгалтер ТОВ «Заготсервіс»
(м.Хмельницький)

РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ, ЯК СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В економічній літературі наведено різноманітні підходи до визначення сутності поняття «внутрішній аудит» і його значення в діяльності суб'єкта господарювання. Проте постає необхідність у систематизації та узагальненні наявних дефініцій. Вважаємо за доцільне більш ґрунтовно дослідити трактування поняття «внутрішній аудит».

Необхідно зазначити, що В.В. Бурцев розглядає внутрішній аудит як організовану внутрішніми документами організації діяльність з контролю ланок управління та різних аспектів функціонування організацій, яка здійснюється представниками спеціального контрольного органу в межах допомоги органам управління організації (загальним зборам учасників господарського товариства, спілки або членів виробничого кооперативу, наглядовій раді, раді директорів, виконавчому органу) [6, с. 212].

Таким чином, проведений аналіз підходів до визначення сутності внутрішнього аудиту дав змогу систематизувати основні його трактування, що наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «внутрішній аудит»

Автор	Визначення поняття «внутрішній аудит»
Т.О. Бровко	Внутрішній аудит – це знаряддя управління, що постачає адміністративне й технічне керівництво підприємства результатами виконаного аналізу з питань налагодження ефективної виробничої та ринкової діяльності
Ф.Ф. Бутинець, Н.М. Малюга	Внутрішній аудит – невід’ємна частина загальної системи управління. Створюється на середніх і великих підприємствах, виконує контрольні функції залежно від мети і завдань, покладених на внутрішніх аудиторів підприємства
Н.І. Дорош	Внутрішній аудит як незалежне об’єктивне підтвердження та консультування розроблено для підвищення ефективності та покращення діяльності підприємства
П.Н. Майданевич, О.І. Волошина	Внутрішній аудит – функція, яка дає незалежні, об’єктивні гарантії та консультації, спрямовані на вдосконалення господарської діяльності підприємства, тобто контроль і аналіз фінансової звітності

Внутрішній аудит на підприємстві, як досліджує М.Т. Білуха, характеризується проведенням внутрішніх

аудиторських досліджень та оцінок, інформуванням вищого керівництва про виявлені у їх ході істотні відхилення від обраної стратегії розвитку підприємства, існуючі й можливі ризики, сприянням у розробці заходів з удосконалення системи внутрішнього контролю та системи управління ризиками (за «розумних» витрат), наданням допомоги зовнішнім аудиторам з метою зменшення витрат на проведення зовнішнього аудиту [2, с. 101].

Отже, під внутрішнім аудитом ми розуміємо організовану систему контролю, що діє в інтересах керівництва підприємства або його власників, регламентовану внутрішніми документами, метою якої є дотримання встановленого порядку здійснення бухгалтерського обліку і надійності функціонування внутрішнього контролю.

Належний внутрішній аудит має фіксувати та відслідковувати дотримання суб'єктами контролю вимог чинних законодавчих і нормативних актів щодо ефективності та цільового використання бюджетних або власних коштів, збереження майна, правомірність та ефективність використання фінансових, матеріальних і трудових ресурсів, достовірності бухгалтерського обліку і звітності тощо.

Належно організована робота внутрішнього аудиту спонукатиме працівників підприємства дотримуватися чинного законодавства та нормативних актів, а також розробленої підприємством політики, планів, внутрішніх правил та процедур, вчасно виявляти та знижувати ризик непередбачених витрат чи втрати репутації підприємством.

Розглядаючи питання щодо форми організації служби внутрішнього аудиту на окремому підприємстві, слід зазначити, що це повинно вирішуватися власником або керівником в залежності від цілей та завдань, поставлених

перед даною службою.

Основними етапами організації відділу внутрішнього аудиту на підприємстві є:

1) прийняття керівництвом підприємства рішення про організацію відділу внутрішнього аудиту;

2) складання розпорядчого документа про створення відділу внутрішнього аудиту;

3) розробка положення про організацію та основні аспекти діяльності відділу внутрішнього аудиту;

4) затвердження положення про організацію та основні аспекти діяльності відділу внутрішнього аудиту [14].

До складу служби внутрішнього аудиту мають входити професійно придатні, кваліфіковані кадри, які здатні виконувати покладені на них функціональні обов'язки. Рациональний склад відділу внутрішнього аудиту представлено у табл. 2.

Таблиця 2

Структура служби внутрішнього аудиту та функції фахівців

Фахівець	Функціональні обов'язки
1. Керівник (обов'язково сертифікований аудитор)	Складання планів та графіків перевірок; аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства; контроль виконання наказів керівництва підприємства; консультування; складання звіту про роботу відділу внутрішнього аудиту
2. Фахівець з розрахунків	Аналіз стану розрахунків на підприємстві на відповідність законодавству та ефективність; консультування інших служб підприємства в галузі розрахунків; складання звіту про роботу відділу внутрішнього аудиту (в питаннях розрахунків); надання рекомендацій щодо

	поліпшення стану розрахунків підприємства
3. Фахівець із документальних перевірок	Перевірка відповідності складання документації підприємства вимогам законодавства; консультування інших служб підприємства в галузі документообігу; складання звіту про роботу відділу внутрішнього аудиту (в питаннях документообігу); надання рекомендацій щодо поліпшення стану документообігу підприємства
4. Інші фахівці	Інші обов'язки (залежно від особливостей господарюючого суб'єкта)

Функції внутрішнього аудиту залежать від змісту і специфіки діяльності підприємства. Однак, можна виділити низку типових функцій, притаманних відділу внутрішнього аудиту, незалежно від особливостей роботи підприємства, на якому він проводиться.

До функцій служби внутрішнього аудиту слід відносити:

1) контроль (полягає в контролі за відповідністю роботи підприємства вимогам законодавства та прийнятій політиці самого підприємства);

2) аналітику (полягає в аналізі діяльності всіх служб підприємства);

3) інформаційну функцію (полягає в інформаційному забезпеченні керівництва правдивою, повною та об'єктивною інформацією щодо діяльності підприємства);

4) консультування (полягає в наданні консультацій для підвищення ефективності діяльності кожного відділу окремо та підприємства в цілому) [12].

При проведенні наукових досліджень у рамках даної проблематики доцільно навести негативні аспекти при організації служби внутрішнього аудиту, що призводять до меншої ефективності здійснення внутрішнього аудиту на підприємстві та недовіри до такої системи. Хоча із впровадженням внутрішнього аудиту фірма має істотні переваги, зокрема: виявлення резервів засобів та джерел підприємства, розробка рекомендацій щодо удосконалення системи обліку на підприємстві, що в кінцевому випадку призведе до економії витрат.

Переваги і недоліки впровадження постійно діючої аудиторської служби на підприємстві наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Переваги і недоліки у впровадженні постійно діючої аудиторської служби внутрішнього аудиту на підприємстві

Переваги	Недоліки
1. Ефективна система контролю за господарською діяльністю суб'єкта господарювання	1. Недостатнє виконання принципу не-залежності аудитора
2. Сприяння покращенню якості зовнішніх аудиторських перевірок	2. Можливість помилкового уявлення зовнішніх аудиторів про фінансовий стан підприємства на основі ознайомлення із звітами внутрішніх аудиторів
3. Потреба внутрішнім аудиторам у меншій кількості часу та зусиль для виявлення наявних відхилень	3. Можливість зовнішніх аудиторів з легкістю вказати на прорахунки не лише рядових працівників, але й керівника підприємства

4. Забезпечення потреби підприємст-ва у попередньому, поточному і нас-тупному контролі	4. Менша вартість зовнішніх одно-разових аудиторських послуг, ніж пос-тійний контроль з боку внутрішніх аудиторських служб
--	--

Підсумовуючи вищевикладене, ми вважаємо, що впровадження постійно діючої аудиторської служби на підприємстві у сучасних умовах господарювання має більше позитивних наслідків, ніж негативних. Тому, основними перевагами при впровадженні системи внутрішнього аудиту на, на наш погляд, є виявлення резервів підприємства (у розрізі засобів та їхніх джерел); надання рекомендацій відносно вдосконалення систем бухгалтерського, податкового та оперативного обліку; оцінка ефективності використання ресурсів підприємства. До недоліків впровадження внутрішнього аудиту на підприємстві можна віднести зміну організаційної структури підприємства, що тягне за собою як фінансові, так й інші види витрат, адже організація відділу внутрішнього аудиту вимагає залучення спеціалістів, окремого місця розміщення служби та збільшення документації.

Якщо визначати оцінку ефективності роботи внутрішніх аудиторів, то витрати на утримання служби внутрішнього аудиту звісно набагато менші у порівнянні із позитивним ефектом наслідків її роботи. Функціонування служби внутрішнього аудиту на підприємстві, за умов додержання вимог до її організації, є надійною гарантією недопущення в майбутньому необґрунтованих і незаконних дій працівників підприємства, неправильних та неефективних управлінських рішень.

На нашу думку, ефективність роботи служби

внутрішнього аудиту буде вищою тоді, коли менші її функціональні зв'язки з іншими підрозділами. Обмеження та мінімізація відносин із різними службами мають позитивний вплив на вирішення поставлених проблемних питань. У протилежному разі, їх діяльність розширюється настільки, що результатом роботи стає не вирішення проблем, а їх констатація або фіксування.

У дослідженні аудиторської компанії «Ernst & Young» зауважено на зміщенні пріоритетів діяльності служби внутрішнього аудиту із забезпечення дотримання законодавчих вимог і фінансового контролю за збереженням майна до підвищення рівня покриття ризиків і вирішення актуальних для бізнесу завдань. У цьому ж звіті виокремлено п'ять основних напрямів розвитку функції внутрішнього аудиту в системі управління сучасним підприємством:

- 1) удосконалення процесу оцінки ризиків;
- 2) удосконалення механізмів виявлення і моніторингу нових для бізнесу ризиків;
- 3) встановлення тісного взаємозв'язку завдань служби внутрішнього аудиту і бізнес-цілей підприємства;
- 4) скорочення загальних витрат на служби внутрішнього аудиту без зниження рівня покриття ризиків;
- 5) виявлення можливостей скорочення витрат підприємства у цілому [5].

Цілком доречно погодитися з думкою О. Сметанка та Д. Світенка, що функціонування служби внутрішнього аудиту може послугувати позитивним сигналом для потенційних інвесторів та кредиторів через збільшення їхньої впевненості у раціональному використанні ресурсів, збереженості активів, оптимізації ризиків і відповідності організації діяльності підприємства кращим практикам корпоративного управління [10, с. 155; 9].

Отже, наявність даної служби у корпоративній структурі забезпечить підвищення інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності, стимулювання подальшого розвитку підприємства і, тим самим, суттєву умову максимізації добробуту акціонерів за рахунок зростання ринкової вартості вкладеного ними капіталу.

Висновки і пропозиції. Наявність ефективного внутрішнього аудиту стає невід'ємною складовою успішного розвитку господарської діяльності підприємства в умовах швидких змін зовнішнього середовища, ускладнення процесів управління, розподілу функцій володіння та управління бізнесом.

Під внутрішнім аудитом, ми розуміємо, організовану систему контролю, що діє в інтересах керівництва підприємства або його власників, регламентовану внутрішніми документами, метою якої є дотримання встановленого порядку здійснення бухгалтерського обліку і надійності функціонування внутрішнього контролю, попередження та усунення виявлених недоліків у діяльності суб'єкта господарювання. Служба внутрішнього аудиту також повинна розв'язувати завдання економічної діагностики, розробки фінансової стратегії, оцінки рентабельності комерційних угод. Діяльність внутрішнього аудиту необхідно розглядати не лише як перевірку системи бухгалтерського обліку і звітності, а й як сукупність аудиторських послуг, що здійснюються за вимогою керівництва підприємства та у зв'язку з потребами управління. Вирішення таких проблем спрямоване на зміцнення позицій та авторитету внутрішнього аудиту в Україні.

Список використаної літератури:

1. Андреев В. Д. Внутренний аудит / В. Д. Андреев // Финансы и статистика. – 2003. – 462 с.
2. Белуха Н. Т. Аудит / Н. Т. Белуха // К. : Знание. – 2000. – 769 с.
3. Богданова Ж. А. Аудит / Ж. А. Богданова, П. Н. Майданевич, Е. И. Волошина // Симферополь : Феникс. – 2008. – 700 с.
4. Бровко О. Т. Організаційні аспекти та інформаційне забезпечення внутрішнього аудиту товарних запасів / О. Т. Бровко // Економічні науки. – 2010. – № 3 (53). – С. 48-50
5. Будущее службы внутреннего аудита решается сегодня: преобразование рисков в результаты повысит ее значение : аналитические материалы // Компания «Эрнст энд Янг». – 2012. – 22 с.
6. Бурцев В. В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации / В. В. Бурцев // М. : Экзамен. – 2000. – 320 с.
7. Бутинець Ф. Ф. Контроль і ревізія / Ф. Ф. Бутинець // Житомир : Рута. – 2006. – 560 с.
8. Дорош Н. І. Сутність і призначення внутрішнього аудиту / Н. І. Дорош // Економічні науки. – 2006. – № 1 (35). – С. 41-46
9. Свитенко Д. Внутренний аудит. Зачем? / Д. Свитенко // Режим доступу: <http://quality.eup.ru/SERTIFIC/audit-need.htm>
10. Сметанко О. В. Внутрішній аудит основних засобів в акціонерних товариствах України / О. В. Сметанко // Економічні науки. – 2011. – № 1 (55). – С. 155–160.

11. Сподарик В. Внутрішній аудит: проблеми, методика та організація / В. Сподарик // Економічний аналіз. – 2010. – №6. – С. 503-505.

12. Чуєнков А. Є. Сутність та організація служби внутрішнього аудиту / А. Є. Чуєнков // Режим доступу : <http://soskin.info/ea/2010/7-8/201055zmist.html>

13. Швець А. Г. Суть внутрішнього аудиту та його організація на підприємстві / А. Г. Швець // Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=28156>

14. Ющак Ж. М. Організація служби внутрішнього аудиту як передумова якісного його здійснення / Ж. М. Ющак // Режим доступу: <http://www.stattionline.org.ua/index.php/ekonom/75/11207-organizaciya-sluzhbi-vnutrishnogo-audit-u-yak-peredumova-yakisnogo-jogo-zdijsnennya.html>

Гуменюк А.Ф.,
кандидат економічних наук, доцент
(м.Хмельницький)
Орлова В.О.,
магістрантка
(м.Київ)

ОБЛІКОВІ ОПЕРАЦІЇ З ЕЛЕКТРОННИМИ ГРОШИМА

Швидке просування інформаційних та комп'ютерних технологій, ріст ринку електронної комерції та швидка глобалізація економіки сприяли появі сучасних електронних платіжних інструментів. Одним з найкращих та найбільш інноваційних способів оплати є електронні гроші, які дозволяють здійснювати швидкі та прості платежі в електронній комерції.

Термін «електронні гроші» згідно до постанови Національного банку України №481 «Положення про електронні гроші», визначає їх як одиниці суми, що зберігаються на електронному пристрої, приймаються людьми як засіб платежу крім емітента особами і є грошовим зобов'язанням емітента [3].

Отже, електронні гроші – це символи, які залежать від обмінного курсу, але не існують ніде, крім Інтернету. Ключовими особливостями електронних грошей є: портативність, низька вартість у виробництві, можливість відкрити власний електронний рахунок та контролювати транзакції за допомогою електронної пошти чи SMS. Крім того, електронні гроші неможливо підробити через захист криптографічних алгоритмів.

Електронні кошти мають низку переваг перед готівкою [1]:

1) низька вартість емісії електронних грошей – не треба чеканити монети й друкувати банкноти, використовувати метал, папір, фарбу тощо;

2) збереженість унікальних властивостей – електронні гроші не втрачають своїх якостей із часом;

3) відносна безпека – захищеність від розкрадання, підробки, зміни номіналу тощо.

Недоліком є недосконалість чинного законодавства, що в основному видно з наступного: обмежена кількість розрахунків суб'єктами господарювання та кількість грошей в електронному гаманці обмежена.

Загалом, впровадження та активне використання систем електронних платежів вимагає належних правових норм, спрямованих, з одного боку, на підтримку їх розвитку, а з іншого - на запобігання їх використанню, з метою ухилення від оподаткування та контролю. Ці проблеми потрібно вирішувати, насамперед, на рівні закону, який водночас забезпечить запобігання зловживанням та стимулюватиме розвиток відносин у цій сфері. Чинне законодавство не контролює рух електронних грошей. Для оплати електронними грошима в будь-якій платіжній системі відкривається спеціальний рахунок - «електронний гаманець», укладаючи з ним договір. Ви можете ввести, вивести або поповнити гроші у свій гаманець різними способами: стреч-картками; банківськими переказами; пересилання поштою; шляхом внесення готівки

Таблиця 1 – Типова кореспонденція відображення операцій з обліку електронних грошей [2]

№	Господарська операція	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	2	3	4
1	Поповнення платіжної картки (електронного гаманця або електронного чеку) з поточного рахунку в національній валюті	335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»
2	Визнано комісію за поповнення платіжної картки	92 «Адміністративні витрати»	333 «Грошові кошти в дорозі в національній валюті»
3	Здійснено оплату товарів за допомогою електронного гаманця через підзвітну особу	372 «Розрахунки з підзвітними особами»	335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті»
4	Включено до первісної вартості ціна товару без ПДВ, придбаного	281 «Товари на складі»	372 «Розрахунки з підзвітними особами»

Економіка XXI століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2021. Вип. 4. 140 с.

	електронними грошима		
5	Відображено податковий кредит з ПДВ	641 «Розрахунки за податками»	372 «Розрахунки з підзвітними особами»
6	Якщо підзвітною особою витрати не затверджені – вона самостійно поповнює смарт-картку	335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті»	372 «Розрахунки з підзвітними особами»
7	Відображено оплату комісії за використання електронних грошей	92 «Адміністративні витрати»	335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті»
8	Відображено перерахування залишку електронних грошей на поточний рахунок	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті»

Таким чином, з точки зору бухгалтерського обліку, рахунок 335 «Електронні гроші, номіновані в національній валюті», використовується для відображення інформації про електронні гроші, яка реєструється, тобто зберігається в електронному платіжному інструменті та використовується

суб'єктом господарювання в обмін на безготівкові кошти та лише для розрахунків з продавцями за товари в електронному вигляді, придбані на виробничі та/або господарські потреби, що виражені в гривнях.

Інформація про рух грошових коштів у «Балансі (Звіті про фінансовий стан)» викладена в розділі 2 активу «Оборотні активи». Інформація про наявні кошти також міститься у Примітках до річної звітності.

З наведеної вище інформації можна зробити висновок, що електронні гроші відіграють важливу роль у сучасних грошових системах. Впровадження електронних грошей призведе до створення спільної валюти у світі з центральною емісією, що змінить роль центральної емісії в банках та призведе до змін у правовому просторі. І можна впевнено стверджувати, що в майбутньому електронна валюта буде ще сильнішою і збільшить популярність віртуальних платежів.

Список використаної літератури:

1. Гапченко Л. Особливості фінансового обліку електронних грошей / Л. Гапченко, Д. Костенко // Черкаси: ЧННІ ДВНЗ «Університет банківської справи», 2017. – С. 77 – 80.

2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій / Мінфін України; Інструкція від 30.11.1999 № 291 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99> (дата звернення 03.05.2021).

3. Положення про електронні гроші в Україні [Електронний ресурс]: затверджене постановою) Правління

Економіка XXI століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2021. Вип. 4. 140 с.

НБУ від 04.11.2010 р. № 481. - Режим доступу :
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1336-10> (дата звернення
03.05.2021).

Думанська К.С.,
Доктор економічних наук., доцент
(м. Хмельницький)

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНТЕРНЕТ – ПРОСТОРІ

Проблеми організації логістичних процесів для промислового та побутового споживача є однією з ключових особливостей розвитку сучасного маркетингу. Наукові дослідження та практичний досвід доводять необхідність розвитку маркетингових технологій у різних сферах діяльності, зокрема, – Інтернет-просторі. І оскільки Інтернет платформа стає дедалі актуальнішою площадкою для спілкування та товарообміну, проблеми реклами, просування товарів і послуг набувають ключового значення як для користувачів-продавців, так і для користувачів-покупців товарів та послуг. Вирішенням проблем організації та стимулювання маркетингової діяльності в Інтернет-просторі є поява та поширення такого інструменту охоплення користувачів як Інтернет-маркетинг на основі SEO-платформи.

Згідно подій останніх років, за умов пандемії, Інтернет-ресурс набув свого найбільшого значення і став суспільною платформою не тільки спілкування для задоволення, а спілкування за необхідністю. З кінця 2019 року активувалися Інтернет-торгівля та доставка різноманітних товарів (від товарів широкого вжитку, продуктів харчування до автомобілів та меблів). А вже на у середині 2020 року світ спостерігає фінансове посилення та географічну диверсифікацію компанії Amazon на чолі із її засновником,

Джозефом Безосом, який і зараз утримує першість на сходинках Forbs. І цей фінансовий успіх світового масштабу було досягнуто завдяки Інтернет-ресурсам і технологіям, що стали незамінними супутниками громадян у країнах світу в період пандемічного періоду та адаптивного карантину.

Особливого значення за останні роки набуває і Інтернет-маркетинг, оскільки є основною рушійною силою Інтернет-торгівлі на основі різноманіття рекламних технологій. Ефективний Інтернет-маркетинг – це система та розуміння комплексного підходу до створення маркетингового продукту в Інтернет – просторі. Сутність Інтернет-маркетингу полягає у формуванні стійкої та довготривалої системи зацікавлення користувачів, формування клієнтської бази та моделювання Інтернет-продажів.

Систему Інтернет-маркетингу засновано на чіткій послідовності формування логічного ланцюжка концептуального базису, що складається з 3-х етапів, а саме:

1. Формування концептуальної стратегії Інтернет-маркетингу (pre-click marketing) з таких інструментів як: аналіз власного бізнесу та рекламного продукту, визначення та сегментування клієнтської аудиторії, формування системи вимог та очікувань потенційної аудиторії, дослідження ринку та конкурентів, позиціонування на ринку, постановка цілей, розробка стратегії та способів її реалізації.

2. Побудова системи Інтернет-продажів у вигляді залучення трафіку на сайт, конвертації клієнтів, роботи з наявними клієнтами, аналітики і тестування. Залучення трафіку, зокрема, – є базисом системи Інтернет-продажів, що формується на основі таких факторів, як контекстна реклама, пошукове просування SEO, просування в соціальних-мережах (SMM), цільова (target) реклама, банерна реклама, crowd

marketing (блоги, формуми, спільноти – viber, телеграм-канал), PR-прес-релізи та публікація статей, відео-реклама, мобільний маркетинг тощо.

3. Масштабування шляхом забезпечення можливості нарощування кількості Інтернет-послуг та акумуляції бізнес-ідей, які згодом можна перетворити на новий напрям розвитку бізнесу. Важливим аспектом масштабування є зростання продуктивності за умов збільшення ресурсів, а також можливості зростання результативності додаткових інвестицій.

В контексті дослідження варто зазначити, що технології сучасного Інтернет-маркетингу розвиваються динамічно: щорічно спектр маркетингового інструментарію в мережі поповнюється новими платформами, які забезпечують можливість спілкування та обміну (думками, товарами. послугами).

Розглядаючи електронний логістичний інструментарій зазначимо, що сучасна структура Інтернет-маркетингу є чіткою і складається з таких аспектів:

1. Сайт – сукупність об'єднаних змістом електронних матеріалів і web-сторінок, доступних у мережі Інтернет. Для характеристики зручності сайту прийнято використовувати поняття «usability». І оскільки сайт є основним рекламним майданчиком, ефективність роботи якого характеризується поняттям usability (від англ. «зручність») – сайт є тим Інтернет ресурсом, що створює здатність продукту бути зрозумілим, легко вивчатися, використовуватися і бути привабливим для користувача в заданих умовах. Властивість системи, продукту або послуги, при наявності якого конкретний користувач може експлуатувати систему в певних умовах для досягнення встановлених цілей з необхідною

результативністю, ефективністю та задоволеністю – належать до основних характеристик сайту.

2. Контент-маркетинг, основною метою якого є створення змістовної інформаційної бази для користувача, щоб бути корисним і цікавим, а також завойовувати довіру завдяки професійним порадам у вирішенні тих чи інших проблем стосовно наявних товарів чи послуг. Завданням контент-маркетингу є формування у споживача певних поглядів стосовно відповідної сфери діяльності, групи товарів, людей тощо. Майданчики для контенту можуть бути абсолютно різними, на кшталт соціальних мереж, блогів (юридичних і фізичних осіб), історій спілкування, e-mail адрес фірм і клієнтів, on-line презентацій вебінарів, конференцій. При формуванні контент-маркетингу варто враховувати таку психологічну особливість користувача, як пошук відгуків про товари та послуги, тому конвент організації або особи має відображати позитивне бачення відповідного продукту з метою залучення та утримання потенційного клієнта.

3. Клієнт-маркетинг (або системи лояльності до клієнтів) застосовується як «бонусний конвент», що пропонує клієнтам вигідні акції та знижки, адже будь-який споживач при замовленні та купівлі продукту націлений на отримувати від продавця певні додаткових вигод. Саме акційні пропозиції спонукають споживача до обирання того підприємства, яке готове нагороджувати своїх постійних клієнтів, проте за умови, що бонуси – це реальні знижки, а подарунки – потрібна споживача річ для покупця.

4. Трафік-менеджмент в контексті Інтернет-маркетингу є інструментом формування та корегування напрямів інформаційних потоків до відвідувачів з урахуванням того, що трафік інтернет-маркетингу – це кількість відвідувачів

сайту за одиницю часу (день, тиждень, місяць). Поняттям «трафік» поєднується з поняттям «конверсія», а конверсією в Інтернет–маркетингу називають відношення кількості користувачів, які здійснили на сайті цільову дію (підписка, придбання товару чи послуги, перехід за посиланням), до загальної кількості відвідувачів сайту (трафіку).

За даними американської міжнародної компанії з маркетингових вимірювань в індустрії товарів повсякденного попиту, Nielsen Media Research, з 2018 року спостерігається особлива активізація інвестування рекламодавців у розвиток Інтернет-комунікацій, як одного з найбільш швидких та зручних інструментів логістики [1] (таблиця1).

Таблиця 1 – Розмір інвестування рекламодавців у Інтернет-комунікації за період 2014 – 2020 рр.

Рік	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Сума вкладень	2115	2355	3140	4344	9540	14516	18920

Як бачимо, за досліджуваний період з 2014 до 2020 рр. рівень інвестування у розвиток Інтернет-комунікацій такої активної та зацікавленої групи Інтернет-користувачів, як рекламодавці, значно посилюється за останні 3 роки, що можна пояснити розповсюдженням різноманітних платформ комерційних та бізнес-платформ у всесвітній мережі. Таким чином стає очевидним, що все більшої ваги у розвитку маркетингових технологій набуває цифровий маркетинг, який передбачає застосування різноманітних форм цифрових каналів для просування виробника/продавця та його продукту. Серед інструментів цифрового маркетингу є не тільки Інтернет, а також медіа, телебачення.

За визначенням професора Окландера М.С., цифровий маркетинг – це вид маркетингової діяльності, що за цифровими каналами на основі цифрових методів дозволяє адресне взаємодіяти з цільовими сегментами ринку у віртуальному та реальному середовищі [2].

Цифровий маркетинг використовує такі основні інструменти застосування:

1. SEO (search engine optimization) – оптимізація сайту у пошукових системах, просування сайту на першу сторінку видачі інформації пошуковими системами.

2. SMM (social media marketing) – соціальний медіа маркетинг, медійна реклама у формі відеороликів або статичних зображень, що розміщено на стрінках сайту.

3. SMO (social media optimization) – реклама в соціальних мережах, блоги, форуми.

4. SEM (search engine marketing) – маркетингова діяльність на пошукових сайтах, спрямована на збільшення відвідувачів сайту і підписників.

5. Ремаркетинг – перенацілювання, багаторазовий показ вже відомої Інтернет-реклами.

6. Wed-аналітика – аналітична діяльність у сфері цифрового маркетингу.

Сучасний цифровий маркетинг заснований на використанні QR-кодів та доступу до платформ Instagram, Twitter, Facebook, Foursquare, Youtube, LinkedIn, Company Blog. На рисунку 1 продемонстровано активність застосування соціальних мереж на різних ринках Інтернет-користувачів.

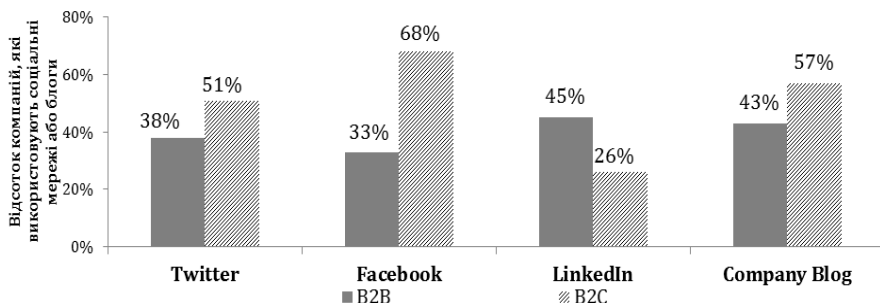


Рис. 1 – Використання соціальних мереж для комунікації на різних типах ринку [3].

Аналіз активності застосування соціальних мереж на ринках фізичних і юридичних осіб Інтернет-користувачів свідчить про переважне застосування мережі Facebook серед фізичних осіб (68%) і, відповідно, мережі LinkedIn – серед організацій.

У підсумку варто зазначити, що організаторами маркетингової діяльності в Інтернет-просторі є фірми-виробники, а в більшості фірми/компанії – посередники та представники торговельних мереж, в той час як стимуляторами розвитку маркетингової діяльності в Інтернет-просторі є ми з Вами – представники суспільства, споживачі, користувачі, клієнти. Таким чином, розвиток інструментарію маркетингової діяльності у Інтернет-просторі залежить від активності попиту на товари і послуги Інтернет-торгівлі, яка, в свою чергу, знаходиться під впливом зовнішніх ситуаційних факторів економічного та соціокультурного оточення.

Список використаних літератури:

1. Nielsen international agency report. (2020). Available at: <https://www.nielsen.com/eu/en/solutions/measurement/advertising-expenditure>
2. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя : [монографія] / авт. кол М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.] ; за ред. д.е.н. проф. М.А. Окландера. – Одеса: Астропринт, 2017. – 292 с.
3. Звіт міжнародного агентства Forrester. URL: <https://www.forrester.com/report/Marketing's+New+Key+Metric:+Engagement/-/E-RES42124>.

Купратий Д.В.,
магістрант
(м. Київ)

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ, ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ ТА РОЛЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Найбільш важливою та значною частиною оборотних активів підприємства є виробничі запаси, саме їх використовують підприємства для здійснення господарської діяльності усіх форм власності та галузей економіки. Виробничі запаси формують економічні ресурси, вони є складовою частиною групи матеріальних ресурсів суб'єктів господарювання та займають домінуючі позиції у структурі витрат підприємств.

Запаси є необхідною умовою і в той же час основою функціонування будь-якого виробничого, комерційного та іноді навіть сервісного підприємства. У виробничих одиницях запаси, сировина і необхідні матеріали для виробництва є основою для підтримки безперервності виробничого процесу, а вироблена готова продукція та товари на складах і магазинах, є також основою для підтримки стабільних рівнів запасів, що дозволяють задовольнити очікування і потреби клієнтів. Таким чином, рівень запасів, який повинен, бути на підприємстві, залежить від двох факторів, з одного боку, від рівня виробництва, а з іншого від рівня продажів, в той же час слід зазначити, що обидва ці фактори залежать один від одного. Тому обсяг запасів повинен залежати як від обсягу виробництва, так і від обсягу продажів.

Головною метою ведення господарської діяльності підприємств є отримання позитивного фінансового

результату, а правильне ведення контролю і обліку виробничих запасів і раціональне їх використання гарантує успішне ведення бізнесу. Для початку, потрібно розібратись, що являє собою економічна категорія «запаси», яка її класифікація та які вона має особливості.

Уперше в Україні категорія «запаси» появилась на початку 90-х років XX ст., саме тоді в 1999 році 16 липня був прийнятий Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». [1]

Усі засади та теоретичні аспекти формування інформації про запаси сформульовані в Положеннях (Стандартах) Бухгалтерського Обліку №9 (далі скорочення П(С)БО). Якщо брати до уваги міжнародні стандарти вся інформації про запаси сформульована в М(С)БО міжнародні стандарти бухгалтерського обліку. Національні стандарти України ґрунтуються на міжнародних засадах тому поняття та економічна категорія запаси є цілком однаковими, але для порівняння можна глянути на таблицю 1.1.1, на котрій зображено дефініцію запасів згідно з міжнародними та національними стандартами. [2, 3]

Після дослідження зарубіжної літератури стосовно економічної категорії запаси можна стверджувати, що запаси називають певною кількістю продуктів, сировини, а навіть грошовими еквівалентами, які збираються на підприємстві для їх зберігання до тих пір, поки не виникне необхідність їх використання. А також деякі зарубіжні автори описують запаси, як будь-які матеріальні блага, які не були упорядковані індивідом в даний момент, і які були отримані для того, щоб споживати їх у майбутньому. В загальному, запаси можна розуміти як різні види матеріальних ресурсів, які потрібні людині на різних етапах всього економічного процесу.

Після проведення аналізу та досліджень української літератури та думки різних авторів можна стверджувати про неоднозначність в підході до терміну виробничі запаси. В більшості національних термінах є відокремлення під категорії виробничі запаси від економічної категорії запаси, чого не скажеш щодо міжнародної літератури. Розглянемо пару прикладів тверджень українських авторів щодо категорії «запаси» та «виробничі запаси».

Кодрянський А.В. та Бірюкова І.К. розуміють під виробничими запасами різноманітну сировину, паливо, матеріали, засоби праці, які підприємство скуповує для процесу виробництва власної продукції та задоволення своїх інших потреб. Також на їхню думку не всі засоби праці належать до категорії виробничих запасів, тобто лише ті запаси, котрі відносяться до засобів та МШП (малоцінні та швидкозношувані предмети). [4, с.276]

За розумінням Карєва В. те, що вчора було куплено як товари, завтра може бути сировиною чи матеріалами, або ж навпаки. Тому він вважає що поділ виробничих запасів по типу паливо, сировина, матеріали тощо являється умовним. [4, с.277]

Загородній В.П. акцентує увагу саме на істотному місці, котре займають запаси серед підприємств та надає їм визначення: Виробничі запаси – це оборотні активи, що включають у себе такі категорії, як: сировина, основні та допоміжні матеріали, паливо, запасні частини, будівельні матеріали та МШП. [4, с.277]

Якщо брати до уваги думки вчених-економістів погляди щодо категорії виробничі запаси дещо розмежовуються. Деякі наголошують на тому, що виробничі запаси – це предмети праці, які ще не були залучені у виробничий процес і знаходяться на складі підприємств. [5]

Інші вчені ототожнюють поняття виробничих запасів і запаси матеріально-технічних ресурсів.

Вчені-економісти в економічній літературі поняття запасів

поділяють на оборотні засоби, наприклад:

- 1) виробничі запаси;
- 2) незавершене виробництво;
- 3) витрати майбутніх періодів.

Проаналізувавши літературу та думки різних вчених, економістів та бухгалтерів, можна зробити висновки, що:

1. поняття виробничих запасів більше притаманне для української літератури та вчених, в міжнародному розумінні виробничі запаси не відокремлюють від категорії запасів,
2. більшість вчених-бухгалтерів відносять МШП до складу виробничих запасів, на відмінну від вчених-економістів.

Дефініцію виробничі запаси різні вчені трактують майже однаково, окрім вище наведених прикладів, одні вчені більш узагальнено, інші більш деталізовано. Після висновків, щодо категорії виробничих запасів, можна розібратись з чого саме складається ця категорія та які є види запасів.

Для ведення обліку, для правильної організації аналізу та планування а також контролю на підприємстві необхідна класифікація запасів. Згідно з П(С)БО № 9 «Запаси» класифікуються на:

- сировину, основні та допоміжні матеріали,
- незавершене виробництво,
- готова продукція,
- товари,
- МШП – малоцінні та швидкозношувані предмети,

- Сільськогосподарська продукція, біологічні активи, продукція лісового господарства.

Виходячи з тієї ролі, яку виконують запаси в виробничому процесі, їх ділять на також такі групи: сировина і основні матеріали, допоміжні матеріали, покупні напівфабрикати, запасні частини, відходи (поворотні), паливо, тара і тарні матеріали, інвентар і господарські приналежності.

Сировина та основні матеріали - предмети праці, з яких роблять продукт і які складають матеріальну базу продукту. Сировиною позначають сільгосппродукцію та продукцію добувної промисловості (молоко, зерно, бавовна і т. д.), а матеріалами - продукцію обробної галузі (тканина, борошно, цукор та інші).

Допоміжні матеріали застосовують для впливу на сировину і основні матеріали, для догляду за знаряддями праці, для додання продукту особливих споживчих властивостей і для спрощення процесу виготовлення продукції.

Слід взяти до уваги, що поділ матеріалів на основні і допоміжні несе умовний характер і найчастіше залежить від обсягу матеріалу, який використовується у виробництві різноманітних видів продукції.

Зворотні відходи у виробництві - це залишки сировини і матеріалів, які виникли в результаті їх переробки в готову продукцію, частково або повністю позбувшись споживчих якостей первісної сировини і матеріалів (дерев'яна тирса, металева стружка та інші).

Напівфабрикати - це сировина і матеріали, які пройшли різні етапи обробки, але не стали ще готовим виробом. У виготовленні продукції вони виконують таку ж

роль, як і основні матеріали, тобто складають їх матеріальну основу.

Тара - це такі предмети, які застосовуються для перевезення, упаковки, зберігання різних видів матеріалів і продукції (багатооборотна тара, дерев'яні ящики, коробки).

Паливо ділиться на господарське (для опалення приміщень), технологічне (для технологічних завдань), рухове (пальне).

Запасні частини необхідні для підтримки в робочому стані основних засобів у виробничому процесі. Їх використовують для ремонту і зміни використаних деталей машин і обладнання.

Інвентар та господарське приладдя - це та частка запасів підприємства, яка вживається у вигляді засобів праці протягом не більше 12 місяців або звичайного операційного циклу, коли він більше 12 місяців. У своїй суті інвентар і господарське приладдя є засобами праці, які входять до склад засобів в обороті.

Запаси класифікуються за кількома критеріями, що відбувається відповідно до раціональності економіки. Серед найбільш поширених критеріїв можна перерахувати[6 с.29]:

- Загальні критерії згідно з стандартами бухгалтерського обліку
- економічні критерії,
- критерій «система гілок»,
- методика ABC,
- методика XYZ,
- інші критерії.

За економічним критерієм запаси діляться умовно на правильні, які необхідні для підтримки належного ходу будь-яких економічних процесів, і неправильні, які являють собою

ресурси, що не входять в обіг. Серед правильних перераховуються запаси :

- поточні, які є результатом реальних потреб споживача, які виникають в результаті підприємницької діяльності,
- резервні, які підтримують стабільне виробництво, їх зберігають протягом певного періоду часу, щоб запобігти перебої в разі збою поставок,
- сезонні, зберігаються в невеликій кількості через сезонні коливання виробництва, продажу або постачання.

А серед умовно неправильних перераховуються запаси:

- надмірні, мають місце в разі перевищення кількості правильних запасів, в той же час вони не викликані збільшенням рівня виробництва, це запаси товарів, що використовуються в підприємстві, однак у кількості, що перевищує їх попит,
- зайві, вони являють собою товари, які не мають свого застосування у діяльності підприємства, в той же час їх використання не має значення в плані попиту, тому їх необхідно якомога швидше ліквідувати.

«Система гілок» застосовується при звітності, обліку та плануванні підприємства, а також національної економіки. Цей критерій включає в себе систематичний перелік запасів відповідно до галузей виробничої промисловості, де запаси розділяються на позначені відповідними цифровими символами галузі, підгрупи, групи, асортименти і сорти.

Класифікація ABC - це класифікація запасів, що враховує заморожений в них капітал, запаси групуються в ній за принципом від найменшої до найбільшої вартості, де перераховуються три класи :

- клас А, його утворюють запаси загальною вартістю близько 80%, вони вимагають залучення дуже великої кількості капіталу, тому їх слід ретельно контролювати,
- клас В, утворюють запаси загальною вартістю близько 15%, вимагають залучення великої кількості капіталів, визнаються стандартними, проте підлягають плановому утриманню і контролю,
- клас С, його утворюють запаси загальною вартістю близько 5%, вважається, що вони являють собою певну групу товарів, необхідних для виробництва і серед них не повинно бути недоліків та зіпсованих товарів, навіть якщо це вимагає великих витрат, пов'язаних з тривалим зберіганням.

Список використаної літератури:

1. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 №996-XIV [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. — Режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 "Запаси" [Електронний ресурс]: затверджено Комітетом з міжнародних бухгалтерських стандартів від 01.01.2005. — Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_021

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси" [Електронний ресурс]: Наказ Мінфіну України від 20.10.1999 № 246. — Режим доступу: www.minfin.gov.ua

4. Бондаренко Н.М. Сутність та класифікація виробничих запасів на підприємстві / Н.М. Бондаренко, А.М. Яресько // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 4. – С. 273–281.

5. Дмитренко А.В. Економічна сутність поняття виробничі запаси / А.В. Дмитренко, І.В. Балабась // Економіка і регіон. – 2016. – № 2 (57). – С. 149–152.

6. Гудзенко Н.М. Виробничі запаси як об'єкт обліку та їх класифікація / Н.М. Гудзенко, Ю.В. Гибало // Матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих науковців. – Вінниця, ВНАУ. – 2016. – С. 28–31.

Маковоз В.В.,
магістрант
(м. Київ)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Сучасний етап розвитку світової банківської системи протікає в умовах загострення конкуренції та кризових явищ на фінансових ринках. Одним із основних факторів успішного розвитку банківської діяльності виступає політика постійних нововведень. В даний час інновації є ключовим фактором стабільності, конкурентоспроможності та сталого економічного зростання банків.

Поточні реалії банківського бізнесу дозволяють явно виділити три основні каталізатора банківської інноваційної діяльності: глобалізацію світових фінансових ринків та ринків банківських послуг, зростаючу конкуренцію зі сторони банківського та небанківського секторів, світова фінансова криза. Описувані явища значно впливають на якісний і кількісний склад гравців ринку банківських послуг та призводять до ключових змін у поведінці споживачів, таким чином залишаючи банкам єдину можливість зберегти та збільшити свої конкурентні переваги за допомогою запровадження інновацій, напрямок яких і визначає стратегію розвитку банківського сектора у середньостроковій перспективі.

Проведення інноваційної політики у кредитній організації не повинно протікати стихійно. Позитивного ефекту від впровадження інновацій можна досягти тільки за наявності можливості управління інноваційним процесом, що не є можливим без чітко виділеної морфології банківських

інновацій, яка як мінімум дозволила б розрізняти інновації та видозміни.

Інновації як ключовий фактор стабільності та забезпечення конкурентоспроможності у банківській сфері розглядали у своїх роботах Б. Мізюк, І. Балобанов, А. Астахова, Викулов, О. Глущенко, М. Шуба.

Інновації є результатом інтелектуальної праці та технологічних розробок, спрямованих на вдосконалення кредитної діяльності організації.

Чи не кожне нововведення можна по праву вважати інновацією. Необхідна наявність низки обов'язкових властивостей, серед яких: певний ступінь новизни, здатність задовольнити ринковий попит та комерційну реалізацію. Іншими словами, інноваційні банківські продукти та послуги повинні мати вищі споживчі якості в порівнянні з наявними аналогами, бути більш привабливими для клієнтів банку і задовольняти потенційний попит нових споживачів.

Постає необхідність визначення «банківська інновація». Чіткого визначення, сучасною літературою, даного поняття немає, тому варто розглянути більшою мірою відомі погляди.

На думку Астахової А. «... банківська інновація це реалізований у формі нового банківського продукту чи операції кінцевий продукт інноваційної діяльності. Таке трактування вузьке і не охоплює напрям удосконалення технологій. Ураховуючи той факт, що на ринку представлений широкий спектр банківських послуг та продуктів, більшої уваги потребують саме технології, які використовуються банками для надання послуг. Їх безпечність, надійність, швидкість є запорукою ефективної діяльності банку» [1].

Мізюк Б. визначає банківську інновацію як «...синтетичне поняття про діяльність банку у сфері інноваційних технологій, направлене на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування і розміщення ресурсного потенціалу за допомогою нововведень, які сприяють клієнтам в отриманні прибутку» [2].

Узагальнюючи вищесказане зробимо висновки, що інновація є ринковою реалізацією нової ідеї. У банківській галузі інноваціями можна вважати економічну реалізацію нового банківського продукту чи послуги, значне покращення вже існуючого, а також запровадження нового технологічного, маркетингового, управлінського чи організаційного методу ділової практики ведення бізнесу.

Досвід розробки нових банківських продуктів, послуг та технологій вітчизняного ринку переважно спирається на світову практику. Український банківський сектор у своєму розвитку проходить ті самі етапи, як і банківські системи розвинених країн.

Варто зазначити, що через відсутність процедури оформлення патентів на банківські продукти та послуги будь-які види банківських інновацій після закінчення достатньо невеликого періоду часу інноваціями повною мірою не будуть, оскільки набудуть широкого поширення на ринку та серед конкурентів.

Примітний той факт, що українські банки переймають не лише успішні західні практики впровадження нових продуктових лінійок, а також інформаційні технології, ключові методичні аспекти управління банком, технологічні аспекти відповідних бізнес-процесів. Проте доцільно розпочати розгляд саме з реорганізації банківської діяльності щодо формування принципово нових видів товарів та послуг,

багато хто з яких спричинили у себе розвиток нових ринків зі своїми типами споживачів.

Історія становлення та розвитку банківського сектора демонструє, що до 80-х років минулого століття норма прибутку при традиційному кредитуванні залишалася на високому рівні, проте з часом її значення почало стрімко знижуватися. У спробах розширити базу прибутковості і вийти за рамки ролі фінансового посередника банки переключили свою увагу з маркетингу товару на маркетинг споживача та впровадили стратегію швидкого реагування на будь-яку зміну споживчого попиту, що призвело до виникнення нових банківських товарів, послуг та видів діяльності. Перерозподіл ресурсів із традиційних видів діяльності та звільнення з ринку позикового капіталу стали причинами того, що вже наприкінці 90-х років. XX ст. орієнтація на розробку нетрадиційних продуктів та послуг стала основою інноваційного розвитку світових банківських систем.

У світовому досвіді створення нових банківських продуктів та послуг можна виділити кілька ключових етапів.

По-перше, пошуки нових продуктових та технологічних рішень на вже існуючих ринках призвели до виникнення таких нововведень, як депозитні та інвестиційні сертифікати, кредитні та депозитні інструменти з плаваючими відсотковими ставками, різні види облігацій (з глибоким дисконтом, серійних, облігацій участі), депозитні осередки, фінансові операції з дорогоцінними металами, практика поруки при скоєнні іпотечних та інших кредитних угод та багатьох інших. Банки стали надавати також інформаційно-консультаційні послуги.

По-друге, в певний момент кредитні організації стали виходити на принципово нові сегменти ринку, відкриваючи

собі страховий бізнес, фінансовий лізинг, довірче управління капіталом та інвестування в нерухомість. Варто відзначити, що практика освоєння нових ринків і нових продуктових лінійок українськими банками дещо відрізнялася від західної з огляду на наявність різноманітних законодавчих обмежень, наприклад, у страховій або лізинговій діяльності.

У світовій банківській практиці прийнято виділяти такі групи банківських інновацій залежно від напряму розвитку відповідної продуктової групи з метою задоволення певних потреб клієнтів [4]:

1. Інновації на нетрадиційних сегментах ринку (страховий бізнес, фінансовий лізинг, інвестиції у нерухомість, трастові операції).

2. Інновації фінансово-ринкового ринку (ринок похідних фінансових інструментів).

3. Інновації традиційних сегментів ринку позичкового капіталу (збільшення ефективності фінансового посередництва, депозитні сертифікати, облігації з плаваючою відсотковою ставкою та інше).

Таким чином, серед основних тенденцій розвитку банківських інновацій необхідно в першу чергу відзначити зсув акценту з цінових та кількісних характеристик фінансових продуктів на сервісні та якісні характеристики, такі, як індивідуальний підхід до клієнта, швидкість та якість його обслуговування. Основна маса запитів клієнтів спрямована на екстериторіальність та безперервність роботи систем, що змушує банки фокусуватися на коштах управління незалежно від місцезнаходження та часу доби, загальнодоступності, множинності каналів доступу та інтерактивності обслуговування, проведення операцій у режимі реального часу та мінімізації ручної обробки операцій.

Інновації у зазначених областях обумовлені як змінним клієнтським попитом, і широким розвитком інформаційних технологій. В даний час фінансовий ринок та ринок ІТ-технологій тісно переплетені, і ця взаємодія носить двосторонній характер. З одного боку, розвиток нових інформаційних технологій пропонує інноваційні рішення для банківського бізнесу, що дозволяють значно збільшити ефективність роботи фінансової організації та підвищити якість послуг, що надаються клієнтам, що стимулює появу певних нововведень та в наборі пропонованих банківських продуктів та послуг. Водночас і бурхливий розвиток банківського сектора призводить до прискорення інформаційних розробок в інших галузях економіки, тому що ІТ-компанії намагаються задовольнити зростання попиту на інноваційні рішення з боку фінансових організацій.

Список використаних джерел:

1. Астахов, А. Як виглядає інтернет-банкінг по-українськи. Вилучено з <http://ua.prostobank.ua>.
2. Мізюк, Б. М. Стратегічне управління. Львів: Магнолія. 2013.
3. Карчева І. Я. Теоретичні та практичні аспекти забезпечення ефективності інноваційної діяльності банків. Бізнес Інформ. 2014. № 6. С. 343- 347.
4. Faruque O., Biplob Kabir N. Establishment of Fullfledged Virtual Banking in Bangladesh: Measures to Overcome Obstacles. International Journal of Economics. Finance and Management Sciences. 2016. Vol. 4. No. 1. P. 26-30.

Миколук С.І.,
магістрант
(м. Хмельницький)

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

Одне з важливих завдань для підприємств різних форм власності є пошук ефективних методів управління працею, що забезпечує активізацію людського фактора. Для отримання результатів вирішальним причинним фактором є їх мотивація.

Мотивація є важливим елементом в управлінні персоналом, оскільки спонукає персонал до праці і цим веде до задоволення особистих потреб працівників. Мотивація – це сукупність зовнішніх та внутрішніх рушійних сил, що спонукають людину здійснювати діяльність, спрямовану на досягнення певних цілей, із витратою певних зусиль, із певним рівнем старання, сумлінності та наполегливості [1].

На підприємстві мотивація відіграє важливу роль і є основним носієм інтересів працівників. Окремі предмети, дії інших людей та багато інших цінностей, які можуть бути запропоновані працівнику у компенсацію за його підвищені розумові чи фізичні зусилля та виступати як стимули.

На сьогоднішній день недооцінка потенціалу та інтелектуальних ресурсів людей, які працюють у організаціях є суттєвим недоліком вітчизняних підприємств. Дуже важливо, щоб персонал організації діяв, як єдина команда і досягав поставленої мети, знаючи про своє значення і при цьому зберігаючи мотивацію.

Величезну роль діяльності підприємства грає стимулювання, так воно спрямоване на мотивацію працівника до ефективної та якісної праці, що сприяє отриманню певного прибутку та покриває витрати роботодавця на організацію процесу виробництва.

Стимул є зовнішнім впливом на людину або групу людей, з метою спонукати до будь-якого результату. [2, с. 83] Стимулювання праці – це спосіб впливу на трудову поведінку працівника через мотивацію.

Перш ніж почати говорити про управління мотивацією та стимулювання персоналу треба позначити цілі цих процесів. Тут безпосередньо треба враховувати інтереси сторін роботодавця та працівника. Для роботодавця метою насамперед є досягнення економічного ефекту, результатів організації, а для працівника у свою чергу - отримання різних соціальних та економічних благ.

Економічна ефективність організації визначається кількістю та якістю праці, яку працівники організації погодяться надати або витратити, що можливо за наявності соціальних благ, отже, певного рівня соціальної ефективності. Досягти соціальної ефективності можна тоді, коли організація перебуває у стійкому економічному становищі та отримує прибуток, що дозволяє вирішувати соціальні завдання, задовольняти інтереси та очікування працівників [3].

Таким чином можна сказати, щоб складовою ефективного управління персоналом є мотивація та стимулювання праці персоналу. Під якими розуміється відношення ступеня досягнення цілей організації та цілей працівників витратами на персонал.

При управлінні мотивацією та стимулюванням персоналу виникає період співпраці між роботодавцем та працівником організації. Тут йдеться про два види стимулів:

довгострокові та короткострокові. Передбачається, що керівництво формує у працівників ці стимули. Довгострокові пов'язані із загальними цілями працівника та роботодавця – для чого він прийшов до організації, який позитивний продукт виробляє чи може зробити. Короткострокові пов'язані з конкретною діяльністю працівника – стимулювання виконання виробничих планів, визначених проєктів.

Якщо розглянути стимул щодо мотивації, то довгострокова мотивація сприяє досягненню певних професійних цілей. Короткострокова мотивація впливає на якість виконання конкретної трудової діяльності. Дуже важливо виходячи з цілей роботодавця формувати у співробітників довгострокові та короткострокові стимули та мотиви, щоб і працівник, і роботодавець знали, чого бажає кожен і що за це отримує.

На мотивацію співробітників впливають методи стимулювання. Коректно підібраний метод стимулювання кожного співробітника сприяє високій оцінці мотивації. Тому щоб забезпечити відповідні умови праці та продуктивність праці, керівник має добре знати свій персонал.

Керівництво організації займає значну роль мотивації та стимулюванні персоналу. Персонал фірми повинен виконувати свою роботу відповідно до покладених на нього прав і обов'язків, відповідно до прийнятих управлінських рішень. У цьому полягає сутність функції мотивації персоналу. Але без відповідного планування, контролю та поведінки керівника неможливо сформулювати потрібну мотивацію у підлеглих, а як і правильно стимулювати їх.

Таким чином, мотивація та стимулювання є одними з найважливіших засобів досягнення ефективності будь-якої

діяльності та відіграють важливу роль для керівника в управлінні персоналом.

Тому йому необхідно дотримуватися конкретних правил, щоб досягти підвищення ефективності управління персоналу. Насамперед важливо перед кожним співробітником поставити конкретну мету та розподілити завдання, визначити стратегію підприємства, так само організувати заходи, які будуть мотивувати та стимулювати кожного співробітника, орієнтуючись на стимулюючі чинники мотивації.

Список використаної літератури:

1. Галімова І.І. Мотивація і стимулювання трудової діяльності персоналу / І.І. Галімова, Т.Х. Худайбергенов / Міжнародний науковий журнал «Інноваційна наука».- 2017. - №09. – С. 32-33
2. Сорочайкін О.М. Управління персоналом: глосарій: термінолог. слів. / О.М. Сорочайкін, Л.В. Єрмоліна. /. - 2012. - № 1. - С. 121-125
3. Шишикіна Є.С. Національні аспекти формування мотиваційної системи /Є.С. Шишикіна// Економіка, управління і право в сучасних умовах. – 2012. - №5. – С.185-193

Негоруй В.В.,
викладач
(м.Хмельницький)

ВПЛИВ COVID – 19 НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ ТА УКРАЇНИ

IMPACT OF COVID - 19 ON THE WORLD ECONOMY AND UKRAINE

Увесь світ із 2020 року потрапив під вплив пандемії коронавірусу, який отримав назву - COVID – 19. Це призвело до великих втрат людського населення, були впроваджені жорсткі карантинні обмеження, що кардинально вплинуло на економіку країн світу. Багато аналітиків погоджуються, що це спричинило найбільшу економічну кризу з часів Другої світової війни. Запровадження жорстких карантинних обмежень були зафіксовані вперше в історії. Уряди деяких країн почали масово запроваджувати соціальні виплати, щоб підтримати бізнес, господарства та вразливі верстви населення.

Проблема виникнення небезпечних для людства вірусів не набула пріоритетного значення та була проігнорована з боку впливових світових еліт та урядів країн, тому блискавичне розповсюдження вірусу з китайської провінції Хубей на решту частини світу, призвело до того, що 11 березня 2020 року ВООЗ оголосила про початок пандемії COVID-19. Для стримування стрімкого розповсюдження інфекції та захисту життя й здоров'я своїх громадян, більшість країн, зокрема і Україна, змушені були запровадити жорсткі карантинні обмеження у першій половині 2020 року,

що в свою чергу призвело до різкого скорочення економічної діяльності у глобальному масштабі. [1]

Пандемія COVID-19 поставила такі виклики перед економікою України та промисловим сектором, зокрема:

- падіння сукупного світового попиту та зниження ділової активності, скорочення виробництва в країнах світу, наслідком якого стало зниження цін на світових товарних ринках. В таких умовах українські промислові підприємства несли збитки та скорочували штат працівників, найбільше постраждали металургія, машинобудування. «Скорочення попиту з боку країн-світових лідерів, вплинуло на діяльність добувних галузей по всьому світу, а не лише в Україні. Це спричинило падіння у добувній, а також у частині переробних галузей (в першу чергу, металургії - падіння на 11,7% за січень-жовтень 2020 року)» [2];

- посилення державного регулювання (введення надзвичайного стану, запровадження санітарно-епідеміологічних норм, обмеження пересування громадян, дистанційний режим роботи та освіти). Такі обмеження найбільше вплинули на внутрішньо-орієнтовані галузі: транспорт (передусім, авіаційний), туризм (як зовнішній, та внутрішній), інші послуги (сфера громадського харчування, спорт, мистецтво, відпочинок та розваги).

- сировинна спрямованість експорту України та «значна залежність промислових підприємств від світових цін на сировину, враховуючи існуючу волатильність кон'юнктури світових ринків, що обумовлює залежність обсягу надходження валютних ресурсів від зовнішніх цінових коливань» [3];

- транспортні та логістичні проблеми з постачанням сировини, пов'язані з проти епідеміологічними обмеженнями, скоротили випуск у переробній промисловості;

- погіршення ділових очікувань та «зменшення інвестицій через значну невизначеність, що вплинуло на переробні галузі інвестиційного циклу (машинобудування (зменшення на 20,4% у січні-жовтні 2020 року), виробництво будівельних матеріалів (зменшення на 8,4%)» [2];

Проте пандемія мала не лише негативні наслідки, навпроти для деяких галузей переробної промисловості, зокрема у хімічному виробництві спостерігалась позитивна динаміка зростання (збільшення на 6,7% у січні-жовтні 2020 року) та у фармацевтичному виробництві (збільшення на 1,0%) завдяки високому попиту на дезінфікуючі засоби та ліки.

Отже, пандемія COVID-19 загострила вже наявні протиріччя у промисловому секторі України, оголивши найгостріші проблеми його розвитку, як-то: значна залежність від світових цін на сировину та матеріали (як основних статей експорту), що робить Україну вразливою до коливань сукупного попиту закордоном та експортних надходжень; вузький внутрішній ринок для збуту вітчизняної продукції; сировинний експорт продукції з низькою доданою вартістю.

У результаті впливу COVID - 19 на економіку світу та України зокрема, варто зауважити, що світ зазнав несамовитих змін у всіх його сферах. Економічна криза досягла великих масштабів. Світ був вимушений підлаштовуватись до нових умов життя, до яких він готовий не був. В Україні карантин також став великим випробуванням. Проте, багато країн світу змогли економічно адаптуватися до нових умов життя після появи COVID-19.

Список використаної літератури:

1. Терещук С.В., Назаров М.І. Вплив COVID-19 на світове господарство. Актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів, маркетингу та права. 2021.

2. Наслідки епідемії COVID-19 та карантинних заходів для провідних секторів економіки України. Дослідження за результатами глибинних інтерв'ю з власниками та топ-менеджерами українських компаній. Київ-Харків: Видавець О. А. Мірошниченко, 2020. 188 с.

3. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, 2020. Експорт товарів та послуг аналітична доповідь. Режим доступу: <https://www.me.gov.ua>.

Оліх Г.І.,
старший викладач
(м.Хмельницький)

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

У сучасних умовах ринкової економіки та конкурентної боротьби за позиції на ринку досить важливим є час. Саме за його раціонального використання визначаються лідируючі конкурентні переваги в ринковому середовищі. Тайм-менеджмент дозволяє не тільки збільшити кількість робочої сили, що задіяна на підприємстві, а й підвищити її ефективність без застосування екстенсивних методів, та, відповідно, без істотних матеріальних витрат. Однак, найбільшої ефективності тайм-менеджмент досягає не на корпоративному рівні, а на особистому. Тому для успішного впровадження тайм-менеджменту в діяльність підприємства необхідно застосування його в управлінні персоналом стосовно кожного з працівників з метою підвищення його особистої ефективності як у професійній, так і в інших сферах життєдіяльності. Цим і зумовлено актуальність обраної теми.

Ключові питання тайм-менеджменту в управлінні сучасним підприємством досліджують у своїх працях Архангельський Г.О., Водянка Л.Д., Тодорюк С.І., Карп А.Г., Буняк Н.М., Писаревська Г.І. та ін.

Визначення тайм-менеджменту зводиться до його перекладу. З англійської Time Management перекладається як управління часом. Найчастіше мається на увазі продуктивність співробітників, точніше підвищення

продуктивності їх праці. Насправді йдеться про те, щоб навчитися самому та навчити підлеглих пропорційно розпоряджатися своїм часом.

Водянка Л.Д., Тодорюк С.І. визначають поняття «тайм-менеджмент» як «...процес організації часу таким чином, щоб зросла ефективність його використання» [1].

Черненко Н.М. під тайм-менеджментом розуміє «...управління собою, застосовуючи відповідні методики та механізми організації часу, які сприятимуть діагностиці тимчасових проблем в управлінні часом та формуванню індивідуальної технології, яка найбільше відповідає характеру, темпераменту, біологічним ритмам та роду занять» [2].

Писаревською Г.І. визначено дане поняття як «сукупність технологій планування та організації часу, які застосовуються людиною самостійно для підвищення якості виконуваних завдань» [3].

В основі всіх понять лежить час – як найцінніший ресурс людини, який є обмеженим та невідновним, його не можна замінити чи відшкодувати, однак можна ефективно «конвертувати», перетворюючи на життєві цінності. Правильне використання часу є запорукою успішного виконання професійних обов'язків, досягнення цілей. Відтак, особливої актуальності набуває впровадження до системи управління персоналом технологій тайм-менеджменту [4], що дозволяє підвищити ефективність діяльності за рахунок оптимізації часових витрат на підготовку і прийняття рішень, досягнення стратегічних і тактичних цілей, виконання виробничих та інтелектуальних завдань.

Якщо розглядати ситуацію тайм-менеджменту в Україні, то можна побачити, що перед персоналом та менеджерами вітчизняних підприємств стоїть завдання

адаптації до змін в організації, на ринку, в економіці країни, у світовій економіці загалом. В цій ситуації розвитку та змін в країні фактор часу в економічних процесах та діяльності людини стає все більш актуальним. Керівники мають усвідомити необхідність ефективного управління часом [3].

Оскільки час – практично єдиний непоправний ресурс із тих, що знаходяться в нашому розпорядженні, його неефективне витрачання може коштувати нам занадто дорого. Ми всі в рівному становищі перед невблаганним плином часу. Наші унікальні здібності, професійна компетентність, прагнення досягти більшого, часто стикаються з хронічною його нестачею. Це єдиний ресурс, якого не вистачає всім, незалежно від віку, психологічного типу, соціального та матеріального становища. Часу кожного з нас дуже небагато. У сфері часу немає мільйонерів. І найголовніше – час непоправний. Втрачений час, на відмінну втрачених грошей повернути неможливо.

Науково-технічний прогрес веде до того, що не тільки продуктивна праця, а й інші види діяльності вимагають менших за тривалістю витрат часу, внаслідок чого зростає їхня соціально-економічна ефективність, збагачується комплекс видів діяльності у вільний час.

У зв'язку з цим час вимагає обліку, вивчення та контролю за його розподілом та використання, як і будь-яка форма багатства. Першим кроком цього шляху є «інвентаризація» часу, здійснювана декількома методами, застосуванням принципів використання часу і методів нормування та обліку діяльності персоналу.

На ефективність використання робочого часу може вплинути багато факторів – як позитивних, так і негативних. Серед основних негативних моментів можна виділити проблеми управлінського характеру: нечітко поставлені цілі

та пріоритети, а також організаційного – систематичне відкладання виконання робіт на пізніший термін, або відсутність комунікацій між членами команди.

Багато систем тайм-менеджменту засновані на тому, що для управління своїми справами і часом необхідно спочатку сформулювати короткострокові та довгострокові цілі. На основі поставленої мети плануються проміжні завдання.

Сучасні компанії стурбовані проблемою економії часу. Керівники підприємств намагаються знайти ідеальний спосіб підвищення продуктивності праці та часом у пошуках «ідеалу» перегинають ціпок, постійно контролюючи співробітників за допомогою камер відеоспостереження або змушують підтверджувати свою присутність на робочому місці кожні півгодини.

В даний час перед великою кількістю організацій стоїть завдання впровадження технологій тайм-менеджменту. Причиною цього є такі фактори:

Тенденції змін соціального та економічного середовища диктують керівникам організацій необхідність переглянути у бік підвищення самоконтролю у прийнятті рішень, розстановки пріоритетів у створенні та плануванні роботи персоналу.

В організаційній системі підприємства гостро стоїть проблема підвищення роботи та зростає роль таких нематеріальних активів, як інтелектуальний капітал, лояльність працівників по відношенню до організації-роботодавця, можливість творчості та самовираження. У цьому аспекті розгляду найбільш актуальною стає самостійність співробітника у створенні своєї роботи.

Зараз система відносин «роботодавець-найманий працівник» виходить новий виток розвитку, як у

організаційної системі підвищується роль особистості співробітника. І впровадження технологій тайм-менеджменту сприяє створенню психологічного комфорту, дає йому «моральну» свободу. При цьому з вигодою для роботодавця – підвищення ефективності, швидкості та якості роботи персоналу будь-якого рівня ієрархії.

Сучасний тайм-менеджмент має такі переваги:

Переваги у діловій сфері: підвищується результативність прийнятих рішень, ефективніше відбувається координація із зовнішніми і внутрішніми контрагентами, стає краще видно взаємозв'язок між проблемами та методами їх вирішення, з'являється можливість поглянути на ситуацію з вищої точки.

Організаційні переваги полягають у наявності чіткого плану та суворого графіку роботи, у зменшенні різних перешкод, у більшій динамічності та послідовності, зниженні витрат часу на менш важливі справи. Крім того, управління часом дозволяє швидше та ефективніше адаптуватися у навколишньому середовищі, підвищити ефективність взаємовідносин з іншими людьми для підвищення результативності своєї діяльності.

Психологічні переваги. Людина, яка знає ціну свого часу, набуває впевненості у собі та своїх діях, позбавляється необхідності постійного вибору та метань від одного заняття до іншого. Він краще зосереджується на справді важливих проблемах, готовий до подолання різних несподіванок. Він стає більш самодисциплінованим та самоорганізованим.

Таким-чином, використання тайм-менеджменту дозволить підвищити ефективність управління персоналом у вітчизняних підприємствах та виведе його на новий, більш удосконалений рівень.

Список використаної літератури:

1. Водянка Л.Д., Тодорюк С.І., Карп А.Г. Тайм-менеджмент як техніка планування робочого часу персоналу. Економіка та держава. 2020. No 7. С. 119–123. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/7_2020/20.pdf (дата звернення: 17.08.2021)
2. Черненко Н. М. Тайм-менеджмент як засіб удосконалення професійної діяльності державних службовців [Електронний ресурс]/ Н. М. Черненко // Публічне адміністрування: теорія та практика. – 2011. – Вип.2(6). – Режим доступу : [www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11cnndds.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11cnndds.pdf)
3. Писаревська Г. Використання тайм-менеджменту для підвищення ефективності управління персоналом. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2016. Вип. 20. Ч. 1. С. 148–153.
4. Буняк Н.М. Тайм-менеджмент як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства. Економіка і суспільство : електронне наукове фахове видання Мукачівського державного університету. 2018. Вип. 14. С. 279–283.
URL:http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/39.pdf (дата звернення: 27.04.2019).

Осадчук Л.А.,
викладач-методист
(м.Хмельницький)

УДОСКОНАЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Амортизаційна політика є важливою складовою економічної політики держави загалом та тісно переплетена з податковою та інвестиційною політиками. Відтак, досліджувати амортизацію основних засобів як економічну категорію необхідно з трьох позицій, а саме у контексті гносеологічного підходу, інвестиційної діяльності та оподаткування.

З точки зору економічної теорії амортизація є процесом поступового систематичного перенесення вартості засобів праці в міру їхнього зношування на виготовлену продукцію.

З позиції інвестиційної діяльності амортизація є одним із основних джерел інвестування. Тобто за результатами амортизації у підприємств накопичуються амортизаційні відрахування, які являють собою сукупність грошових коштів, шляхи використання яких на сьогоднішній день повністю віддані на розсуд їх власників. Відтак амортизаційні відрахування можуть бути використані як на інвестиційні цілі, так і за іншим призначенням. І така ситуація з економічного погляду є обґрунтованою. Адже, якщо власник, вкладаючи початковий капітал у засоби праці, бажає у майбутньому продовжувати діяльність після закінчення граничного строку використання придбаних засобів праці, то він сам економічно зацікавлений у використанні акуму-

льованих амортизаційних відрахувань на придбання нового засобу праці, який замінить зношений. Разом з цим, якщо інвестор не зацікавлений у подальшому використанні капіталу, який був вкладений у засоби праці, довше ніж граничний термін їх використання, цілком логічним є його позиція щодо вилучення амортизаційних відрахувань з обігу.

Осмыслиючи викладене вище, приходимо до розуміння сутності амортизації як інструмента оподаткування. Відтак, як економічний процес амортизація є перенесенням вартості засобів праці на новостворену продукцію. Тобто, амортизація включається до собівартості виготовленої та реалізованої продукції, яка, у свою чергу, відноситься до операційних витрат діяльності суб'єктів господарювання. Отже, за своєю суттю амортизація включається до витрат, збільшуючи їх, а, відповідно, і опосередковано впливає на зменшення прибутку та податку на нього.

Ефективність поєднання трьох підходів залежить від концепції амортизаційної політики, яка обрана для впровадження у державі, та безпосередньо практики її реалізації. Розглянемо кожен з них більш детально з позиції оцінки ефективності реалізації інвестиційного потенціалу податкової амортизаційної політики в Україні.

Із моменту здобуття незалежності України першим нормативно-правовим актом, який достатньо комплексно визначив підходи до амортизації, був Указ Президента України „Про концепцію амортизаційної політики“. Він повністю присвячений концепції амортизаційної політики, основною метою якої є „визначення напрямів та механізмів удосконалення амортизаційної політики як чинника активізації інвестиційної діяльності у державі“ [3]. Запропонована концепція спрямована на „підвищення

фінансової заінтересованості суб'єктів господарювання у здійсненні інвестицій в основний капітал за рахунок коштів власних амортизаційних фондів“ [3].

В Концепції амортизаційної політики, деякі ознаки амортизації враховано недостатньо. Це спричиняє потребу детальнішого розгляду положень концепції.

Згідно з Концепцією амортизаційна політика має бути спрямована на підвищення заінтересованості суб'єктів господарювання у здійсненні інвестицій в основний капітал за рахунок коштів власних амортизаційних фондів. Така постановка проблеми передбачає:

- створення економічної та правової бази для забезпечення безперерійно функціонуючої раціональної системи відновлення за вартістю та відтворення в натуральній формі засобів праці;
- обмеження державного регулювання у сфері амортизаційної політики та стимулювання інвестиційної ініціативи суб'єктів господарювання;
- розмежування практики нарахування амортизації відповідно до її економічної та податкової ролі;
- стимулювання суб'єктів господарювання до застосування прискорених методів амортизації та надання податкових знижок на інвестиційне спрямування її сум;
- запобігання зростанню цін виробників шляхом надання можливостей суб'єктам господарювання відносити суми прискореної амортизації не на витрати, а на зменшення оподаткованої частини прибутку [6, с.74].

У результаті проведення передбачених Концепцією заходів очікується:

- * поліпшення фінансових результатів господарювання суб'єктів підприємницької діяльності;
- * створення умов для формування додаткових

інвестиційних ресурсів суб'єктами господарювання;

* формування бази даних для об'єктивної оцінки параметрів руху основного капіталу, необхідної для розробки прогнозів та програм економічного і соціального розвитку.

Концепція відіграла свою позитивну роль у формуванні сучасного економічного мислення науковців, фахівців-практиків з фінансів та інвестицій. Вона спрямована на створення і розвиток нових ринкових механізмів регулювання процесів відтворення основного капіталу, на заміну адміністративних методів управління інвестиціями економічними. Положення Концепції зорієнтували відповідні міністерства і наукові установи на активізацію розробки необхідних нормативних положень, індикативних норм амортизації та методичних рекомендацій з цієї проблеми. Проте незважаючи на винятково важливу роль раціональної організації обліку основних засобів, їх зносу, амортизації, створення амортизаційного фонду та використання його коштів, в Концепції цю актуальну проблему не піднято і напрямків її вирішення не наведено.

Проте затвердження Міністерством фінансів України Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 „Основні засоби“ не дає можливості створити нормативну базу обліку основних засобів та їх відтворення.

Другий аспект проблеми розробки амортизаційної політики та практичного використання зазначених в Концепції положень стосується завищення оцінки можливостей власних амортизаційних фондів підприємств, особливо коли йдеться про застосування ними нелінійних прискорених методів амортизації.

Всі ці проблеми, пов'язані з амортизаційною політикою повинні бути розглянуті в Законі України „Про амортизацію“. Проект Закону України „Про амортизацію“

мав набрати чинності з 01 січня 2005 року, однак, він не прийнятий до сьогодні.

Враховуючи, що Концепція амортизаційної політики по-перше, була взята за основу підготовки закону України „Про амортизацію“ і положень щодо амортизації спочатку у межах закону України „Про оподаткування прибутку підприємств“, пізніше - Податкового кодексу України, а по-друге, не втратила чинність і нині (варто відзначити, що дана Концепція амортизаційної політики є не безальтернативна. Так у 2006 році Серебрянським Д. М. була розроблена Концепція реформування податкової амортизаційної політики в Україні [6, с.74], яка, на жаль, не знайшла відображення у вітчизняній практиці реалізації амортизаційної політики, хоча, будучи розробленою на 5 років пізніше, вона значно краще підпорядкована вирішенню актуальних економічних проблемних питань, які постійно трансформуються під впливом динамічних змін зовнішнього середовища. Ґрунтовно проаналізуємо усі її положення.

Перш за все, звернемо увагу, за інформацією наведеною у таблиці 1, на стан досягнення очікуваних результатів Концепції амортизаційної політики.

Таблиця 1

Аналіз реалізації очікуваних результатів Концепції
амортизаційної політики [6, с.74]

Очікувані результати	Стан досягнення
Поліпшення фінансових результатів господарювання суб'єктів господарської діяльності	Суттєвого впливу на поліпшення фінансових результатів діяльності суб'єктів господарювання не досягнуто
Створення умов для	Поряд зі створенням умов

формування додаткових інвестиційних ресурсів суб'єктами господарювання	для формування додаткових інвестиційних ресурсів суб'єктів господарювання створено передумови для використання таких ресурсів не на інвестиційні цілі
Формування бази даних для об'єктивної оцінки параметрів руху основного капіталу, необхідної для розробки прогнозів та програм економічного і соціального розвитку	Процес формування бази даних для об'єктивної оцінки параметрів руху основного капіталу значно ускладнився

Із таблиці 1 видно, що жоден з трьох очікуваних результатів реалізації Концепції амортизаційної політики не досягнуто, що, враховуючи принцип „практика - критерій істини“, ставить під сумнів обґрунтованість її положень та спричиняє необхідність їх ґрунтовного переосмислення. При аналізі кожного з положень окремо в першу чергу, слід звернути увагу на напрями, в яких запропоновано зосередити заходи Концепції амортизаційної політики, а саме:

1. Створення економічної та правової бази для запровадження раціональних рівнів споживання, відшкодування та оновлення основного капіталу.

За 15 років реалізації Концепції амортизаційної політики раціональні рівні споживання, відшкодування та оновлення основного капіталу не визначені. Знос основних засобів постійно зростає. Стверджувати, що створено економічну та правову базу для запровадження раціональних

рівнів споживання, відшкодування та оновлення основного капіталу як мінімум передчасно;

2. Обмеження державного регулювання у сфері амортизаційної політики та стимулювання інвестиційної ініціативи суб'єктів господарювання.

Словосполучення „обмеження державного регулювання“ носить дискусійний та неоднозначний характер. По-перше, держава повинна нести відповідальність за стан амортизаційної політики в країні, а по-друге, стимулювання інвестиційної активності суб'єктів господарювання передбачає ефективне використання інструментів державного регулювання;

3. Відмова від суцільного примусового нарахування амортизаційних відрахувань за єдиним методом та запровадження кількох методів нарахування амортизації, надання суб'єктам господарювання права вибору конкретного методу нарахування амортизаційних відрахувань, а також права самостійно встановлювати конкретні строки служби основних засобів у визначених законом межах.

Запровадження практики використання декількох методів нарахування амортизації повинно спиратися на економічну доцільність (у тому числі і обґрунтованість методів). У Концепції амортизаційної політики лише визначено їхню кількість без обґрунтування, що є з наукової точки зору недопустимим. Надання права вибору суб'єктам господарювання методів нарахування амортизації повинно бути пов'язано з підвищенням інвестиційної активності, чого на практиці не відбулося.

4. Розмежування практики нарахування амортизаційних відрахувань відповідно до її економічної та податкової ролі: економічна роль амортизації полягає у

фактичному відшкодуванні діючих основних фондів; відповідні амортизаційні відрахування (економічна амортизація) відображають реальне знецінення основного капіталу в процесі виробництва та надання послуг і відносяться на витрати діяльності суб'єктів господарювання; податкова роль амортизації полягає у фінансовому відшкодуванні основного капіталу за рахунок зменшення оподатковуваного прибутку на суму амортизаційних відрахувань (податкова амортизація) та одержання податкової знижки.

Розмежування практики нарахування амортизаційних відрахувань відповідно до її економічної та податкової ролі є недостатньо обґрунтованим та не доцільним. Правильність наведеного вище твердження доводить практика. Так, наприклад, амортизація як окремий елемент алгоритму розрахунку оподатковуваного прибутку включено до витрат за Податковим кодексом України (цим самим спростувавши доцільність розмежування економічної та податкової ролі амортизації). Також, необхідно відзначити, що Податковий кодекс України та Концепція амортизаційної політики за аналізованими положеннями обґрунтовують несумісні позиції.

5. Стимулювання суб'єктів господарювання до застосування прискореної амортизації та її інвестиційного спрямування шляхом надання податкових знижок.

Стимулювання суб'єктів господарювання до застосування прискореної амортизації є необґрунтованим положенням. Адже, якщо використовується прискорена амортизація, яка передбачає перерозподіл за часовим проміжком сум нарахування амортизації, створюється ситуація, за якої наявність інвестиційних ресурсів „сьогодні“ змінюється їхньою відсутністю в недалекому майбутньому.

Застосування прискореної амортизації повинно бути економічно вигідно суб'єктам господарювання. Відповідно держава повинна чітко визначити вимоги, умови та можливості застосування прискореної амортизації на практиці (наприклад, обов'язкове реінвестування додатково отриманих сум амортизаційних відрахувань).

Іншим важливим моментом даного положення є доцільність надання податкових знижок для інвестиційного спрямування прискореної амортизації. Адже прискорена амортизація лише створює передумови для формування інвестиційних ресурсів. Поряд з цим через податкові знижки потрібно забезпечувати використання таких ресурсів на інвестиційні цілі (чого на практиці не відбулося).

6. Запобігання зростанню цін на товари виробників шляхом надання можливості суб'єктам господарювання відносити прискорену амортизацію не на витрати виробництва, а на зменшення оподаткованої частини прибутку.

Необхідність регулювання політики ціноутворення суб'єктів господарювання є наслідком надання їм права самостійно обирати методи нарахування амортизації. Така ситуація є негативною (винятком із правил) і потребує для зрівноваження наявності іншого, не менш важливого, економічного ефекту (чого не досягнуто). Одним із таких ефектів могла б стати активізація інвестиційної діяльності. Проте, цього не відбулося, бо паралельно з наданням прав вибору методів нарахування амортизації, держава не простимулювала суб'єктів господарювання використовувати, сформовані за рахунок амортизаційної політики, ресурси на інвестиційні цілі [6, с.74-75].

Важливо зазначити, що використання прискореної амортизації не лише збільшує собівартість продукції

протягом першої третини (половини) терміну корисного використання об'єкта основних засобів, а й зменшує собівартість продукції у наступних періодах (другій половині строку корисного використання об'єкта основних засобів). Про необхідність регулювання такої ситуації у Концепції амортизаційної політики нічого не сказано.

Разом з цим, віднесення амортизації не на витрати, а на зменшення оподатковуваної частини прибутку, як уже зазначалося вище, є не обґрунтованим, що довела практика.

Не менш важливе значення, крім напрямів, мають і безпосередні пропозиції щодо практичної реалізації Концепції амортизаційної політики:

1. Проводити нарахування амортизаційних відрахувань на всі основні засоби (крім землі).

Логіка цього твердження не повною мірою відповідає Національному положенню (стандарту) бухгалтерського обліку 7 „Основні засоби“, де зазначається, що „об'єктом амортизації є вартість, яка амортизується (окрім вартості земельних ділянок, природних ресурсів і капітальних інвестицій)“ [4, п.22] та Податковому кодексі України, де зазначено, що амортизації не підлягають невиробничі основні засоби [1];

2. Закріпити за суб'єктами господарювання право на використання коштів власного амортизаційного фонду та заборонити будь-які централізовані вилучення з нього.

Право самостійного вирішення шляхів використання амортизаційного фонду є безумовною прерогативою його власників, що зобумовлює обґрунтованість даної пропозиції;

3. Надавати податкові знижки тільки тим суб'єктам господарювання, які мають документальне підтвердження

інвестиційного використання коштів амортизаційного фонду. Таке твердження положення є логічним, але, на жаль, воно не знайшло свого відображення у Податковому кодексі України;

4. Збільшити кількість методів нарахування амортизаційних відрахувань.

5. Розробити класифікацію основних засобів за групами відповідно до характеру і строків їх використання та зносу.

6. Запровадити для кожної групи основних засобів економічно обґрунтовані індикативні норми для нарахування економічної амортизації та діапазони припустимих відхилень, у межах яких суб'єкти господарювання обирають конкретні норми економічної амортизації самостійно.

Логіка викладеної пропозиції суперечить положенню даної Концепції амортизаційної політики щодо обмеження державного регулювання у сфері амортизаційної політики;

7. Затвердити максимальні граничні рівні податкової амортизації, в межах яких її обсяг може перевищувати обсяг економічної амортизації.

Дане положення виходить з позиції розмежування економічної та податкової методики розрахунку амортизації, що, як доводить практика, є помилкою [6, с.76].

Отже, Концепція амортизаційної політики, схвалена Указом Президента України від 7 березня 2001 року, є недостатньо обґрунтованою (бо майже всі її положення є дискусійними та не виправдані часом). Відтак актуальним постає завдання не коректурного удосконалення методики нарахування амортизаційних відрахувань, а переосмислення концептуальних положень амортизаційної політики.

За результатами ґрунтованого аналізу пропозицій вчених щодо удосконалення амортизаційної політики,

пропонується розробити наступні фундаментальні положення:

- * підпорядкованість податкової амортизаційної політики стимулюванню підвищення ефективності господарювання та розширенню виробництва суб'єктами підприємницької діяльності;

- * стимулювання використання амортизаційних відрахувань на оновлення основних засобів здійснювати за допомогою інвестиційної податкової знижки;

- * гармонізація податкової та економічної амортизації;

- * об'єктивне відображення в бухгалтерському обліку та статистиці процесів нарахування та використання амортизаційних відрахувань, недопущення використання податкової амортизації на задоволення фіскальних цілей;

- * визначити однією з умов-вимог отримання права на застосування інвестиційної податкової знижки при 100-відсотковому використанню амортизаційних відрахувань на капітальне інвестування;

- * максимально наблизити методику розрахунку податкової амортизації з методикою нарахування амортизаційних відрахувань, яка діє в бухгалтерському обліку; забезпечити достовірне відображення в бухгалтерському обліку та узагальнення в статистиці інформації про нарахування і використання амортизаційних відрахувань та очікувані результати (чіткість, зрозумілість, передбачуваність і послідовність) вітчизняної практики нарахування та використання амортизаційних відрахувань;

- * підвищення рівня використання амортизаційних відрахувань на оновлення основних засобів;

- * мінімізація витрат на розрахунок податкової амортизації;

* формування бази даних для об'єктивної оцінки параметрів нарахування та використання амортизаційних відрахувань, необхідної для розробки прогнозів і програм економічного та соціального розвитку України у контексті концепції амортизаційної політики в Україні.

Загалом варто відзначити, що запропонована концепція амортизаційної політики гармонійно узгоджується із концептуальними підходами до посилення впливу оподаткування на активізацію інвестиційної діяльності і спрямована на підвищення ефективності податкового стимулювання інвестиційної діяльності та спрямована на підвищення ефективності податкового стимулювання інвестиційної діяльності в Україні.

Дослідження амортизаційної політики в Україні свідчить про необхідність подальшого удосконалення системи амортизації загалом і для налагодження нормального процесу відтворення зокрема.

Список використаної літератури:

1. Податковий кодекс України
2. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність» від 16.07. 1999 р., № 996.
3. Указ Президента України від 07.03.2001 р. № 169 «Про концепцію амортизаційної політики».
4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 „Основні засоби “ затв. наказом МФУ від 27.04.99 № 2000 №92.
5. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів: затв. наказом МФУ від 30.09.03.р. № 561.

Економіка ХХІ століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2021. Вип. 4. 140 с.

6. Серебрянський Д.М. Концепція реформування податкової амортизаційної політики в Україні. - Ірпінь, 2006. - 254 с.

Панькова І.М.,
магістрантка
(м.Хмельницький)

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах важливою проблемою є проведення ефективної кадрової політики для підприємства. Кадри будь-якого підприємства є ключовою категорією у ринковій системі господарювання. Створення ефективної кадрової політики – ключове завдання управління підприємством будь-якої галузі.

Кадрова політика має будуватися на основі певної системи процедур, правил, традицій, що безпосередньо мають зв'язок з процесами підбору кадрів, розстановки їх, використання, стимулювання, перепідготовки, кар'єрного зростання мотивації, тощо.

Дослідженню проблеми кадрової політики, принципів, умов та факторів формування і реалізації її присвячена значна кількість наукових праць зарубіжних та вітчизняних вчених.

Так, суттєвий внесок у дослідження питань ефективної кадрової політики зробили такі вчені, як Г. Співак, М.П. Денисенко, О.Ю. Будякова, Є. П. Пархімчик та багато інших. Проте, попри великий обсяг наукових праць з цього питання, питання, що мають прямий зв'язок із особливістю формування та втілення якісної кадрової політики підприємства в умовах мінливості конкурентного середовища залишаються дотепер недостатньо досліджені.

З метою більш детального розуміння проблеми, щодо розробки кадрової політики підприємства, постає

необхідність в аналізі суті категорії «кадрова політика» провідними науковцями.

Г. Співак обумовлює кадрову політику «...як діяльність, що пов'язана з відносинами між суб'єктами організації (соціальними та професійно-кваліфікаційними групами, особистостями та організацією в цілому)» [1, с.712].

М.П. Денисенко та О.Ю. Будякова визначають кадрову політику як «...систему правил і норм, прагнень і обмежень у взаємовідносинах персоналу й організації у цілому, за якими діють працівники у внутрішньому і зовнішньому середовищі» [2, с.712].

В.В. Дикань та М.В. Гладух визначають зміст даного поняття за допомогою основних завдання, що полягають, на їхню думку, у такому: «...кадрова політика – це реалізація різних програм підвищення кваліфікації персоналу та його перепідготовки; перепідготовка за рахунок коштів саме роботодавця і залучення молодих ініціативних спеціалістів, що повинне стати пріоритетом кадрової політики; створення сприятливих умов для творчої, ініціативної та індивідуальної праці; удосконалення системи моральних, а головне – матеріальних стимулів; фіксування чітких критеріїв, задоволення визначених вимог для кар'єрного росту; перехід від старої системи залучення кадрів керівної ланки і спеціалістів, до залучення через практичне оцінювання професійно-кваліфікаційних здібностей кандидатів на заміщення вакантних посад, використання системи стажування студентів останніх курсів вишів» [3, с. 92].

Є. П. Пархімчика вважає, що: «...кадрова політика організації – це сформульовані (усно або письмово) принципи, пріоритети, норми, правила роботи з кадрами, обов'язкові для всіх учасників процесу управління

персоналом, які направлені на досягнення завдань і стратегічних цілей організації, та використовуються з урахуванням постійних змін у внутрішньо організаційних умовах і вимогах зовнішнього середовища» [4, с.5].

Провівши глибокий аналіз визначень терміну «кадрова політика», можемо узагальнити та сформулювати наступне трактування: «...кадрова політика - це сукупність методів, принципів, заходів, що спрямовані на формування та використання персоналу з метою створення оптимальних умов праці, мотивації праці та її стимулювання».

Кадрова політика досить складна частина стратегічної політики будь-якого підприємства. Нею визначено характер взаємовідносин між керівництвом та його персоналом, провідні форми, напрями і методи роботи з персоналом.

Спрямованість кадрової політики – сформований, відповідальний, згуртований колектив, який може своєчасно реагувати на постійні зміни вимог ринку та обов'язково враховувати стратегію розвитку організації.

Не дивлячись на відсутність єдиного визначення «кадрова політика», можна простежити єдину її мету, яка проявляється у своєчасності забезпечення кваліфікованим персоналом усіх підрозділів організації, створенні умов розвитку та ефективного використання персоналу підприємства, задоволенні інтересів робітників [5, с.149].

Основними завданням кадрової політики підприємства є:

а) своєчасне і повне забезпечення кваліфікованими працівниками підприємства згідно зі штатним розписом;

б) підпорядкування внутрішньої трудової документації підприємства у відповідності до вимог національного трудового законодавства;

в) координація роботи працівників та їхнє раціональне й ефективне використання з відповідною фінансовою винагородою за встановленими нормованою та понаднормованою розцінками;

Виокремо три етапи вибудови кадрової політики підприємства.

Етап нормування, що передбачає заходи скоординованості принципів і цілей роботи з персоналом із стратегічним розвитком банківської установи зумовлює проведення аналізу корпоративної культури, стратегії та стану розвитку організації. Виявлення можливих змін цілей роботи з персоналом. Окреслення вимог до працівників, можливостей їх зростання та розвитку усіх можливих здібностей.

На етапі формування, тобто планування потреби персоналу постає необхідність у формуванні кадрового резерву персоналу, ефективної системи мотивації і стимулювання персоналу, програми розвитку персоналу, системи кадрового контролінгу і кадрової інформації.

Останнім етапом є контролінг – аналіз стану кадрового потенціалу, тобто розробка програми постійної діагностики і конкретних заходів стосовно розвитку умінь, знань та навичок персоналу. Здійснення оцінки ефективності проведення кадрових заходів, постійний моніторинг персоналу, створення і підтримка ефективного робочого клімату, контроль виконання програм атестації, оцінки і планування кар'єрного росту і т. ін.

Під час генерування кадрової політики беруться до уваги чинники, що характерні зовнішньому та внутрішньому середовищу підприємства (рис. 1).

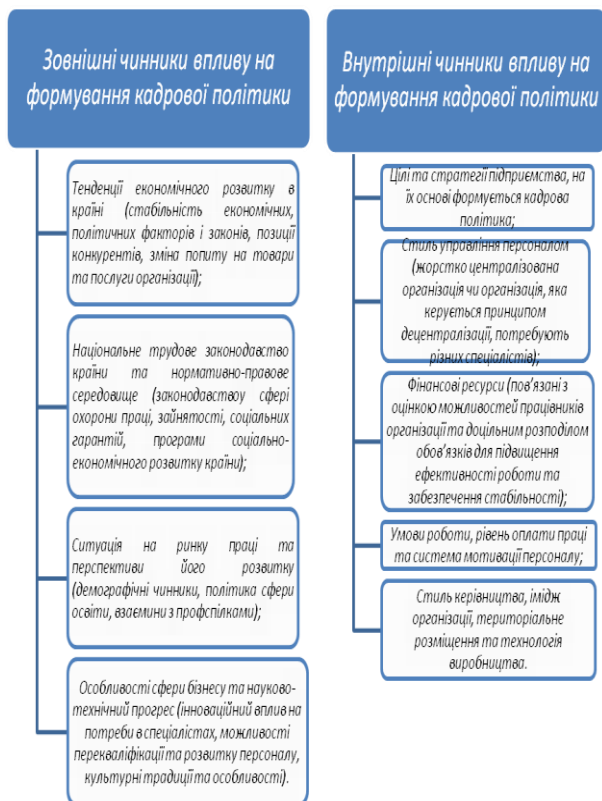


Рис. 1. Чинники, що впливають на формування кадрової політики

Примітка. Складено автором за результатом теоретичних узагальнень [6].

На практиці за розробку кадрової політики відповідає найвище керівництво. Процес кропіткий та багатоступінчастий. Він включає такі етапи:

- візуалізація стратегічних цілей роботодавця;

- складання плану розвитку підприємства;
 - розробка принципів кадрової політики, її пріоритетів, а також визначення слабких та сильних сторін враховуючи усі фактори;
 - пошук або вивільнення коштів для реалізації кадрової політики;
 - донесення кадрової політики до підлеглих, оперативні коригування політики, формування відповідних планів;
 - реалізація оперативних планів та використання методів кадрової політики;
 - оцінка та аналіз.
- Західні фахівці вважають, що кадрова політика організації майбутнього має ґрунтуватися на наступних принципах:
- повна довіра до працівника та надання йому найвищої самостійності;
 - центром економічного управління має бути людина та її ініціатива;
 - результат діяльності підприємства - ступень згуртованості колективу;
 - максимальне делегування функцій управління працівникам;
 - необхідність розвитку мотивації працівників.

Отож, кадрова політика підприємства – це цілий комплекс правил, механізмів і принципів взаємодії підлеглих один з одним, а також керівництвом. Його розробка, наявність і активне використання дозволяє уникати конфліктних ситуацій, підтримувати дружню атмосферу, підвищувати ефективність діяльності підприємства, загалом, та особисто кожного члена колективу.

Список використаної літератури:

1. Шаповал О. А. Кадрова політика та шляхи її покращення/ О. А. Шаповал // Економіка і суспільство, 2017. – Вип. 9. – С. 712-715.
2. Денисенко М.П., Будякова О.Ю. Кадрова політика як основа формування інноваційної стратегії управління персоналом підприємств. Вчені записки університету «КРОК». Серія «Економіка». 2018. Вип. 4. С. 231–238. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzuk_2018_4_31
3. Дикань В.В., Гладух М.В. Формування кадрової політики як запорука ефективної економічної безпеки підприємства. Соціальна економіка. 2017. No 2. С. 88–92. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2017_2_15
4. Пархимчик Е. П. Кадровая политика организации: учеб. пособие / Е. П. Пархимчик. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2011. – 128 с.
5. Іванченко В.В. Основні методи стимулювання праці / В.В. Іванченко, О.В. Кривда // Сучасні проблеми економіки і підприємництва, 2016. - №18 – С. 199-205. – URL: <http://sbkeip.kpi.ua/issue/view/5474/showToc>
6. Криворученко А. Г. Система та основні методи кадрового забезпечення у системі управління вітчизняними підприємствами / А. Г. Криворученко, В. О. Шишкін // Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку, 2017. – Вип. 1. – С. 8-13.

Підопригора О.О.,
магістрант
(м. Київ)

СТРУКТУРА УПРАВЛІНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ КЕРІВНИКА ОРГАНІЗАЦІЇ

В даний час цілісність вивчення управлінської діяльності керівника вимагає якісно нового інтеграційного підходу.

Слід зазначити, що структура управлінської культури керівника організації щодо складових елементів і типів їх зв'язку близька до таких видів культури, як політична, моральна, економічна, професійна. Управлінська культура має як загальні «поля», так і загальні елементи з цими видами культури. Зазначений аспект необхідно враховувати при конкретному аналізі зв'язків управлінської культури керівника організації з іншими видами культури, визначенні її специфічної ролі і місця в системі культури особистості.

Торкаючись взаємозв'язків управлінської і професійної культур, необхідно зауважити, що професійна культура виступає як базис не тільки в ставленні до управлінської, але також і до всіх інших видів культури.

Професійна культура керівника розуміється, як здатність людини досягати якості результату щодо заданих параметрів в умовах реалізації особистісно орієнтованої моделі взаємин. Обумовлено це тим, що будь-який вид професійної діяльності людей прямо або побічно, в системі професійних відносин має професійну спрямованість.

Дослідження Є.В. Бондаревської, пов'язані з формуванням професійної культури, зумовили пошук

характеристик управлінської культури керівника освітньої організації. В її роботах творчість розуміється як вищий показник самореалізації особистості керівника [1]. Виходячи з цього, управлінська діяльність осмислюється як творча ініціатива керівника, спрямована на досягнення стратегічно проєктованих цілей. В опублікованих матеріалах елементами управлінської культури стосовно особистості керівника багато авторів вважають наступні:

- сукупність знань про конкретний об'єкт управління, про способи і прийоми впливу на нього (базою зазначених знань виступають знання з суспільних і гуманітарних наук);

- наявний досвід практичного управління, навичок управління, тобто дії, які досягли певного ступеня досконалості, управлінські здібності, мистецтво керувати, мистецтво виконувати (творче ведення справ з найвищою ефективністю);

- управлінське мислення як специфічна форма активної пізнавальної діяльності, що веде до найкращого результату.

Структура управлінської культури керівника організації представлена в різних дослідженнях.

А.П.Позняков виділяє такі основні структурні компоненти управлінської культури керівника організації, як мотиваційно - ціннісний, професійно-гностичний, соціально-психологічний, організаційно-технологічний [2].

В. Слабодян модель ефективного керівника будує на функціональному підході, виділяючи п'ять компонентів, що включають різні особистісні якості та здібності, а, крім того, спеціальні знання і вміння, необхідні для виконання управлінських завдань: соціальна зрілість, управлінське

мислення, емоційно-вольової потенціал, функціональні особливості, службова етика [3, с. 4-9].

Під соціальною зрілістю розуміється інтегративне утворення, яке пропагує громадянську позицію (вміння узгоджувати свої інтереси з громадськими), управлінську компетентність (знання особливостей управлінської діяльності в сучасних умовах), демократизм (орієнтація на розширення демократичних засад в управлінні), лідерський потенціал (здатність вести за собою, не вдаючись до влади), імідж - сприятливий індивідуальний образ.

Управлінське мислення описується характеристиками: системно-альтернативний характер мислення (охоплення основних сторін справи і вплив на нього факторів), творчі здібності (висування конструктивних ідей без зовнішнього спонукання), антиципація (передбачення наслідків прийнятих рішень), гнучкість (зміна методів діяльності при зміні зовнішніх умов), методична підготовленість (застосування ефективних методів і засобів управлінської праці).

Емоційно-вольовий потенціал передбачає наявність волі (здатності сміливо і наполегливо долати перешкоди), надійності, самоврядування (вміння чітко поставити цілі і їх досягти), контактності (здатності вступати в продуктивне спілкування), стресостійкості (вміння зберігати працездатність в екстремальних ситуаціях) [3, с. 4-9].

До функціональних особливостей відносять (Н.М. Таланчук, В. Слабодян): вміння приймати рішення, організаторські здібності (здатності вести роботу в групі в синхронному режимі), орієнтацію на впровадження розробок світового рівня, вміння працювати за оптимальними схемами, педагогічний потенціал (вміння навчати і розвивати членів групи); тактовність (здатність працювати в режимі

партнерства); чуйність (вміння відчувати особливості підлеглих); дипломатичність (вміння вести принципові переговори); самокритичність, принциповість (власне дотримання норм і правил - складові службової етики) [3]. Таким чином, розроблена модель керівника В. Слабодяна в меншій мірі включає якості та здібності особистості

управління, а в більшій мірі - спеціальні знання і вміння (знання особливостей управлінської діяльності, знання різноманітних засобів і методів управлінської діяльності, вміння ставити цілі і завдання).

Ряд дослідників виділяють в структурі управлінської культури різні компоненти. Розглядаючи в цілому, найважливішими показниками управлінської культури є: оволодіння загальної культури, прилучення до її досягнень, оволодіння професійною майстерністю, повна творча реалізація професійних навичок, професійна компетентність у своєму виді діяльності, наявність глибоких знань, методичного досвіду і майстерності, грамотне, ефективне використання засобів і методів при досягненні мети, використання в роботі сучасних наукових методів управління, раціональність, розважливість при здійсненні своєї роботи, вміння прогнозувати хід подій і швидко орієнтуватися в обстановці, об'єктивність висновків і узагальнень, своєчасність доведення до виконавців всіх документів, систематичний контроль виконання, ініціатива і самостійність, спокій, витримка, вміння своєчасно і правильно приймати рішення.

Також, в управлінську культуру керівника входить уміння поєднувати ініціативу, самостійність, новаторство з наступністю і консерватизмом в управлінні, уміння організувати оптимальну взаємодію формальної і неформальної структур в колективі, знання і навички для

розв'язання психологічних ситуацій в колективі, ораторське мистецтво, раціональна організація робочого часу, формування та оптимальне використання свого іміджу.

Відзначається, що сучасний фахівець в розрахунок повинен приймати не тільки вузькопрофесійний, миттєвий ефект, а й соціальні аспекти вирішення проблеми.

Аналогічний склад основних компонентів професійно-педагогічної компетентності представляють Я.І. Лефстред, Г. Вайлер, В. Чінапах. Грунтуючись на понятті «професійна компетентність», ряд вчених вводить поняття «управлінська культура керівника», під якою розуміють «...міру і спосіб творчої самореалізації особистості керівника в різноманітних видах управлінської діяльності, спрямованої на освоєння, передачу і створення цінностей і технологій в управлінні» [4]. Інші автори вважають, що це багатокomпонентне поняття, яке включає «...основи для свідомої організації процесу управління згідно життєвим цілям, планам і життєвої програми керівника» [5].

В.А. Сластенін пропонує вважати індикатором управлінської культури керівника моральне ставлення, оскільки саме морально-етичні відносини в спільній діяльності виступають як основа управлінської культури [6]. У процесі управлінської діяльності керівник засвоює нові теорії, концепції управління, опановує вміння, навички і в залежності від ступеня їх застосування до практичної діяльності вони оцінюються як більш-менш значущі.

Технологічний компонент управлінської включає в себе способи і прийоми управління діяльністю організації, передбачає вирішення специфічних завдань, рішення яких ґрунтується на уміннях керівника - управлінця в області аналізу та планування, організації, контролю та регулювання.

Рівень управлінської культури залежить від рівня оволодіння прийомами і способами вирішення зазначених типів завдань.

Особистісно-творчий компонент управлінської культури керівника організації розкриває управління як творчий акт. При всій заданості, алгоритмічності управління, діяльність керівника завжди є творчою. Освоюючи цінності і технології управління, керівник - управлінець перетворює, інтерпретує їх, що визначається як особистісними особливостями керівника, так і особливостями об'єкта управління. Стає очевидним, що управління є сферою докладання і реалізації здібностей особистості. З вище сказаного випливає: особистісний аспект управлінської культури керівника, який передбачає наявність оптимальних якостей управлінців, кращі моделі поведінки.

Так, за свідченням фахівців в області менеджменту, в 60 70-і роки керівникам потрібно, в першу чергу, наявність ґрунтовних знань в галузі гуманітарних наук і професійного докладання зусиль, вміння приймати рішення, дисциплінованість, наполегливість. у 80-ті роки на перше місце вийшли такі якості, як рішучість, жорсткість, компетентність в області фінансів, маркетингу. Сьогодні найбільш важливими факторами успіху є - здатність змінюватися і управляти змінами, стратегічне мислення, навички комунікації, вміння управляти людьми.

Доповнюючи В.А. Сластеніна, в якості основних компонентів управлінської культури виділяють:

- управлінські знання про конкретний об'єкт управління, а також про способи і прийоми впливу на нього;
- досвід практичного управління , що конкретизує і збагачує теоретичні знання;

- управлінську майстерність як сформовану, стійку за формою дію, яка досягла певної міри досконалості [6].

Л.Б. Сергєєва виділяє наступні складові управлінської культури керівника [7]:

- соціально-детермінаційний компонент, який передбачає знання керівником проблем в області управління своєю установою, а також загальних проблем в галузі професійної діяльності. Успішність розвитку даного компонента в діяльності керівника забезпечується законодавчими документами, знаннями політики;

- інформаційно-інноваційний компонент включає в себе створення і використання інформаційного середовища. Від керівника вимагається переробка, зберігання та оптимальне використання інформації для визначення змістовних напрямків діяльності та прийняття управлінських рішень, а також виявлення критеріїв якості;

- організаційно-креативний компонент орієнтований на сформовані вміння координувати різні ресурси з метою вирішення поставлених завдань. Ефективну розробку тактики і стратегії управління, проектування і прогнозування управлінської діяльності. Застосування творчого підходу до управління;

- акмеологічний компонент представлений як вищий ступінь прояви загальної культури, ерудиції, системи цінностей, мобільності керівника, вдосконалення професійних знань; розвинені комунікативні вміння та ін.

С.Є. Джадж виділяє наступні складові управлінської культури керівника:

- когнітивний компонент представляє сукупність знань в області наукового управління (планування, організація,

керівництво і контроль в організації), знань про сучасні наукові методи, підходи, технології в управлінні;

- технологічний компонент - це система умінь і навичок (аналізувати, планувати, організовувати, мотивувати, контролювати) щодо управління системами і відтворення кращих зразків управлінської діяльності;

- рефлексивний компонент будується на осмисленні власних професійних особистісних можливостей, розвитку навичок до самоаналізу, само корекції [8].

Т.М. Горюнова виділяє наступні аспекти управлінської культури керівника установи [9]:

- гносеологічний аспект, що включає механізми розумової діяльності;

- когнітивний аспект передбачає творчий прояв управлінської культури, здійснюється на основі закономірностей процесу пізнання;

- емоційно-психологічний аспект містить мотиваційну спрямованість;

Таким чином, поняття «управлінська культура» - це поняття, яке характеризує ступінь оволодіння майбутніми керівниками знаннями і вміннями професійної діяльності, їх морально світоглядних, творчих здібностей в процесі діяльності.

Управлінська культура керівника являє собою інтегруючий початок в цілісній культурі особистості управлінця, вона сприяє перенесенню особистістю знань, умінь, навичок управління, особливо з'єднання наукових знань у практичній діяльності, в усі сфери діяльності.

Звідси сутність управлінської культури керівника організації розуміється як комплексна особистісна освіта, яка характеризує:

- високий рівень оволодіння знаннями і вміннями, необхідними для якісної і продуктивної управлінської підготовки;
- соціально-ціннісне ставлення до її процесу, засобів і результатів;
- досвід трудових відносин, що відповідає вимогам конкретного етапу соціально-економічного розвитку суспільства, і дозволяє людині найбільш повно реалізувати себе в пізнавальній та предметно-перетворюючій діяльності.

Список використаної літератури:

1. Бондаревська О.В. Теорія та практика особистісно орієнтованої освіти / О.В. Бондарівська. - 2000. - 254 с.
2. Поздняків А.П. Формування управлінської культури майбутнього фахівця/А.П. Поздняків. – М., 2007 – 40 с.
3. Слабодян В. Чи можете ви стати сильним менеджером / В. Слабодян // Кредо. – 1999. №4. С.4-9
4. Чинапах В. Розвиток людських ресурсів та планування освіти / В. Чинапах, Я.І. Лефстред, Г. Вайлер // Перспективи. 1990. №1. С.9-26
5. Прищак, М. Д. Психологія управління в організації : навчальний посібник / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – Вінниця, 2016. – 150 с.
6. Сластенін В.А. Педагогіка: інноваційна управлінська діяльність керівника/В.А. Сластенін, Л.С. Підимова. М: Магістр, 1997. - 224 з
7. Сергєєва Л.Б. Розвиток управлінської культури керівників/Л.Б. Сергєєва. – Челябінськ, 2011. – 175 с.
8. Джаджа С.Є. Засоби формування управлінської культури керівників освітніх установ/С.Є. Джаджа. – Самара., 2000. 148 с.

Економіка ХХІ століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2021. Вип. 4. 140 с.

9. Єлізарова І. О. Секрети ділового успіху : навчальний посібник / І. О. Єлізарова. – К. : Кондор, 2014. – 80 с

Рудюк Г.К.,
викладач-методист
(м.Хмельницький)

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне управління господарською діяльністю підприємства передбачає створення належного інформаційного забезпечення, що є об'єктивною основою під час формування якісної системи управління, спрямованої на досягнення стабільного фінансового стану. Одним із ключових показників підприємства, що визначає ефективність його діяльності, є фінансовий результат, так як фінансові результати є основою для інвестиційного розвитку підприємства, розширення його діяльності та забезпечення досить вигідного місця серед конкурентів аграрної галузі. Тільки достовірна та об'єктивна інформація щодо формування фінансових результатів підприємства матиме можливість спланувати свою подальшу діяльність, визначивши при цьому свої переваги та недоліки.

Однак, сьогодні усі підприємства України зіткнулися з рядом проблем щодо формування фінансових результатів та відображення їх в обліку. При дослідженнях цього питання ми прийшли до висновку, що серед науковців відсутні єдині підходи до визначення та трактування економічної сутності доходів, витрат і фінансових результатів за видами діяльності, аналітичності інформації та прийняття управлінських рішень для визначення їх впливу на загальний фінансовий результат.

Раціональна організація обліку фінансових результатів та відображення їх у фінансовій звітності підприємства аграрного сектора економіки займає центральне місце у системі обліку та звітності і часто супроводжується внутрішніми проблемами, які зумовлені обліковою політикою. Тому від правильно сформованої облікової політики залежать кінцеві результати діяльності кожного суб'єкта господарювання та стратегія його розвитку в майбутньому.

Що стосується фінансових результатів, то в наказі про облікову політику слід розкрити чіткий і ефективний алгоритм визначення фінансових результатів у відповідності до НП(С)БО 1.

Основними методами облікової політики, що мають безпосередній вплив на формування фінансових результатів є: амортизація, оцінка при вибутті запасів, нарахування резерву сумнівних боргів, створення резерву відпусток, оцінка продукції власного виробництва, класифікація витрат і доходів та оцінка їх, порядок розподілу загальновиробничих витрат, перелік постійних і змінних витрат тощо. Всі ці елементи облікової політики повинні бути змістовно викладені у Наказі про облікову політику тому, що вони є основними внутрішніми факторами формування фінансових результатів.

Важливою зовнішньою проблемою обліку фінансових результатів є проблема відповідності обліково-контрольної системи підприємств, у тому числі й об'єкта дослідження, щодо їх (його) витрат і доходів чинному законодавству з обліку та контролю. Сьогодні, в умовах нормативно-правового валу, головний бухгалтер має володіти повною і вичерпною інформацією про нові нормативно-правові акти України, зміни та доповнення до них, вміти порівнювати,

аналізувати, об'єктивно оцінювати, надавати пропозиції та грамотно реалізовувати ці акти на практиці. Так, зокрема, розглянемо основні проблеми пов'язані з аналізом діючої нормативно-правової бази щодо формування та обліку фінансових результатів.

На сьогоднішній день нормативно-правові акти, що регламентують порядок визначення фінансових результатів діяльності підприємства, взагалі не містять класифікації фінансових результатів, що могла б бути використана для створення ефективних інформаційних облікових моделей.

Визначення поняття „ фінансові результати “ не надає НП(С)БО 1, який є методологічною основою для формування та відображення інформації у фінансовій звітності. Між тим у НП(С)БО 1 зазначено, що ними визначаються мета, склад і принципи підготовки фінансової звітності та вимоги до визнання та розкриття її елементів [1]. Щодо визначення термінів, то передбачено, що звіт про фінансові результати включає: звіт про доходи, витрати, фінансові результати та сукупний дохід [1]. У НП(С)БО 1 розкриваються тільки такі трактування категорій: „прибуток“, „збиток“ та „інший сукупний дохід“.

Залишається невирішеною проблема класифікації фінансових результатів. На нашу думку, суперечності стосовно класифікації фінансових результатів усе більше пов'язані з розвитком економічних теорій, зміною методології обліку після введення НП(С)БО 1. Розроблення класифікаційних ознак для обліку фінансових результатів підприємства сприятиме зростанню ефективності організації синтетичного та аналітичного обліку і забезпечить правильність розрахунку фінансового результату, враховуючи, що класифікація повинна відповідати як мінімум

двом постулатам: вона має бути теоретично обґрунтована; застосування її на практиці визначається необхідністю.

Проаналізувавши НП(С)БО 1 та П(С)БО 15 ми дійшли висновку, що між ними відсутня єдність під час визначення і відображення доходів. НП(С)БО 1 методика заповнення Звіту про фінансові результати не надає. Щодо відображення фінансових результатів за їх класифікаційними ознаками, то у формі 2 виділяють: валовий прибуток (збиток); фінансовий результат від операційної діяльності; фінансовий результат до оподаткування і чистий фінансовий результат [1]. На нашу думку, доцільно замість валового прибутку (збитку) у формі 2 включити „ фінансовий результат від основної діяльності “, а це в свою чергу спонукає до змін у Плані рахунків. Планом рахунків для обліку фінансових результатів не передбачено рахунок для обліку результатів основної діяльності, а введення такого субрахунку, назвавши його 791 „Результат від основної діяльності“ до рахунку 79 „ Фінансовий результат“, що дало б можливість визначення фінансового результату від реалізації кожного виду продукції, товарів, робіт, послуг. Відповідно для обліку фінансового результату від іншої операційної діяльності передбачити субрахунок 792 „Результат від операційної діяльності“ попередньо уточнивши перелік інших операційних доходів і витрат.

При другому варіанті до робочого плану рахунків підприємства необхідно внести доповнення: до субрахунку 791, „ Результат операційної діяльності“ відкрити два субрахунки другого порядку:

- 7911 „ Результат від основної діяльності“;
- 7912 „ Результат від іншої операційної діяльності“.

Це дасть можливість контролю над відповідними доходами та витратами іншої операційної діяльності. Водночас дійсно можна проконтролювати, від якої діяльності

у товаристві будуть більші фінансові результати – від основної чи іншої операційної.

Наступним показником фінансових результатів необхідно передбачити фінансовий результат від фінансової та інвестиційної діяльності. Для обліку таких фінансових результатів доцільно передбачити субрахунок 793 „Результат від фінансової та інвестиційної діяльності“, оскільки такі види діяльності рідко зустрічаються в практиці, і використовуючи аналітичний облік, є можливість його контролю над складниками доходів і витрат за кожним із їх видів.

При другому варіанті пропонуємо до субрахунку 792 „Результат фінансових операцій“ відкрити два рахунки третього порядку: 7921 „Результат від інвестиційної діяльності“ та 7922 „Результат від фінансової діяльності“. Або для того, щоб товариство могло чітко визначити обсяг та ефективність інвестицій, слід розділити інвестиційну діяльність на основну та іншу інвестиційну діяльність і деталізувати таку інформацію на субрахунках другого порядку 793 рахунка, який доцільно назвати „Результат інвестиційної діяльності“.

У результаті досліджень рахунок 79 „Фінансові результати“ при першому варіанті міститиме субрахунки: 791 „Результат від основної діяльності“; 792 „Результат операційної діяльності“; 793 „Результат від фінансової та інвестиційної діяльності“; 794 „Результат іншої діяльності“, а при другому варіанті буде містити наступні субрахунки: 79 „Результат операційної діяльності“; 792 „Результат фінансових операцій“; 793 „Результат інвестиційної діяльності“; 794 „Результат іншої діяльності“ або „Інший сукупний дохід“.

Таким чином, недоліком формування фінансового результату в діючому Плані рахунків бухгалтерського обліку вважаємо те, що в ньому на субрахунках 791 „Результат операційної діяльності“ та 792 „Результат фінансових операцій“ фактично об'єднані по два види діяльності підприємства, а саме: на субрахунку 791 – основна та інша операційна діяльність, а на субрахунку 792 – фінансова та інвестиційна діяльність, а це, в свою чергу, мотивує до змін та доповнень до діючого Плану рахунків.

Важливою проблемою обліку витрат, доходів і фінансових результатів є проблема створення єдиної інформаційної загальнодержавної (міжгалузевої) бази норм і нормативів для обліку та контролю за витратами й доходами підприємства. Така інформаційна база вкрай необхідна Україні, адже, як свідчать статистичні дані, матеріаломісткість вітчизняної продукції у два-три рази вища, ніж у країнах Заходу.

Розробка й запровадження норм і нормативів сприятимуть наведенню елементарного порядку та дисципліни на підприємстві, забезпечить скорочення сум непродуктивних витрат та необліковуваних доходів. Вирішення цієї проблеми мотивує упровадження змін в обліку та фінансовій звітності створенням ефективних систем та методів управління витратами. Одним із важливих аспектів є організація обліку витрат за центрами відповідальності, яка сприяє реалізації основних функцій обліку, аналізу й контролю, обміну інформацією.

Так, за допомогою застосування даної системи директор підприємства матиме інформацію про позитивні і негативні сторони роботи структурних підрозділів, а керівники структурних підрозділів зможуть контролювати виконання запланованих показників. Така організація обліку

витрат спростить та прискорить інформаційні потоки, а, отже дасть змогу на всіх етапах просування інформації своєчасно реагувати на виявлені відхилення від запланованих (нормативних) параметрів, що поліпшить фінансові результати діяльності підприємства.

Вище наведена інформація спонукає до запровадження витратно-дохідної політики суб'єкта господарювання, яка буде спрямована на мінімізацію витрат і максимізацію власних доходів за умови дотримання основних постулатів розвитку національної економіки та реалістичного прогнозу глобальних тенденцій.

Таким чином, з метою покращення та підвищення ефективності обліку фінансових результатів доцільним буде:

- по-перше, в наказі про облікову політику підприємства, на нашу думку, слід чітко сформулювати методи щодо елементів облікової політики, які безпосередньо впливають на фінансовий результат – це оцінка продукції власного виробництва, розподіл загальновиробничих витрат, амортизація, оцінка вибуття запасів, нарахування резерву сумнівних боргів та розкрити ефективний алгоритм визначення фінансових результатів у відповідності до НП(С)БО 1;
- по-друге, закріпити на законодавчому рівні сутність такого поняття, як „фінансові результати“, уточнити перелік показників, які характеризують фінансові результати підприємства;
- по-третє, розширити перелік класифікаційних ознак, які дозволять у майбутньому розробити систему та механізми управління окремими складовими фінансових результатів з метою управління рівнем їх у довгостроковій та короткостроковій перспективі;

- по-четверте, переглянути перелік доходів у П(С)БО 15 і витрат у П(С)БО 16 відповідно до внесених корективів щодо класифікаційних ознак ;
- по-п'яте, внести корективи до Плану рахунків, зокрема, до складу субрахунків рахунку 79 „Фінансові результати “ , а також переглянути і внести зміни щодо субрахунків до рахунків класів 7 і 9.
- по-шосте, розробити спеціальні реєстри та програми, які забезпечуватимуть аналітичні відомості про фінансові результати для узагальнення облікової інформації з метою задоволення інформаційних потреб різних користувачів;
- по-сьоме, забезпечити оперативність та аналітичність інформації про витрати, доходи та фінансові результати;
- по-восьме, залучити науковців та практиків для розробки єдиної інформаційної загальнодержавної, а також аграрної сфери економіки, бази норм і нормативів для обліку та контролю за доходами й витратами;
- по-дев'яте, запровадити витратно-дохідну політику господарсько-фінансової діяльності суб'єктів господарювання та ведення обліку за центрами відповідальності.

Отже, правильна організація обліку фінансових результатів позитивно вплине на зміцнення економічного стану будь-якого підприємства аграрного сектора економіки і слугуватиме попередженню суб'єктивної облікової інформації та підвищить рівень довіри користувачів до фінансової звітності, що сприятиме інвестуванню коштів в аграрний сектор економіки та інтеграції обліку фінансових результатів сільськогосподарської діяльності до міжнародних стандартів фінансової звітності.

Список використаної літератури:

1. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.13 № 73 (зі змінами та доповненнями).
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 „Дохід“, затв. наказом МФУ від 29.11.99 р. № 290.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати", затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999р. №87 (зі змінами та доповненнями).
4. Методичні рекомендації з планування, обліку та калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств, затверджені наказом Мінагрополітики України від 18.05.01 р. № 132

Сем'янчук П.М.,
кандидат економічних наук
(м.Хмельницький)
Власюк Я.С.,
студент
(м.Хмельницький)

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ФІРМ У КОНТЕКСТІ РОЗВ'ЯЗАННЯ ТРАДИЦІЙНИХ ПРОБЛЕМ

Сучасна нестабільність зовнішнього середовища, мінлива несприятлива кон'юнктура і перманентно жорстка конкуренція українських туристичних агенцій постійно актуалізує необхідність пошуку нових та вдосконалення діючих методів і способів управління й господарювання. Об'єктивною реакцією мікросуб'єктів туристичної сфери на описану динаміку соціально-економічних змін є практична діджиталізація або цифрова трансформація, основний детермінант яких – фокусування на цифровій інноватизації сукупності взаємоузгоджених господарських операцій, спрямованих на досягнення та підвищення ефективності цілей туристичної компанії.

Основними передумовами цифрової трансформації туристичних бізнес-процесів є застосування синтезу нових інтелектуальних продуктів в галузі інформатики, програмування, управлінських концепцій та прийомів, тісна взаємоінтеграція яких дозволить превентивно нівелювати негативний вплив чинників ділового і фонового оточення. Разом із тим вони є потужним інструментом і рушійною силою зміцнення конкурентних позицій туристичних агенцій.

У своїй сукупності це є дієвою передумовою збільшення економічних вигод, закріплення власної збутової ніші та зростання ринкової туристичної частки. Діджиталізація туристсько-рекреаційних бізнес-процесів цілком спроможна забезпечити оперативне й адекватне реагування на коливання, конкурентні виклики і зміни зовнішнього середовища та внутрішньої ситуації туристичних компаній. Такий стан речей великою мірою дозволить узгодити взаємодію підрозділів, вміло координувати їхнє функціонування і підвищити рівень сконцентрованості виконання запланованих операцій, скоротити витрати, підвищити продуктивність праці та підсилити якість надання туристичних продуктів і туристичних послуг.

У літературних джерелах цифрова трансформація розглядається як практичне «впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси підприємства. Цей підхід передбачає не лише встановлення сучасного обладнання або програмного забезпечення, але і фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікаціях. Як наслідок підвищуються продуктивність кожного співробітника і рівень задоволеності клієнтів, а компанія здобуває репутацію прогресивної і сучасної організації» [4]. Варто додати, що у сучасних дослідженнях відбувається ототожнення цифрової трансформації і цифровізація. На думку практиків та науковців, «цифровізація процесів актуальна не тільки на рівні окремих підприємств: цілі галузі обирають для себе цей шлях розвитку як єдину можливість відповідати умовам навколишнього світу, що стрімко змінюються. Завдяки цьому цифрова трансформація промисловости, роздрібної торгівлі, державного сектора та інших сфер вже сьогодні змінює життя кожної людини і кожної компанії» [4]. Виходячи зі сказаної

аргументації, ми вважаємо за правильне й обґрунтоване вважати цифрову трансформацію і цифровізацію ідентичними явищами та процесами.

Цифрова трансформація або цифровізація підприємств туристської індустрії дозволяє позитивно вирішити три важливі господарські питання у процесі функціонування цих економічних агентів, а саме:

- а) поліпшення клієнтського досвіду;
- б) гнучкість і прискорення бізнес-туристичних процесів;
- в) інноваційні можливості для розвитку бізнесу.

В руслі першого проблемного питання варто зазначити, що клієнти туристичної фірми є одним із ключових драйверів цифровізації. Вони щоденно перебувають у прямій та опосередкованій взаємодії з комерційними і державними установами й організаціями. Багато з економічних агентів уже почали якісно трансформувати свою діяльність. За таких умов клієнти чітко усвідомлюють, що сучасні технології роблять господарські процеси швидшими і простішими. Саме тому клієнти свідомо й підсвідомо очікують на ідентичні цифрові впровадження від інших фірм та установ. Технології цифровізації полегшують організацію персоналізованої взаємодії, завдяки якій більшість клієнтів надають перевагу при виборі туроператора. Цифрові канали зв'язку, штучний інтелект і роботизація стають дедалі впливовішими у нашому повсякденному житті. Як приклад можна навести цифрову трансформацію банків і використання чат-ботів або фармацевтики, яка у своїй роботі активно використовує сучасні мобільні пристрої. Клієнтський досвід це не тільки взаємодія з компанією зовнішніх замовників, але і внутрішня клієнтська співпраця. Цифрова трансформація туристських

процесів покращує оптимізацію виконання своїх обов'язків співробітниками підприємства. Саме завдяки цьому продуктивність кожного окремого члена команди має позитивну динаміку. Як показує досвід, автоматизація рутинних операцій збільшує економію часу для вирішення багатьох важливих і складних завдань.

В контексті другого проблемного питання варто згадати вислів «компанії бувають швидкими або мертвими». За умов цифрової економіки та діджиталізації підприємств, наведена фраза набуває дедалі більшої актуальності. Дійсність диктує своє і якщо господарюючий суб'єкт, загалом, чи туристична компанія, зокрема, ігнорує можливості сучасних технологій, не адаптується або повільно пристосовується до сучасного ринкового ритму й особливостей ведення бізнесу, він зіткнеться з проблемою конкурентоспроможністю більш діджиталізованих компаній. Запорукою бізнесового успіху компанії в туристичній індустрії забезпечать такі риси як швидкість і гнучкість. Фірма повинна змінюватися не тоді, коли є така можливість, а у випадку нагальної потреби. Цифрова трансформація туристських бізнес-процесів спрямована на те, щоби туроператори мали змогу оперативно ухвалювати рішення і вчасно пристосовуватися до вимог поточного моменту з метою якісного задоволення потреб клієнтів.

У царині третього проблемного питання слід акцентувати увагу на цифровізації бізнесу як слабоальтернативного чи безальтернативного шляху до інноваційних шляхів розвитку підприємств. Популярні на даному етапі Хмарні технології дозволяють кільком командам одночасно та ефективно працювати над одним проектом, результативно використовуючи ресурси фірми. Слід підкреслити, що стратегія Mobile First дає можливість

компанії отримувати й монетизувати мобільний трафік, який за своїми результатами і досягненнями вже наздогнав трафік зі стаціонарних пристроїв. Готові рішення дозволяють заощаджувати час на вирішення покладених обов'язків і завдань. Різні програми і розширення покращують спроби оптимізувати роботу господарюючого суб'єкта зі щонайменшими витратами часу на їхнє впровадження та адаптацію.

Отже, технології цифрової трансформації туристичної фірми дозволяють запуснути власний бізнес і розвивати його конкурентоспроможними темпами.

Список використаної літератури:

1. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними DESTINATION: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
2. Мельниченко С.В., Шеєнкова К.А. Управління бізнес-процесами в туризмі: монографія К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 264 с.
3. Цифрова трансформація – один з пріоритетів Уряду. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/tsifrova-transformatsiya-odin-z-prioritetiv-uryadu> (дата звернення: 15.10.2021).
4. Як цифрова трансформація допоможе розвитку вашої організації?. URL: <https://www.terrasoft.ua/page/digital-transformation> (дата звернення: 16.10.2021).

Фасолько Т.М.,
кандидатка економічних наук, доцентка
(м.Хмельницький)
Матвєєва І.Ю.,
студентка
(м.Хмельницький)

ІНТЕГРАЦІЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Сучасний розвиток будь-якої сфери господарювання є практично неможливим без використання цифрових технологій і гаджетів. Реєстрація та співпраця з органами державної і муніципальної влади, а також з постачальниками, підрядниками, діловими партнерами і клієнтами потребує регулярного і безперервного застосування цифрових технологій. Підприємства сфери туризму також перебувають в активній фазі процесу діджиталізації.

Виходячи з підходів зарубіжної наукової думки, «Діджиталізація – це загальний термін для позначення цифрової трансформації суспільства та економіки. Він описує перехід від індустріальної доби й аналогових технологій до ери знань і творчості, яка характеризується цифровими технологіями та інноваціями в цифровому бізнесі» [4]. Разом із тим, важливим та значущим є теза науковців і практиків, згідно якої «Діджиталізація бізнесу – рушійна сила, що сприяє його просуванню» [2].

Звідси випливає, що інтеграція цифрових технологій на підприємствах сфери туризму має низку основних переваг, а саме:

а) зростаюча крива економії часу з одночасним підвищенням продуктивності праці (рис. 1). Представлена ілюстрація демонструє нам три варіанти інтенсивності діджиталізації туристичних фірм. Безперервна інтеграція цифрових технологій у діяльність суб'єктів сфери туризму зумовлює неупинний підйом зростаючої економії часу та продуктивності праці (варіант а). Несистематична проте здебільшого регулярна діджиталізація туристичного бізнесу має високий та відносно тривалий рівень економії робочого часу і збільшення продуктивності праці. Проте у певний момент ринкового періоду ці позитивні темпи починають зменшуватися. За умов неповної або цілковитої відмови від інтеграції цифрових технологій у діяльності туристичних компаній – продуктивність праці й економія робочого часу спершу відзначаються позитивною динамікою, що у певний виробничо-переломний момент починають різко набувати від'ємного нахилу.

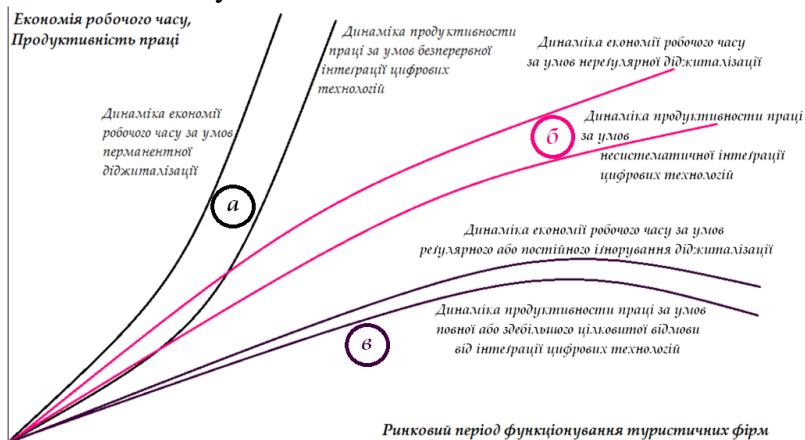


Рис. 1. Динаміка економії часу і продуктивності праці за різної інтенсивності діджиталзації туристичних підприємств

Джерело: складено авторами на основі власних теоретичних узагальнень

б) автоматизація надання послуг та інших внутрішніх господарських процесів туристичних підприємств;

в) оптимізація поліпшення зовнішніх та внутрішніх комунікацій, що позитивно сприятиме налагодженню контактів;

г) більші можливості виходу на новий рівень обслуговування своїх клієнтів, а також кращі перспективи збільшення туристичних потоків, приваблення більшої чисельності клієнтів і закріплення за собою тих туристів, які вже користуватися послугами цієї турагенції;

г) покращення конкурентних можливостей і набуття більшого клієнтського досвіду в сукупності із оптимізацією загальної тривалості робочого процесу.

Активне впровадження цифрових технологій у діяльності сфери туризму дозволяють вирішити низку проблем сучасної нагальності:

По-перше, бажання турагентів поліпшити роботу своїх співробітників. Особливо це стосується теперішньої пандемічної ситуації, коли масові й регулярні карантинні заходи можуть стати на заваді нормалізації господарських процесів. Переломні господарські моменти і різноманітні перешкоди можуть набути форми хаотичності й безсистемності у своєму прояві та повторюваності. Саме з метою згладжування таких моментів є необхідною практика широкого впровадження та розповсюдження цифрових технологій. Постійне використання й перманентне оновлення

цифрових технологій сприятимуть більш швидкому навчанню та адаптації співробітників до нововведень. Офісні замовлення необхідних технологій, правильні підходи до їхнього вибору, ефективне управління ними повинні набути ознак перманентности.

По-друге, швидке розв'язання питань із пошуку альтернативних способів обслуговування клієнтів та задоволення їхніх туристичних і курортно-рекреаційних потреб за умов карантинних обмежень у період запровадження жовтих, помаранчевих і червоних зон та локдаунів. Господарюючі суб'єкти, які найбільше потерпають від негативних наслідків пандемії, повинні не тільки пристосовуватися до виконання економічно-невигідних карантинних обмежень, але шукати вмотивовані способи й економічно-обґрунтовані шляхи виходу з кризової ситуації. Власне діджиталізація дозволить тісніше співпрацювати різним суб'єктам туристичної індустрії, зосередити і згуртувати кращих працівників різних компаній задля спільної антикризової креативної мети.

По-третє, різноманітні збої і численні або несистематичні порушення у процесі функціонування туристичних фірм потребуватимуть ефективної автоматизації діяльності. Цифрові технології уможливають розробку результативних моделей організації та синхронізації праці персоналу й функціонування туристичної компанії з урахуванням особливостей і ризиків зовнішнього та внутрішнього середовища.

По-четверте, українська економіка за сучасних умов дедалі частіше порівнюється з моделями упорядкованого та неупорядкованого хаосу. Новітні цифрові технології дозволяють вловити і змодельовати необхідні господарські процеси і їхню послідовність за невизначених і ризикових

умов. Варто зазначити, що змодельовані проєкти цифрових технологій та економічна дійсність можуть мати низку відмінностей. Проте турагенція матиме уявлення як саме вести подальшу діяльність і зберегти свою господарську життєздатність у середньостроковому і тривалому періодах за умов хаосу й невизначености.

Ми цілком поділяємо думку віце-президента консалтингу ARC Advisory Group К.Резника, який зазначає: «Компанії, що виживуть у довгостроковій перспективі – ті, у кого є кращі інструменти, що дозволяють їм бути гнучкими, рухливими, моторними; ті, хто краще за інших зможуть реагувати на зміни асортименту продукції, контролювати і відслідковувати свої заводи, регулювати ланцюжки поставок і будуть в змозі задіяти свою робочу силу дійсно в будь-якому місці» [2]. Цілком справедливим буде запевнити, що саме інтенсивна інтеграція цифрових технологій дозволить реалізувати ефективні стратегічні цілі туристичних компаній.

Список використаної літератури:

1. Пищуліна О. Дві сторони цифрових технологій: «цифрова диктатура» або збереження стійкості. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/dvi-storony-tsyfrovykh-tekhnologii-tsyfrova-dyktatura-abo-zberezhenia-stiikosti> (дата звернення: 22.09.2021).
2. Поняття діджиталізації бізнесу: сфери і необхідність. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/business-digitalization.html> (дата звернення: 22.09.2021).
3. Шаповалов Д. Головна умова цифрової трансформації. URL: <https://www.it.ua/articles/glavnoe-uslovie-cifrovoj-transformacii> (дата звернення: 22.09.2021).

4. What is digitalization?. URL: <https://innolytics-innovation.com/what-is-digitalization/> (дата звернення: 22.09.2021).

Цебень Р.Л.,
кандидат економічних наук, доцент
(м.Хмельницький)

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Система бухгалтерського обліку виступає джерелом економічної інформації, яка необхідна керівній ланці підприємства для своєчасного прийняття управлінських рішень. Основні засоби займають важливе місце в активах промислових підприємств. Важливою теоретичною і практичною проблемою сучасного бухгалтерського обліку є забезпечення достовірності показників обліку і фінансової звітності. Одним із засобів такого забезпечення виступає інвентаризація як елемент методу бухгалтерського обліку

Дослідження теоретичних і практичних особливостей інвентаризації знайшли висвітлення у наукових працях багатьох вчених, серед яких Бардаш С.В., Білуха М.Т., Бутинець Ф.Ф., Грабова Н.М., Дем'яненко М.Я., Дорош Н.І., Калюга Є.В., Кужельний М.В., Лінник В.Г., Нападовська Л.В., Немчинов П.П., Пилипенко І.І., Соколов Я.В., Сопко В.В., Сук Л.К., Швець В.Г., Шевчук В.О., Штейнман М.Я. та інші. Результати їх досліджень мають велике значення для розвитку теорії бухгалтерського обліку. Незважаючи на значну кількість праць науковців з досліджуваного питання існує низка проблем виявлення фактичної наявності активів і перевірки повноти відображення зобов'язань та їх документування, теоретичне обґрунтування і практична реалізація яких дозволила б забезпечити достовірність даних бухгалтерського обліку і фінансової звітності підприємства.

Обов'язковість проведення інвентаризації перед складанням річної фінансової звітності визначено Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні».

Основним нормативним документом, що регулює проведення обов'язкової річної інвентаризації є Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. №879 [1]. Крім того, рекомендується для організації інвентаризаційної роботи використовувати Положення про інвентаризацію майна державних підприємств, що приватизуються (корпоратизуються), а також майна державних підприємств та організацій, яке передається в оренду, затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 02.03.93 р. №158.

До принципів проведення інвентаризації відносяться безперервність, документальне оформлення, економічність, зіставність одиниць вимірювання, матеріальна відповідальність, пред'явлення наявних одиниць контролю, оперативність, повнота охоплення, раптовість, своєчасність, точність, об'єктивність, обов'язковість, оцінка результатів [2, с. 188; 6, с.6-7]. На нашу думку, обов'язковість та документальне оформлення є одними з основоположних принципів інвентаризації.

У чинному законодавстві не передбачаються норм, які регулюють відображення результатів інвентаризації забезпечень, які необхідно включати до первісної вартості основних засобів під час їх визнання. Крім того, не передбачено типової форми для цієї мети.

Згідно з п.13 П(С)БО 11 «Зобов'язання» суми забезпечень, які створюються для відшкодування наступних (майбутніх) операційних витрат, визнаються витратами, за

винятком суми забезпечення, що включається до первісної вартості основних засобів відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби». На суму такого забезпечення одночасно збільшується і первісна вартість основних засобів і сума зобов'язання, що виникає у підприємства у вигляді майбутніх витрат на демонтаж цього об'єкта, його переміщення та рекультивацію порушених земель [3, с. 53].

Згідно П(С)БО 11 розрахункова сума забезпечення підлягає інвентаризації на кожну дату балансу. За загальним правилом коригування забезпечень збільшує або зменшує витрати на їх створення. Так, згідно п. 18 П(С)БО 11 передбачено, що після завершення робіт з демонтажу, переміщення об'єктів основних засобів та приведення земельної ділянки, на якій він розташований, у стан, придатний для подальшого використання, залишок (недостатність) забезпечення на відновлення земельних ділянок визнається іншим операційним доходом або іншими операційними витратами.

Вимоги до інвентаризації забезпечень містяться у п.11.10 Інструкції по інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів і документів та розрахунків. У абзаці «є» цього пункту передбачено, що перевірка правильності визнання залишку інших видів забезпечень на кінець року проводиться відповідно до галузевих вказівок, узгоджених з Мінфіном.

Підприємства, які згідно Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» оприлюднюють звітність згідно з МСФЗ, можуть скористатися відповідними положеннями КТМФЗ 1 «Зміни в існуючих зобов'язаннях з виведенням з експлуатації, відновленням та подібних зобов'язаннях». Зміни

розрахункової суми забезпечення на дату балансу можуть бути викликані:

- зміною в оцінці зобов'язання за рахунок дисконтування (наприклад щорічне збільшення поточної вартості забезпечень або зміна ставки дисконтування), оскільки таке зобов'язання є довгостроковим і відображається в балансі за теперішньою вартістю;

- зміною в оцінці майбутніх витрат, наприклад у разі збільшення вартості витрат на демонтаж.

Суму дисконту необхідно включати до складу фінансових витрат у періоді їх виникнення [4]. Облік зміни розрахункової суми забезпечення за рахунок збільшення або зменшення майбутніх витрат на демонтаж і рекультивацію залежить від обраної моделі обліку основних засобів.

Якщо згідно з обліковою політикою підприємства основні засоби обліковуються за собівартістю, то в разі зміни суми забезпечення змінюється первісна вартість основних засобів. При цьому необхідно враховувати наступне:

- сума зменшення забезпечення не може перевищувати залишкову (балансову) вартість основних засобів. У випадку перевищення, різницю необхідно віднести на інші операційні витрати;

- якщо сума забезпечення збільшується, а отже, збільшується первісна і балансова вартість основних засобів, необхідно провести тест на знецінення активу. Якщо виявиться, що нова балансова вартість активу не відшкодовується повністю, доцільно відобразити в обліку збиток від знецінення.

Якщо облікова політика підприємства передбачає облік основних засобів за переоціненою вартістю, тоді при зміні суми забезпечення методика обліку буде подібною до методики обліку переоцінки основних засобів із

використанням рахунків додаткового капіталу. Зміна суми зобов'язання змінює суми попередніх дооцінок або уцінок. Тому, якщо сума забезпечення зменшилася до величини балансової вартості основних засобів, необхідно збільшити відповідно суму попередньої дооцінки. Якщо збільшилася сума забезпечення – необхідно відповідно зменшити суму попередньої дооцінки. Якщо сума збільшення більша від суми попередньої дооцінки, різниця списується на фінансовий результат.

Для документування результатів інвентаризації забезпечень на демонтаж основних засобів і рекультивацію земель підприємство може самостійно розробити відповідну форму або використовувати типову форму № інв-11, яку доцільно складати інвентаризаційною комісією на підставі облікових даних.

Список використаної літератури:

1. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. №879 // www.rada.gov.ua
2. Сук Л.К. Бухгалтерський облік: навчальний посібник / Л.К. Сук, П.Л. Сук. – К.: Знання, 2008. – 507 с.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р. №20 // Баланс. – 2014. - №37-38. – С.52-54.
4. КТМФЗ 1 «Зміни в існуючих зобов'язаннях з виведенням з експлуатації, відновленням та подібних зобов'язаннях» // <http://www.minfin.gov.ua/>

Цимбалюк Г.С.,
кандидат економічних наук
(м.Хмельницький)
Зайка О.О.,
магістрантка
(м. Хмельницький)

ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Фінансовий менеджмент традиційно виконує одну з важливих функцій в управлінні діяльністю суб'єктів господарювання, що стосуються різних форм власності та видів економічної діяльності. Першочергове завдання фінансового менеджменту зводиться до забезпечення ефективності та раціональності процесів формування, використання, розподілу та контролю фінансових ресурсів у розпорядженні підприємств, установ, організацій.

Мета фінансового менеджменту збігається з основною метою функціонування підприємства – максимізація добробуту власників у результаті проведення ефективної фінансової політики суб'єкта господарювання.

Досягнення цієї мети сприяє вирішення наступних завдань фінансового менеджменту:

- залучення капіталу з різних джерел (власні, позикові, залучені) та визначення ціни залучення даних видів капіталу, формування фінансових ресурсів підприємства, які включають не лише грошові кошти, а й матеріальну базу;
- формування фінансових ресурсів підприємства, необхідних для здійснення безперебійного функціонування суб'єкта господарювання;

- розподіл сформованих фінансових ресурсів за напрямками діяльності підприємства;
- забезпечення найбільшої ефективності використання фінансових ресурсів;
- виявлення «вузьких місць» у виробництві та їх усунення;
- забезпечення ефективної взаємодії різних напрямків діяльності підприємства;
- аналіз та оцінка результатів діяльності підприємства у звітних періодах;
- здійснення контролю за діяльністю підприємства;
- оцінка потенційних можливостей розширення діяльності підприємства;
- оцінка ефективності прийнятих фінансових рішень;
- забезпечення необхідного рівня ліквідності, платоспроможності та рентабельності підприємства;
- забезпечення фінансової стійкості підприємства;
- недопущення банкрутства підприємства;
- організація ефективного антикризового управління.

Об'єктами фінансового менеджменту є грошовий обіг, фінансові ресурси, фінансові відносини, капітал підприємства.

Суб'єктами фінансового менеджменту є фінансовий директор, фінансові менеджери, фінансові служби підприємства, які забезпечують функціонування об'єктів.

У період 2010-2020 рр. розвиток фінансового менеджменту характеризується використанням досягнень бурхливого розвитку інформаційних технологій при вирішенні задач фінансового менеджменту [1, с.65]. Зокрема, доречно згадати створення методів емпіричного аналізу зміни ціни активів (Нобелівська премія в області економіки 2013 р.

Ю. Фама, Л. Хансен, Р. Шіллер). Хоча слід визнати, що технології реалізації процесів присудження Нобелівської премії, що характеризуються інерційністю у часі та відомою ангажованістю (наприклад, за 20 років XXI ст. із сорока Нобелівських лауреатів у галузі економіки тридцять п'ять представляють одну країну), не дозволяють використовувати інформацію про Нобелівські премії в області економіки як ефективний інструмент розвитку фінансового менеджменту.

У цьому слід відзначити великий вплив в розвитку фінансових технологій цифрової економіки, включаючи: технології реплікованих розподілених баз даних (зокрема, блокчейна), криптовалюти як різновид цифрової валюти тощо. Поряд із очевидними перевагами згаданих перспективних фінансових технологій цифрової економіки, не можна не відзначити, що їхній нематеріальний характер призводить до суттєвих похибок в оцінці їхньої вартості, що може цілком призвести до проблем оцінки вартості інтернет-компаній, які вже мали місце. Більше того, не виключено, що в певний момент розвитку світової економіки саме неадекватна переоціненість цифрових валют може стати однією з причин світової фінансової кризи [2].

У 2020-ті роки, згідно з прогностичними оцінками, розвиток фінансового менеджменту визначатиметься подальшим удосконаленням фінансових технологій цифрової економіки, покликаних скоротити операційні витрати, підвищити надійність здійснення процесів фінансового менеджменту, вирішити низку інших важливих завдань управління фінансами. Очікується вдосконалення інструментів раціоналізації використання фінансових ресурсів в умовах їхнього дефіциту, а також подальший розвиток технологій антикризового управління, заснованих на нейромережових та комбінованих моделях діагностики та

запобігання (передбачення) банкрутства [3, с.310]. Слід зазначити, що ця тенденція розвитку концепцій фінансового менеджменту повною мірою відповідає прогнозований на цей період концепції комбінаторного підходу до управління у менеджменті організації [4, с.250].

В процесі дослідження складних економічних категорій та фінансових відносин, на думку авторів, розумно поєднувати різні методологічні підходи для здійснення правильної періодизації генези фінансового менеджменту, основу якої становлять такі закономірності та принципи:

1) суттєва зміна змісту, структури, рівня, характеру фінансового менеджменту здійснюється за відносно тривалі періоди;

2) розвиток соціально-економічної культури, передусім матеріального виробництва, науки, становить основу життєдіяльності держави, суспільства всіх етапах історії людської цивілізації;

3) перетворення на технологічному рівні виробництва, викликані науково-технічним прогресом, визначають роль, значення, характер фінансової складової діяльності, склад, структуру грошових доходів, витрат, ефективність управління фінансовими результатами;

4) фундаментальні перетворення системи управління фінансами, що відбуваються в міру накопичення якісних змін у засобах, умовах виробництва, зрештою призводять до суттєвого зростання продуктивності праці, розмірів фінансового капіталу, ефективності управління фінансами;

5) відносини фінансового менеджменту, з одного боку, є дзеркальним відображенням стану матеріальних умов виробництва, рівня соціально-економічної культури, ідеології держави, з іншого боку, активно впливають на процес їхнього безперервного вдосконалення та розвитку;

6) ефективне формування, розвиток фінансового менеджменту складає основу необхідної, достатньої системної впорядкованості складу, структури функцій управління;

7) інформаційні, комп'ютерні технології, сучасні системи зв'язку та телекомунікацій, автоматизоване, кібернетизоване виробництво, космічні технології, можливості використання нових видів енергії визначають головні напрями світового соціально-економічного розвитку фінансового менеджменту.

Список використаної літератури:

1. Тебекин А.В. Формирование концепции управления (менеджмента) 2020-х годов. // Академический вестник Ростовского филиала Российской таможенной академии. – 2018. – № 1 (30). – С. 64–68.

2. Максимова М. В. Система фінансового менеджменту в умовах розвитку цифрової економіки. Ефективна економіка. - 2019. - № 5.

3. Тебекин А.В. Выделение классов методов принятия управленческих решений в условиях антикризисного управления. // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2019. – № 2 (46). – С. 304–319.

4. Давиденко Н. М. Організаційне забезпечення фінансового менеджменту на підприємстві. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. 2017. Т. 1, № 1 (49). С. 248–252.

Chornomord Y.Y.,
Simon Kuznets Kharkiv national university of economics
Fourth year student

INVESTMENT ATTRACTIVENESS AND POSSIBLE WAYS TO INCREASE IT

Almost any line of business nowadays is characterized by a high level of competition. To conduct a successful competitive struggle, companies are forced to constantly develop, master new technologies, and expand areas of activity. In such conditions, the moment comes periodically when the company's management realizes that further development is impossible without an inflow of investments. Attracting investments in a company gives it additional competitive advantages and, often, an opportunity for further development. The main and most general purpose of attracting investments is to increase the efficiency of the enterprise, that is, the result of any chosen method of investing investment funds should be an increase in the value of the company and other indicators of its activities.

There are the following main types of financing of an enterprise from external sources: investment in equity capital, provision of borrowed funds. The investment attractiveness of an enterprise for investors is determined by the level of income that the investor can receive on the invested funds. However, there is a risk of non-return of capital and non-receipt of return on invested capital. In accordance with these criteria, investors determine the investment requirements for enterprises. Obviously, the main requirement for investor-lenders is confirmation of the company's ability to fulfill its obligations to return capital and payment of interest, and for investors participating in business - confirmation

of the ability to master the investment and increase the value of the investor's shareholding.

The main measures to increase the investment attractiveness of the enterprise are [1]:

- development of a long-term development strategy;
- business planning;
- legal expertise and bringing the documents of title in accordance with the legislation;
- creation of credit history;
- carrying out measures for reforming (restructuring).

To determine which of the activities are necessary for an enterprise to increase its investment attractiveness, it is advisable to analyze the current situation. This analysis allows you to:

- identify the strengths of the company;
- identify risks and weaknesses in the current state of the company, including from the point of view of the investor;
- to develop recommendations for the development of competitiveness, increasing the efficiency of activities and increasing investment attractiveness.

In the process of diagnostics, various directions (aspects) of the enterprise are considered: sales, production, finance, management. The field of activity of the enterprise is highlighted, which is associated with the greatest risks and has the greatest number of weaknesses, measures are formed to improve the situation in the selected areas.

Separately, it is worth noting the legal due diligence of the enterprise - the investment object. The areas of expertise in assessing the investment attractiveness of an enterprise are [1]:

- ownership rights to land plots and other property;

- the rights of shareholders and the powers of the management bodies of the enterprise, described in the constituent documents;
- legal purity and correctness of accounting for the rights to the company's securities.

Based on the results of the examination, inconsistencies in the indicated areas with modern legislative norms are revealed. Eliminating these inconsistencies is an extremely important step, since any investor attaches great importance to legal audit when analyzing an enterprise. So, for the lender, an important stage in the negotiation process with the enterprise is the confirmation of ownership of the property provided as collateral. For direct investors purchasing blocks of shares in an enterprise, the important point is the rights of shareholders and other aspects of corporate governance, which directly affect their ability to control the direction of spending the invested funds.

Analysis of the state of the enterprise is the basis for developing a development strategy. The strategy describes the main goals of both the enterprise as a whole and the functional areas of activity. The main target quantitative and qualitative indicators are determined. The strategy allows the enterprise to plan for shorter periods of time within a single concept. For a potential investor, the strategy demonstrates the company's vision of its long-term prospects. Obviously, the presence of a clear strategy is of the greatest importance for investors interested in the long-term development of the enterprise and directly involved in business.

Having a long-term development strategy, the company proceeds to develop a business plan. In the business plan, all aspects of the activity are considered in detail and in detail, the amount of necessary investments and the financing scheme, the results of investments for the enterprise are justified. The cash

flow plan calculated in the business plan allows you to assess the ability of the enterprise to return the borrowed funds to the investor from the group of lenders and pay interest.

For all groups of investors, the credit history of the enterprise is of great importance [2], since it allows one to judge the experience of the enterprise in the development of external investments and the fulfillment of obligations to creditors and investor-owners. In this regard, it is possible to carry out activities to create such a story. For example, an entity may issue and repay a relatively small bond with a short maturity. After the loan is repaid, the enterprise in the eyes of investors will move to a qualitatively new level as a creditor capable of fulfilling its obligations in a timely manner. In the future, the enterprise will be able to attract both borrowed funds in the form of the next bond issues and direct investments on more favorable terms.

One of the most difficult measures to increase the investment attractiveness of an enterprise is reforming (restructuring). The complete reform program includes a set of measures for the integrated alignment of the company's activities in accordance with the changing market conditions and the developed strategy for its development. Restructuring can be carried out in several directions [3].

Reform of the share capital. This area includes measures to optimize the capital structure - splitting, consolidation of shares, all forms of reorganization of a joint stock company described in the Law on Joint Stock Companies. The result of such actions is to increase the manageability of a company or group of companies.

Changing the organizational structure and management practices. This direction of reform is aimed at improving the management processes that provide the main functions of an efficiently operating enterprise, and the organizational structures of the enterprise, which must correspond to the new management

processes. Restructuring of enterprise management systems and organizational structure may include:

- the separation of certain areas of business into separate legal entities, the formation of holdings, other forms of changing the organizational structure;
- finding and eliminating unnecessary links in management;
- introduction of missing links into management processes and related organizational structures;
- establishment of information flows in terms of management information;
- carrying out other related activities.

Asset reform. As part of the restructuring of assets, one can distinguish the restructuring of the property complex, the restructuring of long-term financial investments and the restructuring of current assets. This direction of restructuring of an enterprise involves any change in the structure of its assets in connection with the sale of surplus, non-core assets and the acquisition of necessary assets, optimization of the composition of financial investments (short-term and long-term), inventories, and receivables.

Reforming production. This direction of restructuring is aimed at improving the production systems of enterprises. The goal in this case may be to increase the efficiency of production of goods, services; increasing their competitiveness, expanding the range or re-profiling. Restructuring of production may include the following activities:

- removal from production of unprofitable products, if at the same time there are no real investment projects for implementation to reduce costs, increase the competitiveness of products, etc. ;
- expansion of production and sales of profitable products;

- development of new commercially promising products or services;
- other events.

Comprehensive restructuring of an enterprise includes a combination of measures related to several of the above areas.

Separately, it is worth mentioning the situation when the purpose of increasing investment attractiveness is the sale of an enterprise. This process is called pre-sale preparation and is aimed at increasing the investment attractiveness and at the same time increasing its value for potential buyers. In general, pre-sale preparation involves the following activities [2]:

- analysis of the industry in which the company operates, as well as industries that are consumers and suppliers for it. The purpose of the analysis is to identify companies and associations that hold leading or close to leading positions. At the same time, information about the processes of consolidation, the facts of mergers and acquisitions in the analyzed industries is monitored;
- business valuation, identification of the main factors affecting the value. Determination of the key characteristics of the company that are attractive to target groups of investors. Depending on the specific situation, such characteristics may be access to certain resources, new technologies, an extensive distribution network, high potential profitability, subject to significant capital investments, etc.;
- carrying out activities aimed at increasing the investment attractiveness of the company. At this stage, all of the above activities can be carried out; their required set and sequence of carrying out depend on the desired timing of preparation of the enterprise for sale and the initial presence of investor interest in the enterprise;

- preparation of an information memorandum to present the company to investors, placing press releases in information services, interaction with investment institutions operating in the market and investors directly;
- negotiations with investors - potential buyers of the company and the implementation of the transaction.

Thus, the preparation of an enterprise for attracting investment or for sale is a fairly well-defined, albeit complex process. An enterprise can form a program of measures to increase investment attractiveness, based on its individual characteristics and the current situation in the capital markets. The implementation of such a program makes it possible to accelerate the attraction of financial resources and reduce their cost. It should be noted that the possible measures described above do not require significant material costs, but the result of their implementation, in addition to the actual growth of investor interest in the company, is also an increase in the efficiency of its work.

References:

1. Игошин Н.В. Инвестиции. Организация, управление, финансирование: учеб. / Н.В. Игошин. – М., 2012.
2. Риммер М.И. Экономическая оценка инвестиций: учеб. для вузов / М.И. Риммер. – М., 2014.
3. Эргардт О. И., Блудова Н. А. Анализ и оценка инвестиционной привлекательности предприятия // Экономика. Профессия. Бизнес. - 2015. - № 2. - С. 105-111.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Білий Леонід Григорович – кандидат педагогічних наук, доцент, директор Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом» (м.Хмельницький).

Власюк Ярослав Сергійович – студент Хмельницького університету управління та права імени Леоніда Юзькова (м.Хмельницький).

Гуменюк Антоніна Федорівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, управління та туризму Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м.Хмельницький).

Дидюк Наталія Володимирівна – магістрантка Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м.Хмельницький).

Думанська Катерина Сергіївна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки, управління та туризму Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м.Хмельницький).

Заїка Ольга Олександрівна – магістрантка Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м.Хмельницький).

Комонько Ольга Ярославівна – головний бухгалтер
ТОВ «Заготсервіс» (м.Хмельницький)

Купратий Дмитро Володимирович – магістрант
ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління
персоналом» (м. Київ).

Маковоз Володимир Вікторович – магістрант ПрАТ
«ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»
(м. Київ).

Матвєєва Іванна Юрійвна – студентка
Хмельницького університету управління та права імени
Леоніда Юзькова (м.Хмельницький)

Миколюк Сергій Ігорович – магістрант
Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна
Академія управління персоналом» (м.Хмельницький).

Негоруй Віта Віталіївна – викладач кафедри
економіки, управління та туризму Хмельницького інституту
ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління
персоналом» (м.Хмельницький).

Оліх Галина Іванівна – голова циклової комісії
фінансових та облікових дисциплін Хмельницького
економіко-правового фахового коледжу МАУП
(м.Хмельницький).

Орлова Влада Олегівна - магістрантка ПрАТ «ВНЗ
«Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м. Київ).

Осадчук Людмила Андріївна – викладач-методист, старший викладач Шепетівського коледжу ЗВО «Подільський державний університет» (м.Шепетівка, Хмельницька обл.).

Панькова Ірина Миколаївна - магістрантка Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м.Хмельницький).

Підопригора Олена Олександрівна – магістрант ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м. Київ).

Рудюк Галина Костянтинівна – викладач-методист, старший викладач Шепетівського коледжу ЗВО «Подільський державний університет» (м.Шепетівка, Хмельницька обл.).

Сем'янчук Петро Михайлович – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри публічного управління та адміністрування Хмельницького університету управління та права імени Леоніда Юзькова (м.Хмельницький).

Фасолько Тетяна Миколаївна – кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри публічного управління та адміністрування Хмельницького університету управління та права імени Леоніда Юзькова (м.Хмельницький).

Цебень Руслан Людвигович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку та оподаткування Хмельницький національний університет (м.Хмельницький).

Цимбалюк Ганна Сергіївна – кандидат економічних наук, завідувач кафедри економіки, управління та туризму Хмельницького інституту ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» (м.Хмельницький).

Чорноморд Євгенія Євгеніївна – здобувачка вищої освіти Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (м.Харків). (Chornomord Yevheniia Yevheniivna - simon Kuznets Kharkiv national university of economics.Fourth year student).

Цитати відомих людей про управління та економіку:

Показник якості управління – звичайні люди, що роблять незвичайні речі.

(П. Друкер)

А кожен із нас, хто припускає, що може керувати іншими, повинен постійно і напружено вчитися.

(А. В. Луначарський)

Завдання успішного менеджменту – зробити організацію результативної та ефективної в найближчій і довгостроковій перспективі.

(І. Адісес)

«Качине теорія» менеджменту: пливуча по воді качка зовні здається спокійною і незворушною, але її лапки під водою працюють дуже-дуже швидко.

(І. Адісес)

Чеснотою я називаю навик дій, корисних суспільному благу.

(О.М. Радищев)

Найзначніше, що може робити менеджер, – це наймати придатних для справи нових працівників

(Лі Якокка, “Кар’єра менеджера”)

«Щоранку я дивився на себе в дзеркало і питав: «Якби сьогодні був останній день мого життя, хотів би я займатися тим, чим я займаюся сьогодні? І якщо відповідь протягом багатьох днів поспіль була «ні» – я знав, що мені потрібно щось змінювати»

(Стів Джобс)

Коли є важка робота, я завжди доручаю її ледачому людині. Він обов'язково знайде якийсь легкий спосіб виконати її.

(Волтер Крайслер)

Той, хто хоче бачити результати своєї праці негайно, повинен йти в шевці.

(Альберт Ейнштейн)

Правильне рішення, прийняте із запізненням, є помилкою.

(Лі Якокка)

Ключ до успіху бізнесу – в інноваціях, які, у свою чергу, народжуються креативністю.

(Джеймс Гуднайт)

Мистецтво управління полягає в тому, щоб не дозволяти людям постаріти на своїй посаді.

(Наполеон Бонапарт)

Легше тримати віжки, ніж кермо влади.

(Козьма Прутков)

Навіть найкращий менеджер часом опиняється в положенні хлопчика з величезною собакою на повідку. Він дивиться, куди вона тягне поводок, і веде її в цю сторону

(Лі Якокка)

Хороший керівник повинен завжди знати, що відбувається в компанії. Не можна залишатися ізольованим у своєму кабінеті.

(Джек Траут, «Великі проблеми великих брендів»)

Найголовніше, що ми робимо, це приймаємо на роботу видатних людей.

(Стів Балмер, виконавчий директор Microsoft)

Все управління в кінцевому рахунку зводиться до стимулювання активності інших людей.

(Лі Якокка)

Прикро, коли твої мрії збуваються у інших!

(М. Жванецький)

Ефективний керівник концентрується на можливостях, а не на проблемах.

(П. Друкер, економіст, публіцист, теоретик менеджменту)

Будь-які зміни несуть із собою нові можливості. Тому реакцією організації на зміни повинно бути не вичікування, а підвищення активності

(Дж Уелч, колишній генеральний директор General Electric)

Якщо в команді немає людини, що приймає рішення, то рішення ніколи не будуть прийняті.

(П. Друкер, економіст, публіцист, теоретик менеджменту)

Справжня історія Facebook полягає в тому, що ми працювали не покладаючи рук весь цей час. Досить нудний сюжет, чи не так? Всі ці шість років ми сиділи за комп'ютерами і писали коди.

(М. Цукерберг, творець Facebook)

Як шкода, що не можна купувати наших менеджерів з їх справжньої вартості і продавати за ціною, в яку вони самі себе оцінюють!

(Малколм Форбс)

Менеджер: людина, що приймає швидкі рішення – і іноді вірні.

(Елберт Хаббард)

Економіка дихає крізь дірки в оподаткуванні.

(Баррі Брейсвелл-Мілнс, англійський економіст)

**Економіка ХХІ століття : проблеми та перспективи :
зб. наук. пр. / гол. ред. Л. Г. Білий. –
Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту МАУП, 2021. Вип. 4. 140 с.**

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**Економіка ХХІ століття : проблеми та перспективи : зб. наук. пр. /
гол. ред. Л. Г. Білий. – Хмельницький : Вид-во Хмельниц. ін-ту
МАУП, 2020. Вип. 1. 140 с.**

*За достовірність фактів, назв, посилань на літературні джерела
відповідальність несуть автори. Редколегія не завжди поділяє їхні
погляди.*

Зображення на обкладинці взято з мережі Internet

Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК №3262 від 26.08.2008 р.



**Хмельницький інститут
імені Блаженнішого Володимира, Митрополита Київського і всієї України**
29015, м. Хмельницький, проспект Миру 101-А
Тел.: (0382) 63-03-05
Ел. адреса: himaup@ukr.net
www.maup.km.ua

**Здано в набір 30 вересня 2021 р. Підписано до друку 30 вересня 2021 р.
Формат 60x84 1/16. Гарн. Times. Ум. друк. арк. 2,4.
Друк офсетний. Папір офсетний. Тираж 200 прим.**



Хмельницький інститут
Міжрегіональної Академії управління персоналом
e-mail: himaup@ukr.net, офіційний сайт: www.maup.km.ua