

НАУКОВА СПІЛЬНОТА

www.spilnota.net.ua



П'ЯТДЕСЯТІ ДРУГІ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ДИСКУСІЇ

ISSN 2522-963X



Матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

ЕКОНОМІЧНЕ СПРЯМУВАННЯ

25 листопада 2020 р.

Львів
2020

П'ятдесят другі економіко-правові дискусії (економічне спрямування): матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. - Львів, 2020.- 85 с.

УДК 330+340 (063)
ББК 65+67я431

ISSN 2522-963X

В збірнику опубліковані доповіді з економічних та юридичних питань, які оприлюднені на сайті www.spilnota.net.ua.

Збірники матеріалів науково-практичних інтернет-конференцій включаються до наукометричної бази даних "PIHЦ/RSCI".

Адреса оргкомітету:
79016, м. Львів, а/с 1621
E-mail: spilnota.net.ua@ukr.net

Оргкомітет Наукової спільноти не завжди поділяє думку учасників. В збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Повну відповідальність за достовірність несуть учасники, їх наукові керівники та рецензенти.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерело є обов'язкове.

ЕКОНОМІЧНЕ СПРЯМУВАННЯ

Економіка, організація і управління підприємствами, галузями, комплексами



Malik L.N.
the senior lecturer, The Kiev co-
operative institute of business and the
right

THE MECHANISM OF MAINTENANCE OF ECONOMIC SAFETY OF GOVERNMENT PROGRAMS

Economic safety of a government program of the subject of Ukraine is a condition of security of set of tools and actions which are connected on problems, realization terms, executors and resources, from external and internal threats and risks at which achievement of the purposes of the program is provided. The government program of the subject of Ukraine represents the formalized representation about a condition of certain branch of economy through the certain period of time (five, ten or more years) on the basis of realization of an object in view and performance of a complex of the actions coordinated on resources, terms and executors.

From all administrative functions, government programs in a control system of economy of region and maintenance of its safety most successfully are realized by two: 1) planning - provide strategic planning by public authorities; 2) information support - are information base for realization of other administrative functions and tools in a control system of economy and maintenance of its safety.

With a view of maintenance of economic safety development of a program method in management is necessary. It is possible to allocate three basic directions: 1) improvement of quality of planning of government programs; 2) improvement of quality of realization of government programs; an establishment of personal responsibility of officials for results of realization of the program; 3) embedding design components.

The mechanism of maintenance of economic safety of government programs consists of five elements. The first element is legal maintenance - is standard-legal base which contains documents of strategic planning. The second element in the mechanism of maintenance of economic safety of government programs - institutional maintenance, namely object and subjects which bear responsibility for maintenance of economic safety of government programs and

an order of interaction of subjects of economic safety. Subjects who are responsible for maintenance of economic safety of government programs, it is possible to divide into forming and providing structures. Forming structures of maintenance of economic safety of government programs of the subject of the Russian Federation concern: 1) a legislature which define the basic directions and mechanisms of maintenance of economic safety of programs by acceptance of is standard-legal certificates; 2) judicial bodies; 3) the scientific personnel which is engaged in studying of problems of maintenance of economic safety in theoretical, methodological and practical planes; 4) political associations, citizens. Providing structures concern: 1) enforcement authorities; 2) public prosecutor's bodies.

As the third important element in the mechanism of maintenance of economic safety of government programs the system of indicators and indicators of economic safety of government programs acts. The fourth element in the mechanism of maintenance of economic safety of government programs are tools which concern monitoring, control and an estimation of economic safety of government programs. It is necessary to consider as the fifth element of the mechanism of maintenance of economic safety of government programs the information support including a database of statistics on the basis of the reporting about realization of government programs.

Thus, government programs are the integral element of system of maintenance economic. Formation and realization of government programs should be carried out taking into account threats and risks of economic safety. Economic safety of government programs follows from essence of a government program as forms of representation of a condition of any separate sphere of economy of the subject of the state through the certain period of time on the basis of realization of an object in view and performance of a complex of actions which are coordinated on resources, terms and executors. It represents a condition of security of set of tools and actions which are connected on problems, realization terms, executors and resources, from external and internal threats and risks at which achievement of the purposes of the program is provided.

Matkovska Diana
student of the Faculty of Finance and
Accounting, Kyiv National University of
Trade and Economics

Scientific supervisor: Miniailo Victoria,
Phd in Economics, docent, Kyiv National
University of Trade and Economics

STATE FINANCIAL CONTROL. ESSENCE AND MAIN DEVELOPMENT TRENDS

State control is formed in different directions, but the implementation of control is on behalf of the state, and also acts in the interests of the state. The functions and essence of control follow from the need to monitor the coordination of facilities in order to assess the validity and effectiveness of measures, the effectiveness of decisions made by managers, as well as to obtain results for their implementation, identify deviations from such decisions, eliminate negative consequences and take corrective action. In order to understand the essence of public financial control and emphasize its importance, it is necessary to define what is public financial control.

State financial control is a type of financial control carried out by the relevant bodies of state financial control. It consists in establishing the actual state of affairs regarding compliance with current legislation at the controlled facility, aimed at ensuring legality, financial discipline and rationality in the formation, distribution, ownership, use and disposal of state-owned assets, as well as the use of funds remain with the subject of financial relations in connection with the benefits provided for payments to budgets, state extra-budgetary funds and loans received under the guarantee of the Cabinet of Ministers of Ukraine [1].

The condition for achieving the goals and objectives of public financial control, the formation of a holistic and effective system of its operation is compliance with the principles of organization of control processes. The content of these principles and the requirement to comply with them not only strengthen the legal side of the process, but also increase the efficiency of economic process management. These include:

- the principle of planning is determined by the nature of the management organization, in which the subject of control conducts such work on the basis of an annual, quarterly plan for the implementation of control measures;

- the principle of systematization implies that in the implementation of control measures it is necessary to consider all components of the objects of control and all systems of its connections;
- the principle of legality is enshrined in the provisions of the Constitution of Ukraine and determines that the state and all its bodies must act on a legislative basis, to protect the interests of society and every citizen;
- the principle of objectivity indicates the statement of the correct, complete and objective explanation of the obtained control results on the basis of comparing the content of the fact in the materials of the inspection with the legal framework or with the main provisions, instructions;
- the principle of control efficiency provides timely and complete detection of deviations from the set parameters, their causes and culprits;
- the principle of publicity comes from the defining moments of the essence of control, which is carried out in the interests of the state;
- the principle of responsibility includes the components of the responsibility of the controlled and the responsibility of the controllers, and the responsibility of third parties who make decisions, have the executive powers of state bodies.

Implementation of the principles involves the development and use of a set of financial elements combined into a financial mechanism as a whole [2].

It should also be noted that public financial control must comply with the principles developed by both domestic practice and defined by the International Organization of Supreme Audit Institutions (INTOSAI) in 1977 "Lima Declaration on Guiding Principles of Financial Control" [3].

In modern conditions, the strengthening of integration economic and legal processes in the world has led to the creation of a number of professional non-governmental organizations that unite the highest external control bodies, which are designed primarily to share experience in public financial control, to coordinate interstate efforts to combat economic violations, corruption in government, money laundering and illegal money laundering, to help solve not only social but also economic problems, etc. Ukraine takes an active part in almost all organizations.

Sources of legal regulation of public relations, arising in the course of public financial control (PFC), are currently characterized by the lack of uniform rules and systems of legal support. The issues of PFC in Ukraine to some extent affect certain regulations that are not related to each other. Some of them are reflected, for example, in the relevant rules of customs, tax, budget, currency and insurance legislation, others in the relevant provisions of regulations of various levels. Such diversity and often their inconsistency and inconsistency with the requirements of the time do not contribute, but only delay the formation of the legal concept of standardization of PFC.

References:

1. State financial control Textbook L. Gutsalenko, V, Deriy, M. Kotsupatriy / Center for Educational Literature. - Kyiv. - 2009. - 424 p.
2. Zhadan T. Economic essence and content of the concept of "State financial control" / T. Zhadan // Black Sea Economic Studies. - 2017. - № 16. - . 161-168 p.
3. Trush I. State financial control in terms of economic transformations / I. Trush // Accounting, analysis and audit. - 2017. - № 14. - . 141- 144 p.

*Rusanjuk V.V.
the post-graduate student, National
center of science Institute of agrarian
economy, the city of Kiev*

STATE-PRIVATE PARTNERSHIP AS THE FORM OF REALIZATION OF GOVERNMENT PROGRAMS

Authorities try to find sources of financing of new government programs which are aimed at the decision of problems of economy and expansion of social obligations. The State-private partnership is way of the decision of essential problems. Main objective of state-private partnership - simultaneous use of strengths of the state and a private sector in the course of realization of the program with a view of increase of efficiency of used resources by the maximum image and as a result to raise quality of granting of social service. The purposes of use of state-private partnership in the course of realization of government programs concern: social and economic development of region, industrial activity in various branches of economy, increase of a standard of living of the population, efficiency of use of means of the budget, economy of means of the budget in the short-term period at the expense of a financing direction for longer period.

As a result of government program realization both parties of partnership receive certain benefits. For the benefit state consist in the following: 1) use of financial resources of a private sector promotes reduction of budgetary expenses, liberation of budgetary funds and their distribution to other paramount purposes; 2) the state receives ready objects of an infrastructure and manufacture on which base further creates new workplaces, develops perspective directions of economic activities, raises competitiveness of territory and national produce volume; 3) the state has access to the information on strategic plans of a private sector and considers further at definition of strategic targets of development of the country, territory; 4) the state has possibility effectively to apply the competence of the private partner with a view of

rendering of the state services; 5) the business environment and business develop, and, hence, there is an increase tax and not tax revenues in the state budget.

The private sector receives following benefits from partnership: 1) tax preferences (the lowered tax rates, delays on payment of taxes, payment of the uniform tax instead of set earlier, debts re-structuring on payments in the budget); 2) a preferential order of rent of the earth, preferential or gratuitous connection to municipal networks; 3) the state guarantees under loans for the private partner with a view of government program realization; 4) methodical and organizational assistance from the state by working out of projects under own initiative; 5) a guarantee of realization of economic activities for an appreciable length of time, the guaranteed payments by the state and profit which depend on degree of participation in state-private partnership; 6) participation in discussion of the strategic decisions connected with realization of the program, coordination of plans for development with the state plans; 7) social advertising in the course of realization of programs, creation of positive business reputation.

The public partner has the right to transfer a part of powers to the private partner (for example, on granting of services to the population). The State-private partnership is the form of realization of government programs, the mechanism of the coordination and realization of financial interests of the state and private sectors.

Thus, application of state-private partnership in the course of realization of government programs has a number of advantages: 1) attraction of additional financial resources in connection with transfer to the private partner of financial obligations on attraction of means; 2) increase of efficiency of use of infrastructural object by the private partner as, involving financing and bearing obligations to borrowers, it directly it is interested in increase in monetary streams from realization of the program and increase of management efficiency by object; 3) association of motivation and skills of the state and private partners, the conclusion of agreements on a competitive basis expand a spectrum of possibilities of use of innovative approaches in the course of realization of programs; 4) decrease in risks by transfer of a part of risks to the private partner as to the party, capable to cope with them with smaller expenses or with the best result; 5) division of public powers and social responsibility in the course of program realization state and private sectors.

*Глявіна Анастасія Андріївна
Харківський національний
університет імені В.Н. Каразіна*

*Науковий керівник: Петраєв Олексій
Олександрович, кандидат
економічних наук, доцент,
Харківський національний
університет імені В.Н. Каразіна*

ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІД ЧАС ВІДДАЛЕНОЇ РОБОТИ

На сьогодні однією з проблем функціонування в Україні є віддалена робота. Якщо до 2020 року працю на дому використовували малі компанії чи фрілансери, то зараз віддалена робота стала звичайним явищем. Карантин змусив усіх керівників, навіть тих, хто раніше ставився скептично до роботи вдома, перевести своїх співробітників на дистанційну роботу. Це стало величезним експериментом для багатьох українських компаній, які повинні були трансформувати свої принципи управління персоналом за найкоротший термін. Зміни показали як функціонує організація при критичних ситуаціях.

Проблемою віддаленої роботи для кожного керівника являється можливість опинитися під загрозою корпоративної культури, а також занепокоєння за продуктивність праці та збитки організації. Нілсес Джек, Гордон Джил, Флемінга Девід, Скіфф Френк, Фрайд Дженсон, Хенсон Девід та ін. Тобто, науковці, які досліджують цю тему. Всі роботи вчених пов'язані між собою: описують подолання низки проблем та поширення віддаленої роботи на всі сектори економіки.

Метою статті є підтвердження ефективності дистанційного управління персоналом.

Віддалена робота, дистанційна робота або робота вдома - робота, що виконується в місці, віддаленому від місць використання її результатів (тобто офісів, складів, магазинів тощо). Передача технічних завдань, результатів праці й оплати за неї може виконуватися за допомогою засобів зв'язку, наприклад, пошти, факсу, а в наші дні — Інтернету [1].

Десять років тому дистанційна робота була не популярна, але сьогодні, з розвитком технологій, спеціаліст, працюючий вдома має більше ефективності, ніж в офісі. Якщо раніше ми мали малу технічну базу, то зараз дім кожної людини заповнений усілякими технічними засобами. Сьогодні на наших девайсах є багато корисних програм. Серед яких: Webex, Go To Meeting, join.me, Zoom, Skype, Dropbox, Google Drive

та інші. За допомогою цих програм керівник може вміло управляти персоналом.

Компанія, яка прагне зібрати найкваліфікованішу команду, має задіяти весь світ. Запевнення я знайшла у книзі Фрайда Джейсона і Хайнемайєра Девіда «Remote. Офіс не обов'язковий»: «Коли справа стосується найму персоналу, вміння мислити в масштабах планети не тільки істотно підвищує ваші можливості знаходити таланти, а й краще готує до роботи на глобальному ринку.» [2, с.153].

Управління персоналом на відстані можливо. Досвід показав, що продуктивність праці та корпоративна культура не постраждає. І найголовніше – збитків не буде, але при умові, якщо ви вмілий управлінець.

Щоб управління персоналом було ефективним, треба задіяти такі поради:

- встановити правила. Підготувати працівників до вимог компанії та сповістити про умови праці;
- створити комунікаційну стратегію. Організація відповідної кількості щотижневих звітів;
- забезпечити необхідними робочими інструментами. Інвестуйте в надійні робочі інструменти для комфортної роботи обох сторін;
- зосередитися на цілях. Концентрація на робочому процесі та досягнення мети;
- можливість кар'єрного зростання. Розробка системи кар'єрного зросту у дистанційному форматі;
- ставитися до віддалених як до локальних. Встановлення швидкого зворотнього зв'язку з підлеглими на відстані;
- використовувати відео. Підключення відео трансляції для обговорення важливих питань;
- уникати неправильної постановки завдань. Навчити команду залишатися в робочому режимі і відволікатися тільки тоді, коли це необхідно;
- регулярно спілкуватися. Віддалені працівники повинні почувати себе частиною компанії;
- відстежуйте ефективність. Оцінюйте результат, а не витрачений час – це набагато ефективніше;
- використовуйте смайлики та анімацію. Це пом'якшує встановлення робочих задач та сприймається менш агресивно у робочому процесі.

Отже, віддалена робота може бути ефективною. Управління командою непроста задача, а дистанційне управління складніше. Якщо приділити найбільшу увагу таким пунктам, як встановити правила,

зосередитися на цілях та відстежувати ККД (коефіцієнт корисної дії), то віддалена робота стане для вашого персоналу ефективною та продуктивною, навіть у домашніх умовах.

Використані джерела:

1. Задорожня Л. М., Коваль М. І., Брижко В. М., Чижа І. С. Термін віддалена праця. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0> (дата звернення 23.11.2020)
2. Фрайд Д., Хайнемайєр Д. Remote. Офіс не обов'язковий. Москва, 2014. С. 153.
3. 11 порад для ефективного управління віддаленими співробітниками. URL: <https://hurma.work/blog/11-porad-dlya-efektivnogo-upravlinnya-viddalenimi-spivrobitnikami-chek-list/> (дата звернення 24.11.2020)

*Давидчук Сергій Миколайович
аспірант кафедри інноваційного
підприємництва та інвестиційної
діяльності, Поліський національний
університет*

АНАЛІЗ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ

Розвиток сільського господарства України, зокрема середніх і малих товаровиробників, як стратегічних підприємницьких структур аграрного сектору економіки, переважає бізнесове спрямування, тоді як соціальний та екологічний складовим не приділяється достатньої уваги. Відсутність системних підходів державної політики до вказаних питань посилює різницю між рівнем конкурентоспроможності вітчизняних і зарубіжних товаровиробників. Тому державна підтримка сільськогосподарських підприємств України являє собою об'єктивну необхідність підвищення їх конкурентоспроможності [3, с. 93].

Україна має значний фізичний сільськогосподарський потенціал: велику територію (42 млн. га сільськогосподарських угідь, або 70% загального фонду країни) з родючою землею (близько 40% запасів світового чорнозему) та близькість до важливих ринків імпорту на Середньому Сході, Північній Африці і, потенційно, ЄС. Україна все ще асоціюється з безмежними полями зернових і згадується як хлібний кошик Європи. Щоб розкрити потенціал сільського господарства і агробізнесу України необхідно розробити стратегію проведення обґрунтованої, довгострокової і збалансованої реформи, спрямованої на підвищення

конкурентоспроможності сільського господарства, а також на розвиток сільських територій.

Станом на сьогодні в аграрній політиці України бракує чітко визначеної стратегії розвитку сільського господарства та сільської місцевості: формування політики продовжує носити несистематичний і опортуністичний характер, акцентуючи більше уваги на підгалузеві стратегії, ніж на створення рівних умов для виробників та створення цілісного та довгострокового стратегічного бачення, яке б привело втручання держави у відповідність з ринковими економічними принципами. Загальна державна підтримка сільського господарства за допомогою фінансових інструментів (бюджетні асигнування і податкові пільги - так звані бюджетні трансфери) в Україні є досить помірною. Водночас накладає на сільськогосподарських товаровиробників значні операційні витрати через надмірне регулювання.

На податкові пільги припадає близько 90 відсотків від загального обсягу бюджетних трансферів сільськогосподарським виробникам головним чином за рахунок спеціального режиму оподаткування податку на додану вартість у сільському господарстві. Несистематичне бюджетування видатків та часові розриви у бюджетних виплатах, поширена корупція і непрозорість розподілу бюджетних асигнувань істотно підрвали довіру виробників до програм прямої бюджетної підтримки і в цілому унеможливили їх позитивний вплив на розвиток сільського господарства [2].

Важливою є побудова політики ефективного розвитку сільського господарства та сільської місцевості, стратегічного управління, програмування і впровадження структури, систем і процедур, які забезпечуватимуть прозорість і підзвітність в процесі прийняття рішень та постійну активну участь зацікавлених сторін сектору на всіх етапах реалізації політики.

Сьогодні сільські території перебувають у складних умовах: розповсюджені безробіття та бідність, фізична та соціальна інфраструктури (системи соціального забезпечення, охорона здоров'я, культура, дитячі садки, школи тощо) перебувають у поганому стані, малий бізнес не розвивається належним чином, а також продовжує погіршуватись ситуація із природними ресурсами та навколишнім середовищем. Рівень заробітної плати в сільському господарстві залишається одним з найнижчих серед галузей національної економіки (69 % у середньому по країні).

Комплексні заходи з реалізації державної політики створюють базу для стабільної, прозорої і передбачуваної правової системи, направленої на покращення бізнес-клімату, протидію корупції і стимулювання інвестицій для розвитку сільського господарства та сільських територій. Аналіз державної політики у сфері розвитку сільського господарства доводить, що вона закладає фундамент для проведення інституціональної реформи, необхідної для належної реалізації запланованих заходів.

Механізми державного управління формують збалансований підхід до посилення конкурентоспроможності сільськогосподарського сектору і збільшення експорту, намагаючись водночас забезпечити рівномірний розподіл наявних переваг.

Отже, питання державної фінансової підтримки сільського господарства залишається дискусійним. Водночас у державній політиці України намітилися певні тенденції, а саме розробка і затвердження на законодавчому рівні національних державних програм, що в свою чергу обумовлює виділення коштів на їх реалізацію з державного бюджету. В нинішній ситуації в країні та сучасних економічних умовах втілити все у життя дуже складно, але водночас це є запорукою майбутнього прогресу сільськогосподарської галузі України.

Література:

1. Гайдуцький А. Інвестиційні аспекти вступу до СОТ для аграрних секторів країн Центральної і Східної Європи / А. Гайдуцький // Економіка України. – 2009. – № 7. – С. 83-89.
2. Грищенко І. М. Аналіз державної політики у сфері розвитку сільських територій. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 1. – URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1364> (дата звернення: 17.11.2020)
3. Ільчук О.М. Державна підтримка сільського господарства в Україні / О.М. Ільчук // Економіка АПК. - 2019. - № 2 - С. 93.
4. Проект Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2021 року. URL : <http://minagro.gov.ua/apk?nid=24198>ю.

*Тахтамірова Марія Миколаївна
студентка, Харківський
національний університет імені
В.Н. Каразіна*

*Науковий керівник: Петряев Олексій
Олександрович, доцент, Харківський
національний університет імені
В.Н. Каразіна*

АНАЛІЗ ЧИННИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ У КОЛЕКТИВІ

У сучасному світі майже кожна людина більшу частину свого життя проводить на робочому місці, де їй так чи інакше доводиться спілкуватися з іншими людьми. І від того, яким чином складаються у індивіда взаємини

з соціумом, а саме з колективом, значною мірою залежить психологічне здоров'я особистості, її стабільне емоційне самопочуття, працездатність, зростання фахової майстерності, продуктивність праці, задоволення її результатами і життям в цілому. А відтак, наскільки в колективі сформовано сприятливий соціально-психологічний клімат, настільки успішною, ефективною та конкурентноспроможною буде діяльність організації чи фірми.

Вивченням даної проблеми займалися багато визначних дослідників та науковців, а саме Гуторова О. О., Паригін Б. Д., Донцов А. І., Бондарчук Л. В. та інші.

Метою цієї статті є дослідження та аналіз основних факторів, що впливають на формування соціально-психологічного клімату у колективі та соціально-психологічний стан кожного працівника окремо.

Так, основоположник соціальної психології Б.Д.Паригін у своїх працях зазначає, що соціально-психологічний клімат - "один із вирішальних чинників успішної діяльності людини в усіх сферах життя суспільства". Соціально-психологічний клімат у колективі – це стійкий до фактору часу стан міжособистісних стосунків, що виявляється в сукупності психологічних умов і налаштувань, які безпосередньо сприяють або перешкоджають продуктивній діяльності колективу. Саме в цьому, з точки зору впливу на результативність та успішність, і полягає його значущість [2]. На формування сприятливого соціально-психологічного клімату впливають ряд певних факторів – трудових та психологічних умов життєдіяльності індивідуума. Фактори формування клімату класифікують за наступними категоріями :

1. Фактори макросередовища
2. Фактори мікросередовища: об'єктивні та суб'єктивні

Давайте більш детально розглянемо кожен із зазначених вище факторів.

Фактори макросередовища - це фактори, які впливають на особу із зовні, із зовнішнього світу до них відносяться:

- політична ситуація : складна політична ситуація викликає в людини зростання рівня тривожності, зростання рівня тривожності,
- економічна ситуація в суспільстві: оскільки економіка нерозривно пов'язана із політикою, а отже у разі політичної нестабільності, погіршується економічна ситуація, і в працівника з'являється невпевненість у завтрашньому дні, через що і знижується рівень концентрації, продуктивності та працездатності.
- рівень життя населення: чим вищий рівень матеріального забезпечення в людини, тим більше вона має часу присвятити себе роботі та реалізації своєї роботи.

- загальний соціально-психологічний настрій населення: оскільки кожна людина знаходиться під впливом соціуму, то негативний настрій у більшості населення, викликає душевний неспокій у кожної людини окремо.

Фактори мікросередовища – це фактори, які мають вплив на людину у межах організації, у якій вона працює. Мікросередовище, порівняно із макросередовищем, має значно більший вплив на працівника та рівень його продуктивності. Фактори мікросередовища в свою чергу поділяються на об'єктивні та суб'єктивні.

Об'єктивні фактори – це перш за все сукупність усіх технічних, організаційних та управлінських факторів: розмір організації та чисельність колективу, умови праці – погане освітлення, постійний галас, занадто висока або навпаки низька температура на робочому місці негативно відобразиться на фізичному, а згодом і на психологічному стані кожного працівника окремо, а потім і загалом колективу, особливості структури управління колективом.

До суб'єктивних факторів відносяться: стиль управління колективом у керівництва: при авторитарному стилі управління, у працівників знижується ініціативність, бажання працювати більше і ефективніше; задоволеність роботою: якщо людина не задоволена своєю роботою, то її вмотивованість близька до 0, а отже і якість виконання завдань буде дуже низькою; атмосфера у позаробочому житті: якщо працівник має певні проблеми в особистому житті, то вся його увага буде зайнята вирішенням цих проблем, а не робочими питаннями; міжособистісні стосунки у колективі: чим вища згуртованість колективу, тим комфортніше працювати у ньому, а значить ефективність роботи вища.

Отже, всі вище перелічені фактори мають неабиякий вплив на психологічний стан кожного працівника, на особисту продуктивність та працездатність, тому в інтересах керівництва будь-якої організації створити позитивний соціально-економічний клімат, який би стимулював робітників працювати на кращий результат.

Використані джерела:

1. Балахтар В. В. Педагогіка і психологія в соціальній роботі: навчально-метод. посібник для студ. вищ. навч. закладів, м. Львів, 12 травня 2017., Львів, 2017, 444 с.

*Ходюк Ольга Олегівна
бакалавр, Національний технічний
університет України «Київський
політехнічний інститут імені
Ігоря Сікорського»*

ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПАТ «ЗЗБК ІМ. СВІТЛАНИ КОВАЛЬСЬКОЇ»

Найбільшою мірою на ефективність структури капіталу впливає ціна капіталу. Ціна кожного джерела, залученого у виробництво або іншу підприємницьку діяльність, різна, тому ціна капіталу підприємства визначається за формулою середньозваженої величини. При цьому, фактором, що впливає на визначальну структуру капіталу, є рівень фінансової стійкості підприємства, тобто залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, ефективність розміщення капіталу в активах і його використання.

Порівняльна динаміка частки позикового капіталу ПАТ «ЗЗБК ім. Ковальської» та промислових підприємств України протягом 2017-2019 років узагальнена на рис. 1.1.



Рис. 1.1 - Динаміка частки позикового капіталу ПАТ «ЗЗБК ім. Ковальської» та промислових підприємств України протягом 2017-2019 років, %

Джерело: складено за даними підприємства та Державної служби статистики України

За даними рис. 1.1 можна зазначити, що частка позикового капіталу ПАТ «ЗЗБК ім. Ковальської» перевищує 90% та має тенденцію до зростання, на що вказує лінія тренду, а частка позикового капіталу

промислових підприємств України, навпроти не перевищує 75% та має тенденцію до зниження.

Таким чином, проведене дослідження виявило неефективну організацію фінансової роботи на підприємстві. За оцінками працівників фінансового відділу, неефективна фінансова робота пояснюється перш за все відсутністю кадрів, оскільки у зв'язку з активним розвитком підприємства фінансові менеджери підприємства більшою мірою зайняті аналітичною підтримкою реалізовуваних інвестиційних проектів, а тому на фінансове планування просто не вистачає часу. У зв'язку з цим доцільним вбачається запропонувати такий інструмент фінансового управління як автоматизована система бюджетування.

Пропонована схема управління фінансовим відділом приведена на рис. 1.2.

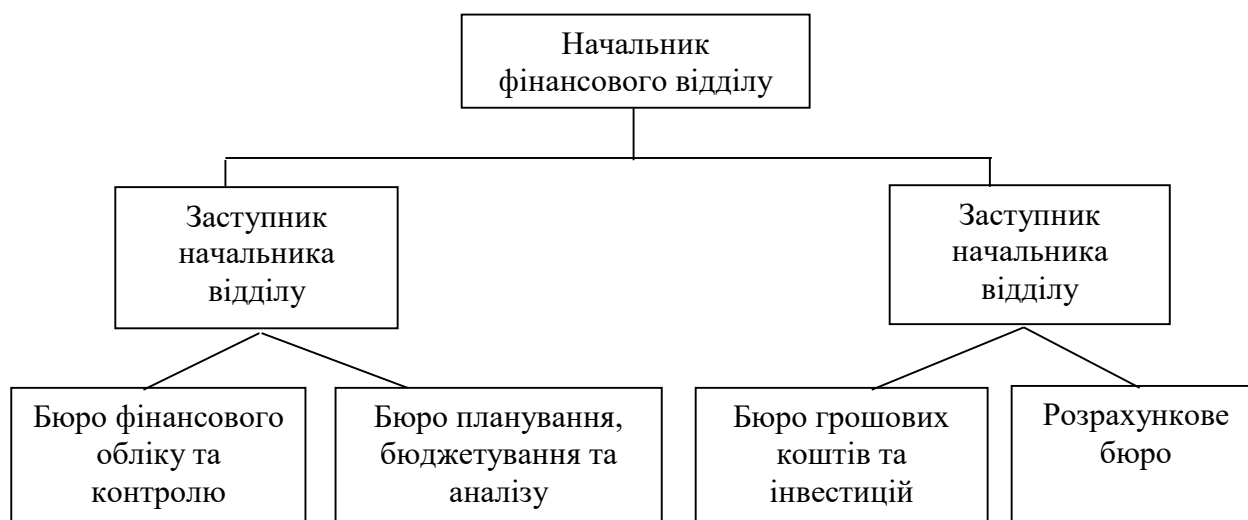


Рис. 1.2 - Пропонована схема управління фінансовим відділом
Джерело: складено самостійно

Тому пропонується наступна схема управління фінансовим відділом, до складу якого необхідно включити:

- бюро фінансового обліку і контролю (функції – фінансовий, управлінський, податковий облік і контроль, оцінка фінансового положення і фінансової стійкості);
- бюро планування, бюджетування й аналізу (функції – фінансове планування, фінансове бюджетування, фінансовий аналіз, відстеження мікро- і макроекономічної інформації, оцінка прибутковості й ефективності використання економічного потенціалу);
- бюро коштів і інвестицій (функції – управління коштами, у тому числі кредитами, управління цінними паперами, відносини з банками, акціонерами й інвесторами, оцінка інвестиційної активності);
- розрахункове бюро (функції – розрахунок з покупцями,

розрахунок з постачальниками, вексельний обіг).

Заходи фінансового оздоровлення на підприємстві також дезагреговані за окремими видами діяльності підприємства, що дає змогу виокремити підгрупи операційних, інвестиційних та фінансових стабілізаційних заходів.

Царапкіна Марина Олегівна
студентка 4 курсу, Дніпровський
національний університет ім.
Олеся Гончара

Науковий керівник: Левкович Оксана
Володимирівна, кандидат
економічних наук, доцент,
Дніпровський національний
університет імені Олеся Гончара

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах прибуток є не тільки основним джерелом розвитку підприємства, але і створює базу для зростання національної економіки в цілому. Завдяки розподільчій функції прибутку державний бюджет усіх рівнів наповнюється через податкову систему. Також прибуток виступає рушійним мотивом діяльності організації і персоналу і основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, які створюють умови для розвитку підприємства. Тому актуальним завданням на сучасному етапі розвитку країни є освоєння методів ефективного управління прибутком підприємства.

Управління прибутком – це процес вироблення і прийняття управлінських рішень для досягнення певних фінансових результатів, який включає в себе [1]:

- формування прибутку;
- розподіл прибутку;
- використання прибутку;
- планування прибутку.

Метод управління прибутком підприємства – спосіб впливу суб'єкта управління на об'єкт, який вивчається для отримання результату.

Якщо підприємство нерівномірно використовує методи управління, то негативні наслідки для діяльності підприємства неминучі. Тому необхідно ретельно та відповідально опрацьовувати теоретичні основи даного питання (рис. 1).



Рисунок 1. Методи управління прибутком підприємства

Економічні методи управління прибутком підприємства – це система заходів, що впливає на виробництво не безпосередньо, а за допомогою економічних стимулів і важелів, які орієнтують діяльність підприємства і його працівників в потрібне для суспільства русло.

Економічне стимулювання, економічний аналіз, планування, податки, цінова політику – це важелі, які враховуються під час використання економічних методів управління прибутком підприємства. Вони повинні використовуватися комплексно і системно, тобто охоплювати весь об'єкт управління.

Організаційно-розпорядчі методи управління прибутком засновані на правах і відповідальності людей на кожному рівні господарювання і включають різноманітні прийоми і способи впливу суб'єкта управління на його об'єкт – укази, постанови, закони, накази, інструкції, розпорядження і т. д. Вони встановлюють права, обов'язки, відповідальність кожного керівника і підлеглого (виконавця), а також кожної ланки і рівня управління.

Організаційно-розпорядчі методи поділяються на такі групи [2]:

1. Розпорядчі
2. Організаційно стабілізуючі
3. Дисциплінарні

Для забезпечення стабільного регламентування, нормування та інструктування перша та третя група методів повинні діяти спільно, але для стабільної організаційної системи всі організаційно-розпорядчі методи повинні застосовуватися разом.

Соціально-психологічні методи управління прибутком підприємства ґрунтуються на формуванні і розвитку громадської думки щодо моральних засад у суспільстві, моральних цінностей, ставлення до особистості і т.д. Вони передбачають оцінку соціально-психологічного

мікроклімату в колективі, яка здійснюється за допомогою психологічних тестів, спостережень, анкетувань, психологічних тренінгів, навчання керівників

Підприємець має можливість обирати метод управління прибутком підприємства, але найефективніше застосовувати систему методів, в якій кожний метод доповнює і підсилює інший. Вибір методу залежить від мети бізнесу, від масштабів підприємства, від рівня кваліфікації кадрів, від забезпеченості ресурсами, а також від зовнішніх факторів: кон'юнктури ринку, політики держави, інфляції і т.д.[3].

Отже, прибуток є основним мотивом діяльності підприємства, яким необхідно вміти правильно та ефективно управляти, тому слід враховувати безліч факторів, як від зовнішнього середовища, так і від самого господарюючого суб'єкта.

Література:

1. В.І. Блонська, О.І. Вужинська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – № 18.1. – С. 122–128.
2. Нагрецькіс А. Ю. Управління прибутком підприємства / А. Ю. Нагрецькіс // Ефективна економіка. – 2017. – Вип. №2. – С. 125-131.
3. Николишин С. Є. Прибуток підприємства та особливості управління ним / С. Є. Николишин // Young Scientist. – 2017. – Вип. №2. – С. 299-303.

*Цупрова Вікторія Станіславівна
студентка, Харківський
національний університет імені
В.Н. Каразіна*

*Науковий керівник: Петряєв Олексій
Олександрович, кандидат
економічних наук, доцент кафедри
маркетингу, менеджменту та
підприємництва, Харківський
національний університет імені
В.Н. Каразіна*

НАВЧАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ЗА ДОПОМОГОЮ E-LEARNING

Постійно намагаючись підвищити ефективність та продуктивність праці, корпорації, а також малі та середні підприємства шукають спосіб отримати та зберегти конкурентну перевагу на ринку. Розвиток інтелектуального капіталу підприємства та розуміння важливості цих знань стає основою для досягнення бажаних результатів. Електронне

навчання - це один із способів, який дозволяє працівникам отримувати та поновлювати знання, необхідні для виконання своїх обов'язків.

Вивченням даної теми займалось багато сучасних дослідників та науковців, серед яких: Ганиш О. Я., Ларионова С., Клименських М. В., Ліщинська Л. Б. та інші.

Метою статті є дослідження існуючої та потенційної ролі електронного навчання як засобу навчання, розвитку навичок та оцінки персоналу підприємства.

Електронне навчання - процес навчання на основі застосування інформаційних технологій, тобто доставку навчального контенту через усі електронні носії. E-learning набуло поширення понад двадцять років тому у зв'язку з широким розповсюдженням персональних комп'ютерів [1].

E-learning може бути дуже ефективним видом навчання для всіх типів корпорацій. Головною перевагою є його гнучкість – тобто є можливість додавання керівництвом навчальних матеріалів у будь-який час дня, а також відкритий цілодобовий доступ персоналу до необхідної інформації [2]. Також різноманітні технології, які служать основою навчання, дають більше можливостей для індивідуального підходу до розвитку навичок кожного робітника. Матеріал можна адаптувати до власних потреб, отже, є більший контроль над процесом навчання. Це доступно, економить час і забезпечує отримання бажаних результатів. На відміну від традиційного навчання, воно є економічно вигідним завдяки зменшенню часу та грошей, витрачених на поїздки.

Також електронне навчання відіграє важливу роль у підвищенні обізнаності керівництва в інформаційній сфері та оволодінні сучасними технологіями, комп'ютеризації частини діяльності, адже забезпечує зворотній зв'язок та взаємодію персоналу з викладачами (керівництвом) [3].

Можна простежити ефективність e-learning, беручи до уваги поточну ситуацію в світі. Саме завдяки можливості продовжувати навчання дистанційно, більшість навчальних закладів змогли продовжити освітній процес під час карантину, а окремі підприємства змогли організувати свою роботу і проводити навчання персоналу віддалено.

Якісне впровадження системи e-learning в компанії дозволяє домогтися високих результатів продуктивної діяльності, вирішити питання підвищення кваліфікації та освіти персоналу, а також затратити мінімум часу і коштів.

Використані джерела:

1. Ганиш О.Я., Колодій Р.С., Озірковський Л.Д. Особливості використання систем дистанційного навчання для підвищення кваліфікації

працівників підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Т.27, №10. С.156-160.

2. Дистанционное обучение персонала: плюсы и минусы. URL: <https://synergycorp.ru/articles/10/194/> (дата звернення 30.10.2020)

3. Л.Б.Ліщинська. Дистанційне навчання як сучасна освітня технологія: матеріали міжвузівського вебінару, м. Вінниця, 31 березня 2017 р., Вінниця, 2017, 102 с.

4. Руководство директора по персоналу, під ред. Ларионовой С., ТОВ «Рынок Медиа», Київ, 2010. 3029 с.

Шапрова Лоліта Олегівна
магістр кафедри підприємництва та
туризму, Одеський національний
морський університет

Науковий керівник: Щербина
Вероніка Володимирівна, кандидат
економічних наук, доцент, Одеський
національний морський університет

РЕІНЖИНІРИНГ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ

Організаційною передумовою для трансформації транспортно-експедиторських компаній в логістичних провайдерів повинно служити реінжинірингове рішення про створення нових управлінських структур як центрів економічної відповідальності, покликаних здійснювати функцію логістичної координації в транспортно-логістичних системах.

Реінжиніринг логістичних процесів – застосування процесів зворотної логістики: розпізнання і реєстрація всіх переміщень, отримання матеріалів і повернення їх постачальникам назад, рециклінг і повторне максимально можливе використання матеріалів, скорочення відходів, огляд і перепроєктування або відновлення системи зворотної логістики [1].

За загальними правилами, бізнес-процеси відносяться до категорії керованих. Як потенційні об'єкти управління бізнес-процеси піддаються проектуванню на основі використання відноситься до них обмежувальної, керівної і описової інформації. У практиці проектування вони дезагрегуються на операції і дії, при цьому кожен елемент структури в міру відповідності інформаційним регламентам при включенні його в бізнес-процес для досягнення кінцевого цільового результату знаходить

характеристики, існування для організації та оцінки ефективності бізнесу: споживані ресурси (витрати), використаний час, продуктивність, якість виконання, ризику [2].

Вдосконалення бізнес-процесів на основі реінжинірингу спрямовано на підвищення значення ключових параметрів процесу, таких як ефективність, результативність та адаптивність [3]. Впровадження реінжинірингу бізнес-процесів має бути економічно виправдано, тому дуже важливим є оцінка його ефективності. Необхідно проводити оцінку ефективності реінжинірингу для транспортно-експедиторської компанії в цілому, як окремого проекту та ефективності реінжинірингу кожного окремого бізнес-процесу.

Таким чином, реінжиніринг може бути використаний як інструмент підвищення ефективності діяльності транспортно-експедиторських компаній.

Література:

1. Кривов'язюк І.В. Реінжиніринг логістичних бізнес - процесів і систем як основа їх самовдосконалення та розвитку / І.В. Кривов'язюк, Ю.М. Кулик // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 2. – С. 87 -94.
2. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе / Майкл Хаммер, Джеймс Чампи; пер. с англ. Ю.Е. Корнилович. – 2 -е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 171 с.
3. Щербина В.В. Теоретичні аспекти реінжинірингу бізнес-процесів транспортно-логістичних компаній / В.В. Щербина // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць. – Вип. 53. – Одеса: ОНМУ, 2015. – С. 19-35. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rmegt_2015_4_5.

*Шашко Вікторія Олександрівна
кандидат економічних наук, доцент
кафедри менеджменту*

*Дорошенко Сергій Анатолійович
магістрант, Донбаська державна
машинобудівна академія,
м. Краматорськ*

ЩОДО ПИТАННЯ УХВАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Дуже важливою властивістю будь-якої системи управління є цілеспрямованість цього управління. Суттю управлінської діяльності є досягнення поставлених цілей, а змістом - дії щодо їх досягнення [1]. З погляду системного підходу «управління» - це процес цілеспрямованого впливу на об'єкт управління, внаслідок якого задовольняються потреби суб'єкта управління [2].

Розвиток регіону країни регулюється за інструментарієм рішень, які, відповідно, є основною формою державного управління. Саме через них проявляється цілеспрямованість останнього. Управлінські рішення, які приймаються на рівні держави, можуть охоплювати все суспільство або найважливіші його сфери і регулювати поведінку всіх без винятку соціальних груп та окремих громадян [3].

Для обрання найбільш прийнятних варіантів рішень необхідно, щоб їх підготовка й ухвалення велися з урахуванням відповідних класифікаційних ознак, з дотриманням заздалегідь встановленого порядку, на базі науково обґрунтованих принципів, що узгоджуються з об'єктивними закономірностями. Суб'єкт управління як носій процесу ухвалення рішення по суті є результатом синергії фізіології, інтелектуальних ресурсів, поведінкових переваг і хронологічного опису життя.

Вибір методу прийняття рішень на регіональному рівні може залежати від необхідності застосування експертної інформації, інформації про переваги альтернатив, а також інформації про наслідок альтернативних варіантів.

Для опису організації вибору методу ухвалення рішення на регіональному рівні необхідним є формалізований опис проблемної ситуації, регламентування цілей, сформованих у межах єдиної стратегії розвитку регіону, а також опис методів розв'язання ситуації, що склалася. У загальному вигляді вибір методу ухвалення управлінського рішення визначається обсягом, вірогідністю й оцінкою інформації, яка

характеризує проблемну ситуацію. Ці умови інформаційного забезпечення є підставою для застосування в процесі ухвалення рішення одного з базових напрямків розв'язання ситуацій: реактивного, аналогового, дослідницького й інтуїтивного реагування [4].

В основі реактивного реагування лежить однозначність взаємовідносин безлічі ситуацій і безлічі можливих наслідків. Інакше кажучи, кожна проблемна ситуація повинна викликати у місцевих органів державної виконавчої влади лише одну певну реакцію, спрямовану на розв'язання проблемності ситуації.

Напрямок вирішення ситуацій, заснований на аналогах, передбачає багаторазове використання наявного масиву методів вирішення проблемних ситуацій, що накопичується на рівні регіону і враховує досвід практичної реалізації управлінських рішень.

Реалізація дослідницького підходу передбачає використання економіко-математичного моделювання з метою вибору адекватного методу ухвалення управлінського рішення [5].

В Україні досить розповсюдженою є практика використання інтуїтивного підходу до прийняття рішень, заснованого виключно на суб'єктивних судженнях керівника. На відміну від інших, цей підхід не передбачає сувору послідовність дій, що позбавляє процес підготовки рішень від формальних процедур.

Основним завданням удосконалення управлінських рішень на сучасному етапі є мінімізація впливу інтуїтивного підходу на цей процес. Однак, розв'язання такого завдання не знімає з порядку денного проблему людського фактора при прийнятті рішень. Тому необхідна розробка такої схеми прийняття управлінських рішень, яка б забезпечувала збалансований розподіл реактивного реагування, аналогів накопиченого досвіду, наукових методів і моделей, інтуїції й майстерності керівника в управлінській діяльності.

Література:

1. Бажан Л.И. Математическая модель выбора экспертного решения относительно развития экономической системы / Л.И. Бажан, О.Л. Ершова. - К.: ИК НАН Украины, 1995. - С. 4-7.
2. Бакуменко В.Д. Теоретико-методологічні засади формування державно-управлінських рішень: Автореф. дис. ... д-ра наук держ. упр. / В.Д. Бакуменко. - К.: Вид-во УАДУ, 2001. - 36 с.
3. Саймон Г. Адміністративна поведінка: Дослідження процесів прийняття рішень в організаціях, що виконують адміністративні функції / Г. Саймон ; [пер. с англ. вид]. - К.: АтрЕК, 2006. - 392 с.
4. Кунц Г. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций / Г. Кунц, С.О' Доннел : В 2 т. / [пер. с англ.; Общ.ред. Д.М. Гвишани]. - М.: Прогресс, 1981. - Т. 2. - 512 с.
5. Веймер Д. Аналіз політики: концепції і практика / Д. Веймер, Е. Вайнінг; [пер. з англ. І. Дзюб, А. Олійник]. - К.: Основи, 1998. - 654 с.

*Коноваленко Анастасія Сергіївна
кандидат економічних наук, доцент
кафедри маркетингу, Таврійський
державний агротехнологічний
університет ім. Д. Моторного*

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ХАРЧУВАННЯ ДІТЕЙ

Роль держави в процесі управління безпекою харчування дітей полягає у забезпеченні збереження та покращення стану здоров'я дітей, здійснення профілактичних заходів, спрямованих на запобігання захворюванням, які можуть бути спричинені порушеннями харчування, створення умов для покращення демографічної ситуації в Україні. Одним з пріоритетів держави є забезпечення основних прав людини та створення соціально-економічних умов, за яких людина здатна задовольнити свої потреби у повноцінному харчуванні. Даний підхід відповідає Загальній декларації прав людини, у якій наведено важливіші критерії гідних умов життя людини, найважливішим з яких визнано право на їжу на рівні, який є необхідним для підтримання здоров'я та добробуту людини [1]. Статтею 3 Конституції України зазначено, що найвищою соціальною цінністю в Україні визнається людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека. З одного боку, продовольча безпека є обов'язком держави, з іншого – складовим елементом національної безпеки країни [2].

За даними Глобального рейтингу негативно на рівень продовольчої безпеки в Україні впливають проблеми загального стану економіки. Харчова та переробна промисловість України займають провідне місце у структурі промислового виробництва. Забезпечення розвитку виробництва продовольства є пріоритетною та стратегічною задачею. За обсягами реалізованої продукції галузь займає перше місце серед усіх галузей промисловості з часткою більше 20% у загальному обсязі промисловості України [3]. Згідно ст. 1 Закону України «Про державну підтримку сільського господарства в Україні» продовольча безпека визначається як захищеність життєвих інтересів людини, яка виражається у гарантуванні державою безперешкодного економічного доступу людини до продуктів харчування з метою підтримання її звичайної життєвої діяльності [4].

У ст. 1 Закону України «Про основи національної безпеки» продовольча безпека визначається як стан економіки держави, при якому

забезпечується продовольча незалежність країни і гарантується стійка та надійна фізична і економічна доступність для всього населення основних видів харчових продуктів, які відповідають встановленим законом вимогам щодо якості та безпечності в кількості, необхідній для активного та здорового життя [5]. Такий підхід свідчить про те, що безпека харчування здебільшого розглядається як економічне явище, а не тільки медичний аспект.

Науковці стверджують, що питання продовольчої безпеки в Україні є гострим та ускладнене низкою суб'єктивних та об'єктивних причин, які потребують подальших досліджень. Вирішення цього питання потребує створення сприятливих економічних, організаційних, правових умов для розвитку підприємницької діяльності, підвищення її ефективності та поступового виведення з тіньового сектору економіки [6].

За даними ВООЗ спостерігається прискорення зростання чисельності населення з прогресуючими хворобами цивілізації (ожиріння, серцево-судинні захворювання, цукровий діабет тощо). Здорове харчування дітей та підлітків є важливою передумовою зниження ризику серцево-судинних захворювань, діабету та раку як у дитячому, так і дорослому житті. Тенденції останніх років свідчать про погіршення стану здоров'я населення в Україні, що спричинено нестабільністю суспільства, неповноцінним харчуванням, недостатньою медичною допомогою, забрудненням довкілля, зниженням життєвого рівня населення країни [7].

Відповідно до Закону України «Про охорону дитинства» в Україні під поняттям «дитина» слід розуміти особу віком до 18 років (повноліття), якщо згідно з законом, застосовуваним до неї, вона не набуває прав повнолітньої раніше; а «дитинство» визначається як «період розвитку людини до досягнення повноліття». У цьому ж Законі охорона дитинства трактується як «система державних та громадських заходів, спрямованих на забезпечення повноцінного життя, всебічного виховання і розвитку дитини та захисту її прав» [8].

У п. 2 ст. 2 Закону визначено, що «завданням законодавства про охорону дитинства є розширення соціально-правових гарантій дітей, забезпечення фізичного, інтелектуального, культурного розвитку молодого покоління, створення соціально-економічних і правових інститутів з метою захисту прав та законних інтересів дитини в Україні». Система заходів щодо охорони дитинства в Україні зазначена у ст. 4 Закону передбачає низку напрямів, у тому числі забезпечення належних умов для «гарантування безпеки, охорони здоров'я, фізичного, психічного, соціального, духовного та інтелектуального розвитку дітей». Стаття 6 відповідного Закону передбачає гарантування державою дитині права «на охорону здоров'я, ... сприяє створенню безпечних умов для життя і здорового розвитку дитини, раціонального харчування,

формуванню навичок здорового способу життя» [8]. В аспектах управління безпекою харчування дітей держава вживає низку заходів, одним серед яких зазначено боротьбу з хворобами та недоїданням, у тому числі шляхом надання дітям доступу до достатньої кількості якісних харчових продуктів та чистої питної води; забезпечення всіх прошарків суспільства, зокрема батьків і дітей, інформацією щодо охорони здоров'я і здорового харчування дітей тощо (п.3 ст.6 Закону) [8]. Дитяче харчування має стосуватись дітей віком до 18 років, проте, відповідно до Закону України «Про дитяче харчування», категорія «дитяче харчування» охоплює аспекти харчування дітей від народження до трьох років [9]. Стосовно дітей у віці від 3 до 18 років аспекти безпеки харчування чітко не окреслені.

Науковці наполягають на необхідності приділяти більше уваги здоров'язберігаючій стратегії медицини, принципова різниця якої полягає у тому, що кінцевою метою є підтримання «безпечного рівня здоров'я» [10], що посилює необхідність реалізації державні програми щодо популяризації раціонального харчування дітей через створення сприятливого середовища на ринку продуктів харчування для дітей шкільного віку.

Статті 1-4 Конвенції про права дитини від 1989 р. стверджують пріоритетність інтересів дітей та зобов'язання держав-учасниць вживати заходи для вільного від дискримінації здійснення прав, закріплених у Конвенції. Статті 18-27 Конвенції зазначають обов'язок держави щодо допомоги батькам і законним опікунам, права дітей на охорону здоров'я, соціальне забезпечення і рівень життя, необхідний для їх розвитку [11]. В Україні Указом Президента України 18.06.96 р. №63/96 була затверджена національна програма «Діти України», яка була у подальшому пролонгована Указом Президента України від 24 січня 2001 року № 42/2001 «Про додаткові заходи щодо забезпечення виконання Національної програми «Діти України на період до 2005 року».

Закон України «Про захист прав споживачів» визначає поняття «безпека продукції» як відсутність будь-якого ризику для життя, здоров'я, майна споживача і навколишнього природного середовища при звичайних умовах використання, зберігання, транспортування, виготовлення і утилізації продукції [11]. Однак, харчування дітей поза межами родини (у шкільних їдальнях, кафе, продукти, ритейлу тощо) є отриманням не тільки продукту, а й послуг, сервісу, що є певним «обрамленням» продуктової пропозиції, що потребує подальших досліджень задля визначення критеріїв оцінювання рівня безпеки харчування.

Висновки. Результати проведених досліджень доводять наявність певних зрушень у питаннях стратегічного забезпечення продовольчої безпеки. Однак, безпекові аспекти харчування дітей шкільного віку досі

залишаються недостатньо дослідженими та потребують подальшого наукового пошуку задля формування концепції забезпечення належного рівня безпеки харчування майбутніх поколінь українців.

Література:

1. Загальна декларація прав людини : прийнята і проголошена резолюцією 217 А (III) Генеральної Асамблеї ООН від 10 грудня 1948 р. База даних «Законодавство України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015 (дата звернення 15.10.2020).
2. Конституція України : Закон України від 28 червня 1996 р. №254к/96-ВР / Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст. 141.
3. Купчак П. М. Харчова промисловість України в умовах активізації інтеграційних та глобалізаційних процесів : монографія. Рада по вивч. прод. сил України НАН України / За ред. д-ра екон. наук, проф. Л. В. Дейнеко. Київ, 2009. 152 с.
4. Про державну підтримку сільського господарства в Україні : Закон України від 24 червня 2004 р. № 1877-IV / Верховна Рада України. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15> (дата звернення 15.10.2020).
5. Про основи національної безпеки : Закон України від 21 червня 2018 р. № 2469-VIII / Верховна Рада України. База . База даних «Законодавство України».
6. Кошкалда І. В., Шелудько Л. В. Економічна доступність населення до якісного і безпечного продовольства. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2018. Вип. 193. С. 25-36.
7. Дідух Г. В. Отримання мікропартикуляту з концентрату білків молочної сироватки. Харчова наука і технологія. 2015. № 2(31). С. 52-56.
8. Про охорону дитинства : Закон України від 26 квітня 2001 р. № 2402-III / Верховна Рада України. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2402-14> (дата звернення 15.10.2020).
9. Про дитяче харчування : Закон України від 14 вересня 2006 р. № 142-V / Верховна Рада України. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-16> (дата звернення 15.10.2020).
10. Полька Н. С., Бердник О. В. Сучасні підходи до оцінки стану здоров'я в гігієні дитинства. Журнал НАМН України. 2013, т. 19. № 2. С. 226-235.
11. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-XII / Верховна Рада України. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення 15.10.2020).

*Микиша Анна Дмитрівна
студентка, Харківський
національний університет імені
В.Н. Каразіна*

*Науковий керівник: Лісеній Євген
Володимирович, кандидат
економічних наук, доцент кафедри
маркетингу, менеджменту та
підприємництва Харківського
національного університету імені
В.Н. Каразіна*

РЕКЛАМА ЯК ОСНОВНИЙ ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЧИННИК ВПЛИВУ НА ЛЮДИНУ

Сьогодні реклама – це один із найважливіших чинників впливу на людину. Вона може не лише дати змогу потенційному споживачу дізнатися про якийсь продукт або послугу, а й сформуванати необхідну, правильну думку про товар, що допоможе одразу підняти на нього попит та наштовхнути споживачів на придбання цієї продукції.

Рекламні дослідження охоплюють низку факторів за допомогою яких потім можна легко маніпулювати людською підсвідомістю. В цьому випадку психологи вивчають людину як споживача, аби у майбутньому розробити потрібні методи для впливу та контролю людини. У сучасному світі реклама частіше всього не просто просуває дійсно необхідні товари на ринок, а ніби продає нам обман, ілюзію задоволення від покупки, репутацію [2]. У суспільства вже на даному етапі розвитку людства сформувався оманливий стереотип про те що, якщо якийсь товар є в успішної та впливової людини, то він негайно потрібен і їй. Ось тут головну роль грає ілюзія престижу та визнання серед ближнього оточення. Тому дуже часто відомі люди стають обличчями брендів, таким чином впливаючи на рішення споживачів, і показуючи їм часто хибну важливість та необхідність придбання товару саме цієї марки. Це теж є один із рекламних психологічних методів впливу на підсвідомість осіб за допомогою авторитетної особистості.

Найголовніша задача у рекламі – це ще більше проникнути у підсвідомість та запам'ятатися майбутньому покупцеві. Тому ті, хто створює рекламу дуже ретельно відносяться до її оформлення, бо саме її дизайн створює передумови для успішного випуску продукції на ринок та перетворення потенційного покупця на реального споживача. Аби це вдалося, вони використовують різноманітні психологічні методи. Найпопулярніші з них наведені нижче (табл.1):

**Популярні психологічні методи впливу на людину через рекламу
(складено автором за джерелом [3])**

Методи впливу	Їх властивості
Вплив кольору	Колір впливає на емоційний стан людини, викликаючи у неї певні емоції. Колір може як привертати, так і відштовхувати, вселити відчуття спокою або непокоїти. Між природним сприйняттям кольору людини та вирішенням в яких кольорах буде реклама існує пряма залежність, бо кожен колір викликає підсвідомі асоціації. Тому при правильному виборі кольорової гамми, у фірми є високі шанси підняти свої продажі.
Вплив корпоративної символіки	Наразі дуже зросла роль корпоративної символіки товаровиробника. Найважливішими елементами є торгова марка, товарний знак, назва фірми. Кожен елемент несе в собі певний вплив та налаштовує людину на детальне вивчення цього товару, що в майбутньому призведе до його купівлі.
Вплив форми	Форми, як і колір, емоційно впливають на людину, привертаючи її увагу. В деяких випадках саме форма об'єкта відіграє першорядну роль у сприйнятті. Наприклад, прості геометричні фігури краще сприймаються людиною, ніж більше складніші фігури для візуального сприйняття.
Вплив змісту та стилю	Вони відіграють значну роль у рекламі, бо побачивши її, споживач починає шукати її суть. Тому текст в рекламі завжди простий, лаконічний та зрозумілий. Короткі фрази набагато дієвіше та переконливіші. Вони чітко передають суть, краще запам'ятовуються та затримуються на довгий час у свідомості людини.

Всі ці психологічні методи ненав'язливо, на підсвідомому рівні впливають на вибір та сприйняття товару людиною, тому вони відіграють важливу роль у процесі створення реклами та на них дуже часто акцентують свою увагу виробники, як на один із головних факторів успіху реклами.

Ще один з видів психологічного впливу в рекламі є лінгвістична (мовна) маніпуляція. Це використання мовних особливостей і правил їх вживання з метою неусвідомлюваного для адресата впливу в потрібному

для розмовника напрямку. У рекламній сфері часто використовують методи мовного маніпулювання – метафори, аналогії, багатозначність, непрямі мовні акти, пресуппозиції [3]. Вони привертають увагу споживача, бо в рекламі говориться те, що хотілось би почути, те що він очікує та хоче отримати від цього товару або послуги.

Таким чином, можна зробити висновок, що в процесі створення реклами використовуються різноманітні психологічні методи, з метою впливу на людську підсвідомість та нав'язування споживачам не завжди правдивої інформації про продукт. Тому люди повинні вміти відрізняти якісну та правильну рекламу від хибної, навчитися аналізувати її та розуміти, що виробник таким некоректним способом хоче лише привернути увагу до непотрібного товару.

Література:

1. Геращенко Л. Психология рекламы: учеб. пособие / Л. Геращенко. – М.: АСТ: Астрель: Хранитель, 2006. – 298 с.
2. Реклама: психологія впливу на споживача 173. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_3_3/173-176.pdf
3. Методи психологічного впливу в рекламі. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/94.pdf

*Проскурніна Надія Вікторівна
кандидат економічних наук, доцент
кафедри міжнародної економіки та
менеджменту зовнішньоекономічної
діяльності, Харківського
національного економічного
університету ім. С. Кузнеця*

*Михайлова Юлія Олексіївна
магістрант 2 року навчання,
факультету міжнародних
економічних відносин Харківського
національного економічного
університету ім. С. Кузнеця*

АНАЛІЗ СУТНОСТІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Маркетинг пов'язаний з процесом пошуку потреб і бажань споживачів, вигідного та ефективнішого за конкурентів їх задоволення. Він передбачає здійснення діяльності, спрямованої на постачання товарів і послуг від виробника до споживачів або ряд заходів, що здійснює фірма з метою збільшення і утримання своєї частки ринку. Першим завданням підприємства в даному контексті є вивчення власних потенційних

покупців: хто вони, звідки вони, які фактори є важливими для них при придбанні товару чи послуги. Наступним кроком є розробка продуктів або послуг, що задовольняють потреби клієнтів. Встановлення цін на товари, які здаються покупцям розумними і в той же час забезпечують справедливий прибуток. Дистрибуція – коли і де можна зручно отримати доступ до клієнтів. Просування, яке стосується інформування та переконання ринку щодо товарів, які пропонуються. Маркетологи повинні планувати та координувати ці заходи для створення успішних інтегрованих маркетингових програм.

Об'єктом міжнародного маркетингу є зарубіжні ринки. Предмет міжнародного маркетингу – співвідношення попиту і пропозицій на міжнародних ринках, їх кон'юнктура та способи формування попиту на закордонному ринку.

Суб'єктами міжнародного маркетингу є експортери, імпортери, сервісні компанії та багатонаціональні корпорації. Експортерами є фірми, які продають продукцію за кордон, але в основному виробляють її у своїй країні. До імпортерів належать компанії, фірми або особи, які купують товари за кордоном. Сервісні компанії – це компанії, які пропонують різні послуги з експорту та імпорту сторонам, що беруть участь у міжнародному маркетингу, такі як банки, інвестиційні банкіри та брокери, авіакомпанії та готелі, публічні бухгалтерські фірми, консалтингові компанії, рекламні агентства тощо. Багатонаціональні корпорації – це компанії, що виробляють продукцію та послуги в декількох країнах. Ці корпорації підтримують свої штаб-квартири в країнах походження, одночасно розширюючи свою діяльність на декілька зарубіжних країн [5].

Основними функціями міжнародного маркетингу є:

аналіз причин прагнення компанії вийти на зовнішні ринки;

дослідження факторів, які впливають на методи проникнення на зовнішні ринки;

оцінка можливих стратегій виходу на зарубіжні ринки;

аналіз факторів, які впливають на вибір маркетингової стратегії у міжнародному бізнесі;

оцінка можливого рівня стандартизації або адаптації стратегічних рішень до умов обраного ринку;

аналіз особливих умов, які приймаються до уваги при розробці політики міжнародного маркетингу.

Міжнародний маркетинг передбачає здійснення одного або декількох заходів, перелічених вище, за межами державного кордону. В цьому випадку сфера маркетингу розширюється завдяки численним аспектам, які підприємство повинно враховувати.

Серед вітчизняних науковців, розробці методичного інструментарію маркетингової діяльності підприємств на зарубіжних ринках присвячені

дослідження: А. Войчака, О. Каніщенко, С. Карпова, С. Маджаро, М. Окландера, А. Старостіної, Т.Циганкової. Традиційним поглядам на перспективні напрями розвитку міжнародного маркетингу взагалі та окремих її предметних галузей, зокрема, маркетингових досліджень зарубіжних ринків, присвячені праці Є. Голубкова, І. Ілляшенка, Є.Крикавського, І. Лилик, В. Ортинської, Н. Перцовського, В. Полторак, А. Федорченка. Прикладним аспектам маркетингового аналізу ринків зарубіжних країн присвячено праці І. Волкова, О. Варченко, В. Данкевич, А. Мазаракі, Т. Чаюн, Т.Мельник.

В результаті численних інтерпретацій різними вченими, на сьогоднішній день снує велика кількість визначень поняття «міжнародний маркетинг» (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Аналіз підходів до визначення поняття «міжнародний маркетинг»

Автори	Визначення
Чумаченко Т. М.	певний спосіб мислення, набір рекомендацій до вибору й прийняття коректних комерційно-господарських рішень із позиції найбільш повного й ефективного задоволення всіх вимог як вітчизняних, так й іноземних споживачів товарів і послуг [1]
Циганкова Т. М.	маркетингова діяльність фірми за межами національних кордонів [2]
Ноздрева Р. Б.	ринкова концепція управління міжнародною діяльністю фірми, орієнтована на запити кінцевих споживачів різних країн і формування їхніх переваг у відповідності зі стратегічними цілями оптимізації та розширення бізнесу в глобальних світових масштабах» [3]
Федотова О. В	комплексне вивчення поточних і перспективних потреб зовнішніх ринків, система планування, організації й управління діяльністю транснаціональної корпорації у розрізі наукових досліджень і розроблення (конструювання) нових видів товарів, їх виробництва, цілеспрямованого формування споживчого попиту і збуту виготовленої продукції з метою ефективного забезпечення довгострокових інтересів і привласнення на цій основі максимальних і стабільних прибутків [4]

Отже, науковці трактують визначення міжнародного маркетингу з точок зору: філософії або способу мислення; концепції управління (комплекс дій) за межами національних кордонів; методології забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Таким чином, міжнародний маркетинг визначається як виконання діяльності, призначеної для планування, ціноутворення, просування та

спрямування потоку товарів і послуг компанії до споживачів у більш ніж одній країні для отримання прибутку.

Література:

1. Т. М. Чумаченко Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Вид. 3-є, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с.
2. Циганкова Т. М. Управління міжнародним маркетингом. Київ, КНЕУ, 2001. 132 с.
3. Ноздрева Р. Б. Международный маркетинг : учебник / Р. Б. Ноздрева. – М. : Экономиста, 2005. – 990 с.
4. Федотова, О. А. Табекина. – Н. Новгород : Нижегород. гос. архит.-строит. ун-т, ННГАСУ, 2012. – 194 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга : учеб. пособие / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг ; пер. с англ. – 2-е изд.; – М., СПб., К. : Вильямс, 1999. – 1151 с.

*Ціхановська Олена Михайлівна
кандидат економічних наук доцент,
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки Тернопільського
національного економічного
університету*

*Волошенюк Людмила Анатоліївна
студентка III курсу, групи ЕЕП-31,
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки Тернопільського
національного економічного
університету*

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

В даний момент часу інформація є не менш важливим ресурсом і об'єктом управління, ніж трудові, фінансові чи природні ресурси. Для виконання маркетингових завдань і досягнення ринкового успіху підприємству необхідна актуальна, достовірна та вичерпна інформація про клієнтів, конкурентів, постачальників, посередників. Не менш важливо здійснювати моніторинг економічних, демографічних, політичних, науково-технічних факторів, які впливають на маркетингову діяльність підприємств.

Маркетингова інформація - це дані, які характеризують фактори маркетингового середовища. Існує два види даних, які покладені в основу

маркетингових досліджень і обумовлюють складання їх плану: первинна і вторинна [1].

Первинна інформація представляє собою інформаційні матеріали, отримані в результаті спеціально проведених маркетингових досліджень для рішення конкретної маркетингової проблеми. Їх збір здійснюється шляхом спостережень, опитувань, експериментальних досліджень.

Первинна маркетингова інформація може бути отримана підприємством від продавців і покупців. Вона може накопичуватися для конкретного рішення виникаючої проблеми на підприємстві. Накопичується інформація, що використовується для прийняття рішень, утворює постійну інформаційну базу. Епізодична інформація збирається нерегулярно, використовується в особливих ситуаціях, коли керівництво не в змозі передбачати майбутнє на основі наявної постійної інформації.

Вторинна інформація - це сукупність даних, що існують на підприємстві, видання державних установ, спеціалізовані комерційні та періодичні видання і книги, а також інформація, зібрана раніше для інших цілей.

Первинна і вторинна інформація об'єднуються в систему маркетингової інформації.

Маркетингова інформаційна система - це безперервно діюча система, призначена для збирання, оброблення, аналізу, оцінювання і розподілу інформації, яка необхідна для прийняття рішень із питань маркетингового планування, втілення у життя та контролю за виконанням маркетингових заходів [2].

Основу маркетингової інформаційної системи складають чотири допоміжні системи: система внутрішньої звітності; система збирання поточної маркетингової інформації; система маркетингових досліджень; четвертою складовою МІС є аналітична система маркетингу.

Якщо розглядати переваги первинної маркетингової інформації то можна зробити висновок що вона є доступною і надійною для підприємства яке її збирає, збирають її відповідно до цілей підприємства, отже, має конкретну спрямованість, з її допомогою підприємства оцінюють поточну реальну ситуацію на ринку, оперативно реагують на зміни мікро- та макросередовища маркетингу і підвищують ефективність маркетингової діяльності.

Але з другого боку процес її збирання є складним, тривалим і в більшості випадках дорого вартісним, а сама вона може бути неповною або надлишковою, суб'єктивною, неточною, помилковою, що призведе до прийняття неправильних рішень. Одним із негативних аспектів є також можливість виникнення необхідності перевірити, доповнити чи поновити отриману первинну інформацію, що призводить до додаткових витрат і знижує ефективність управлінських рішень.

Перевагами ж вторинної інформації є її низька вартість, порівняно з первинною та швидкість збирання. Також не можна забувати про

широкий вибір джерел інформації, що дає можливість перевіряти рівень достовірності інформації, порівнювати дані.

Як і первинна вторинна інформація має свої недоліки: може бути застарілою, неточною, іноді дорогою; може не відповідати меті дослідження чи цілям підприємства; іноді невідома методологія збирання й обробки; неможливість оцінити достовірність [5].

Список використаної літератури:

1. Абаєв А.Л. Маркетинг в галузях і сферах діяльності: Підручник для бакалаврів / Под ред. А. Л. Абаєва, В. А. Алексунін, М. Т. Гурієв. - М.: Дашков і К, 2019.
2. Вонг В. Основи маркетингу. - М.: Діалектика / Вільямс, 2019.
3. [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://studfile.net/preview/5740837/page:9/>.
4. [Електронний ресурс] – режим доступу: https://pidru4niki.com/1116022350044/marketing/marketingova_informatsiya_vidi_sposobi_zboru.
5. [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/323532153.pdf>.

*Ціхановська Олена Михайлівна
кандидат економічних наук доцент,
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки Тернопільського
національного економічного
університету*

*Волошенюк Людмила Анатоліївна
студентка III курсу, групи ЕЕП-31,
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки Тернопільського
національного економічного
університету*

ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

В сучасному світі маркетинг є невідомою ознакою яка характеризує бізнес. Маркетинг – це передбачення, управління та задоволення попиту на товари, послуги, організації, людей, території та ідеї через обмін. Саме потреба в маркетинговій інформації зумовлює проведення маркетингових досліджень – основне завдання яких – уникнути неточних оцінок, ризиків і невиправданих витрат – грошових зусиль, часу при прийнятті маркетингових рішень. Маркетингові дослідження — це систематичний

збір та аналіз, пов'язаних з наявною ситуацією даних щодо маркетингової діяльності підприємства чи організації.

Об'єктами маркетингових досліджень можуть бути категорії, процеси, явища економічного, соціального, психологічного характеру, що у сукупності представляють сутність і наслідок маркетингової діяльності підприємства на конкретному ринку [1].

Метю ж маркетингових досліджень — виявити можливості підприємства для оволодіння конкурентними позиціями на конкретному ринку, знизити рівень невизначеності та комерційного ризику, збільшити ймовірність успіху маркетингової діяльності підприємства на ринку. Результатом маркетингових досліджень є обґрунтоване планування маркетингової діяльності підприємства або організації, ідентифікація маркетингових можливостей та загроз, а також формування гнучкої системи реагування на зміни чинників зовнішнього середовища.

Основними напрямками маркетингових досліджень є: чинники макросередовища (демографічні, економічні, науково-технічні, природні, політико-правові, культурні); чинники мікросередовища (конкуренти, постачальники, посередники, споживачі); комплекс маркетингу (товарна політика, цінова політика, політика розподілу та маркетингових комунікацій); саме підприємство чи організація (ефективність організаційної структури, виробничі можливості, професійна кваліфікація працівників тощо) [2].

Правильно проведене маркетингове дослідження дає змогу суб'єкту підприємництва ефективніше виконувати завдання свого бізнесу. Методика та техніка маркетингових досліджень суттєво залежать від конкретних цілей та завдань маркетингу, що, своєю чергою, визначається загальною маркетинговою стратегією підприємства, ринковою ситуацією, тиском конкурентів тощо.

Потреба у маркетингових дослідженнях зумовлена також тим, що керівництво будь-якої організації чи підприємства, ухвалюючи маркетингові рішення, повинно обрати найефективніші з них з погляду прибутковості та рівня ризику. Одержуючи достовірну інформацію, можна уникнути помилок, здатних призвести до збитків, до того, як витрати стануть відчутними, вчасно відреагувати на дії конкурентів, припинити виробництво неперспективного або занадто дорогого товару тощо [5].

Низка наукових і комерційних проблем, пов'язаних з маркетинговими дослідженнями, виникає внаслідок кількох причин. По-перше, на рівні територіальних меж ринку зникає безпосередній контакт між виробником і споживачем товару, що зазвичай призводить до відсутності у виробника достовірної інформації. По-друге, внаслідок глобалізації ринків, загострення конкуренції, диференціації товарів і

зростання кількості виробників, у покупця збільшується кількість варіантів вибору між продавцями, які функціонують на ринку, та їхніми товарами. По-третє, потрібен попередній прогноз щодо змін ситуації на ринку впродовж певного періоду для ухвалення обґрунтованих маркетингових рішень, що дає змогу досягти більшої узгодженості між потенціалом виробника та потребами споживачів.

Хоча маркетингове дослідження є складним процесом і з ним пов'язані багато проблем, які перераховані вище, саме у всій своїй багатогранності воно є невід'ємною і незамінною складовою бізнесу, основою його успіху [3].

Список використаних джерел:

1. П'ятковська О.С. Маркетинг. Авчальний посібник.- м Дніпро, 2018р.
2. Котлер Ф. Основи маркетингу. Короткий курс. - М.: Вільямс, 2019.
3. Сафронова Н.Б. Маркетингові дослідження. - М.: Дашков і К, 2019.
4. Сфера послуг. Маркетинг. Навчальний посібник / Хлебовіч Д.І. - М.: КноРус, 2020.
5. Умавов Ю.Д. Основи маркетингу (для бакалаврів) / Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова. - М.: КноРус, 2019.

*Ціхановська Олена Михайлівна
кандидат економічних наук, доцент,
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки Тернопільського
національного економічного
університету*

*Ковальчук Вадим Ігорович
студент III курсу, Вінницький
навчально-науковий інститут
економіки Тернопільського
національного економічного
університету*

МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ТА ЇЇ СТРАТЕГІЇ

Маркетингова цінова політика - комплекс заходів фірми, до яких належить формування ціни, знижок, умов оплати за товар, реалізація якого покликана забезпечити задоволення потреб споживачів і отримання фірмою прибутку, а також вирішення стратегічних завдань фірми [1].

Цінова політика - це система загальних правил і принципів визначення цін, що ставить собі за мету позиціонувати продукт і саму компанію по відношенню до споживача, конкурентам і іншим фірмам. Виділяють політику лідера, політику проходження за лідером, політику проходження за конкурентами і незалежну цінову політику, політику єдиних цін, політику дискримінаційних цін [2].

Маркетингова цінова політика реалізується через маркетингові цінові стратегії й засновується на певних методах маркетингового ціноутворення, тому повинна розглядатися лише в контексті загальної політики фірми.

Залежно від ролі в процесі відтворення та характеру потреб, що задовольняють, галузі обслуговування можна об'єднати в дві групи:

- перша - освіта, охорона здоров'я, фізкультура, соціальне забезпечення, культура мистецтво. Вона направлена на задоволення соціально-культурних, духовних [1].

- друга - житлово-комунальне господарство, побутове обслуговування, пасажирський транспорт, зв'язок, роздрібна торгівля, громадське харчування.

Ціноутворення в сфері послуг має ряд особливостей, так як на відміну від товарів, послуги нематеріальні і не підлягають зберіганню. Вибираючи метод формування цін на послуги необхідно враховувати дану специфіку. Крім того, велика кількість на ринку послуг конкурентів, відсутність досвіду, брак інформації для аналізу, низька проінформованість цільової аудиторії – все це робить ціноутворення в сфері послуг складним, але від цього не менш важливим завданням, тому що сфера послуг бурхливо розвивається, особливо в області інфокомунікацій [2].

Цінова стратегія-це планування цінових рішень відповідно до зміни навколишнього середовища і внутрішніх умов функціонування фірми. Маркетингові стратегії можна розглядати як сукупність заходів, які здійснюють підприємства відповідно до загальної стратегії свого розвитку та маркетингових планів, покликаних позиціонувати власні продукти на цільових ринках, просувати їх та обслуговувати попит на певний продукт.

В процесі формування маркетингової стратегії можна виділити вхідні та вихідні елементи [4].

Вхідні елементи – це ті фактори, аналіз яких передуює розробці маркетингової стратегії. Отже, йдеться про фактори маркетингового середовища і цілі фірми.

Вихідними елементами є стратегічні рішення щодо маркетингового міксу, тобто комплексу компонентів маркетингу, який включає чотири складові – товар, ціну, збут, просування.

Також, виділяють наступні класи маркетингових стратегій: стратегія низьких витрат виробництва; стратегія диференціації; стратегія ліквідації бізнесу.

Співробітництво у маркетингу завжди дає багато переваг в запуску і оживленні маркетингової кампанії. Маркетингове партнерство допомагає зекономити бюджет, швидше побачити успіх, отримати нову аудиторію.

Прикладом виступає - компанія Half.com, до того, як її купила eBay, умовила місто Халфвей, штат Орегон, змінити назву на Half.com. В результаті місто опинилося у центрі уваги, особливо серед компаній, що орендують підручники, і потім доменне ім'я було продане за \$300 мільйонів.

Також відома компанія Converse об'єдналася з компанією Guitar Center, й вони разом заснували студію звукозапису Rubber Tracks, де будь-хто за бажанням міг безкоштовно записати музику своєї групи. В результаті компанія Converse отримала нових відданих фанів, а Guitar Center додаткову рекламу завдяки серії публікацій музичних і промо-кліпів на YouTube.

Компанія Red Roof Inn використовує інформацію про рейси, щоб відправляти пасажиром, які не потрапили на літак, пропозицію переночувати в готелі. Мережа з продажу піци розсилає купони на замовлення споживачам, які потерпають від складних погодних умов або в яких відключено електропостачання [3].

Список використаних джерел:

1. Маркетинг у сфері послуг https://allreferat.com.ua/uk/marketing_tovaroznavstvo_logistuka_reklama/kontrolnaya/3079
2. Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога практика *Разумовская Анна* - <https://www.litmir.me/bd/?b=111755>
3. маркетингові стратегії - https://www.eduget.com/news/15_ushpishnix_marketingovix_strategij
4. Елементи маркетингових стратегій- <https://studopedia.org/1-37091.html>

*Ціхановська Олена Михайлівна
кандидат економічних наук, доцент,
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки Тернопільського
національного економічного
університету*

*Лук'яненко Ірина Олександрівна
студентка 3 курсу групи ЕЕПвн-31,
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки Тернопільського
національного економічного
університету*

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ РЕКЛАМНИХ ОБРАЗІВ

Щоденно, переглядаючи сотні реклами, ми звикли бачити вигаданих персонажів, що привітно усміхаються нам із полиць магазинів, рекламних роликів, банерів міста. Як їм вдалось стати частиною активу світових компаній?

Зазвичай, рекламний образ є ідеалом і практично ніколи не відповідає дійсності. Це пов'язано з тим що персонаж символізує сам продукт, рідше споживача товару.

Рекламні образи тварин і вигаданих персонажів прийшли віз театру ляльок. Пізніше перейшли до талісманів спортивних команд, а потім маркетологи, помітивши підтримку і загальну любов до персонажів, почали застосовувати цей прийом для уособлення своєї продукції. У ході еволюції, образам почали надавати антропоморфні елементи – людські риси обличчя, які уже на підсвідомому рівні викликають емпатію. Людина – істота соціальна, через що в ході еволюції ми почали підсвідомо звертати увагу на риси обличчя, в особливості на очі і рот які передають емоції. Ми не тільки відмінно розпізнаємо особи серед інформаційного шуму, але і запам'ятовуємо їх краще від інших видів інформації [3].

У нашій свідомості антропоморфні персонажі здатні побудувати з нами відносини. Прикладом можуть послужити історії з Японії. Там існує всесвіт персонажів, які рекламують регіони країни, культурні заходи і компанії. Кумамон – найвідоміший персонаж, що був створений в 2010 році для залучення туристів в префектуру Кумамото. Прибуток, який Кумамон приніс цьому регіону за два роки, оцінюється в 1,2 млрд дол. США. Здавалось б, на цьому місія чудо-ведмеда завершилась, але виявилось – це був лише початок. У 2016 році семибальний землетрус розбудив мешканців префектури. Загинуло 49 людей та тимчасового

відселили десятки тисяч. Влада вирішила призупинити проект, через що фанати зі всього світу почали писати слова підтримки в соціальних мережах, створювали форуми і групи. Пізніше запустили імпровізовану акцію допомоги постраждалим, обличчям якої став Кумамон. Через три тижні діяльність цього неймовірного персонажа відновили [2].

Більшість відомих нам образів були створені в XX столітті. Новачкам ринку стало складніше створити персонажа такого ж рівня слави. Навіть якщо зараз складно створити такий же легендарний талісман, як Рональда Макдональда, якісний персонаж може допомогти вірусно поширити інформацію про бренд. Наприклад, ребрендинг російської торгової марки молочних продуктів Мілград створили упаковку при викладці якої створювались різні малюнки з котиками, які ніби переходять із однієї упаковки на іншу. Продаж фермерських десертів із новим дизайном за два місяці виріс у 3,6 рази у Москві. Керівництво молочного комбінату досі знаходиться під враженням від того, як змінився попит після запровадження нового дизайну [1].

Рекламні персонажі – зовсім не марна вигадка, а ефективний інструмент маркетингу, який вірно допомагає брендам на кожному етапі комунікації: від залучення уваги на полиці до підкорення сердець аудиторії по всьому світу. Головне – уміння правильно їх використовувати.

Список використаних джерел:

1. Как брянские молочные котики покоряют мир URL: <https://milknews.ru/longridy/Kak-brjanskie-molochnye-kotiki-pokorjajut-mir.html>
2. Кумамото: по сто землетрусів за добу URL: <http://www.golos.com.ua/article/267614>
3. Психология маркетинга: 5 хитростей, которые помогут улучшить ваш бизнес URL: <https://www.byyd.me/ru/blog/2018/12/psihologiya-marketinga-5-hitrostej/>

*Ціхановська Олена Михайлівна
кандидат економічних наук, доцент,
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки Тернопільського
національного економічного
університету*

*Острожинська Юлія Олександрівна
студентка III курсу групи ОПД-31,
спеціальності 071 «Облік і
оподаткування», Вінницький
навчально-науковий інститут
економіки Тернопільського
національного економічного
університету*

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Туризм є однією з найбільш перспективних галузей економіки України. Туристична галузь в нашій країні почала активно розвиватися та володіє великим запасом невикористаного потенціалу. В туризмі повинні проводитися маркетингові дослідження, котрі є невід'ємною частиною стабілізації підприємства та його подальшого розвитку [2].

Оскільки туристичний продукт насамперед має бути хорошим придбанням, то туристичний маркетинг є низкою послідовних дій туристичних підприємств, спрямованих на досягнення цієї мети. Тому логічним і обґрунтованим є таке визначення туристського маркетингу: маркетинг у туризмі - це система безупинного узгодження пропонованих послуг з послугами, які користуються попитом на ринку і які туристичне підприємство спроможне запропонувати з прибутком для себе і ефективніше, аніж у конкурентів.

Поняття туристичного маркетингу розглядається багатьма вченими. Наприклад, Х. Криппендорф подає таке визначення туристичного маркетингу: «Туристичний маркетинг - це систематичні зміни та координація діяльності туристичних компаній, а також приватної та державної політики в сфері туризму. Мета таких змін полягає в тому, щоб найбільш повно задовольняти потреби певних груп споживачів, враховуючи при цьому можливість отримання відповідного прибутку» [1].

Слід зазначити, що маркетинг грає дуже важливу роль у формуванні успіху діяльності фірми, тому маркетингові прийоми повинні активно використовуватися в туристських фірмах, неприйняття до уваги такого важливого структурного елементу, як маркетингова діяльність може

привести до банкрутства. Саме тому необхідно використовувати інструменти маркетингової стратегії для поліпшення ситуації фірм даної сфери, та спочатку необхідно обрати коректну стратегію для процвітання компанії. Але для того щоб вибір фірмою стратегії був влучним слід дотримуватись наступних правил при розробці ефективної стратегії маркетингу: врахування комплексу чинників, що впливають на вибір стратегії фірми.

Узагальнюючою основою використання маркетингу в туристичній галузі є теорія зростання ролі державного регулювання в сучасному ринковому суспільстві. Оскільки це регулювання має відповідати принципам функціонування ринкового суспільства, державна політика в туризмі має об'єктивно розширювати застосування маркетингових методів управління. Необхідність застосування маркетингових функцій органами управління туризмом викликана важливою роллю туризму у вирішенні соціальних і економічних проблем держави [3].

Отже, нестабільна економічна ситуація, стрімкий розвиток туристичної галузі туризму та, як наслідок — туристичного ринку, нові тенденції та орієнтири у суспільстві, зміни у кліматичній ситуації — усе це та безліч інших чинників можуть вплинути на процес планування та призвести до відмови від поставлених цілей, появи та реалізації нових ідей, корегування певних стратегій та раніше прийнятих програм.

Література:

1. Будя О.П., Вертелєва О.В. Інноваційні напрямки розвитку маркетингу в сфері туризму і гостинності .— Зовнішня торгівля: право та економіка.— №6.—2008.—С. 142-149.
2. Кирилова О. Маркетинг на ринку туристичних послуг / О. Кирилова // Маркетинг в Україні. - 2009. - №3. - С.57-59.
3. В.Забуранна, К.В.Сіренко. Особливості комплексу маркетингу на підприємствах сфери туризму.— Актуальні проблеми економіки.—№10.—2010.— С.58-63.



*Єремян Олена Михайлівна
доцент кафедри обліку, аудиту і
оподаткування, Херсонський
національний технічний
університет, м. Херсон, Україна*

*Гладишева Ганна Ігорівна
здобувач вищої освіти за
спеціальністю 071-Облік і
оподаткування, Херсонський
національний технічний
університет, м. Херсон, Україна*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах господарювання вимагає постійного вдосконалення обліково-аналітичного забезпечення системи управління про отриманні доходи та понесені витрати, що є важливою складовою прийняття управлінських рішень, які позитивно впливають на результати діяльності.

Для дослідження можливості застосування підприємствами ресторанного господарства сучасних систем управління витратами слід розглянути особливості калькулювання собівартості страв та товарів й різні підходи науковців до даного питання.

Калькулювання собівартості продукції у сфері ресторанного господарства – це визначення загальної вартості виробництва одиниці продукції (страви), тобто встановлення вартості одиниці продукції з точки зору витрачених інгредієнтів на її приготування у відповідності до закупівельних цін.

Калькулювання собівартості продукції залежить від вибору підходу до обліку. На сьогоднішній день існує два підходи до калькулювання собівартості продукції на підприємствах ресторанного господарства: виробничий та торговельний. Застосування торговельного підходу передбачає ведення бухгалтерського обліку за тими принципами, що використовуються на підприємствах сфери торгівлі та базується на положеннях Методрекомендацій № 157 [2].



Рис. 1. Основні принципи обліку торговельного та виробничого методів на підприємствах ресторанного господарства

Згідно з виробничим методом калькулювання собівартості готової продукції проводиться так, як на промислових підприємствах, та базується на використанні стандартних методів і прийомів бухгалтерського обліку, а

саме: ведення обліку запасів відповідно до П(С)БО 9 і витрат відповідно до П(С)БО 16 [1]. Основні принципи обліку за торговельним та виробничим методами наведено на рис. 1. Слід зазначити, що на сьогоднішній день нормативними документами не описано однозначного порядку відображення в обліку витрат на виробництво продукції підприємств ресторанного господарства. Однак жоден із підходів не суперечить чинному законодавству.

Таким чином, облік діяльності підприємств ресторанного господарства характеризується певною специфікою, об'єднуючи виробничу та торговельну діяльність одночасно, що дає змогу застосовувати в обліку симбіоз методологій виробництва та торгівлі.

Література:

1. «Витрати»: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16, затверджене наказом Мінфіну від 31 березня 1999 року №87// Податки та бухгалтерський облік. – 2005.- № 8 (128). - С. 65-70.
2. Методичні рекомендації про впровадження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку у сфері громадського харчування та побутових послуг, гармонізованих з міжнародними стандартами, затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 17.06.2003 р. № 157.

*Кириленко Наталія Олександрівна
студентка 4 курсу факультету
фінансів та обліку, Київського
національного торговельно-
економічного університету*

*Науковий керівник: Міняйло Вікторія
Петрівна, кандидат економічних
наук, доцент кафедри фінансового
аналізу та аудиту, Київського
національного торговельно-
економічного університету*

ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ВИКОНАННЯ КОШТОРИСУ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Фінансовий контроль діяльності державних установ останнім часом стає все більш значущим. В Україні спостерігається дефіцит коштів державного та місцевих бюджетів, тому установи фінансуються при

виконанні умов ефективного ведення діяльності і якісного надання робіт, послуг.

Фінансовий контроль виконання кошторису бюджетних установ є на сьогодні дуже важливим питанням, оскільки кошторис - основний плановий документ, що забезпечує діяльність будь-якої бюджетної установи та збалансовує її доходи й видатки.

Відповідно до Бюджетного кодексу України: кошторис – основний плановий фінансовий документ бюджетної установи, яким на бюджетний період встановлюються повноваження щодо отримання надходжень і розподіл бюджетних асигнувань на взяття бюджетних зобов'язань та здійснення платежів для виконання бюджетною установою своїх функцій та досягнення результатів, визначених відповідно до бюджетних призначень [1]. Кошторис складають усі бюджетні установи на календарний рік і затверджують у встановленому законодавством порядку.

За допомогою кошторису можна забезпечити дисципліну витрачання бюджетних коштів, підвищення ефективності використання державних ресурсів. Тому, особливо важливе значення має контроль за правильністю складання кошторису доходів і видатків.

За результатами ревізій та перевірок органами Державної аудиторської служби протягом 2019 року виявлено втрат фінансових та матеріальних ресурсів на понад 1,7 млрд гривень [2].

Для прикладу візьмемо Український державний геологорозвідувальний інститут. Згідно Аудиторського звіту державного фінансового аудиту Українського державного геологорозвідувального інституту за період з 2017 по 2018 роки [3] можемо спостерігати такі порушення:

1. УКРДГРІ без належних підстав (укладених договорів, фінансових зобов'язань тощо) проведено погашення фінансової допомоги на суму 150,0 тис. грн на користь іншої юридичної особи.

2. У 2017-2018 роках Інститут поніс витрати у сумі 5 014,63 тис. грн на утримання майна філій, які ліквідовані ще у 2012 році. При цьому, дохід від передачі в оренду окремого майна суб'єктами господарювання, надання послуг по зберіганню і утриманню майна та відшкодування комунальних послуг становив 2 011,29 тис. грн. Тобто, Інститут на утримання майна поніс непродуктивних витрат у сумі 3 003,34 тис. грн та ін.

Виходячи з даних порушень, ми можемо рекомендувати провести інвентаризацію майна підприємства та вирішити питання щодо необхідності подальшого утримання майна, яке не використовується у господарській діяльності Інституту та зобов'язати УКРДГРІ привести у відповідність до вимог ЗУ «Про оренду державного та комунального

майна» договори зберігання майна. Також необхідно посилити контроль за виконанням функцій з управління об'єктами державної власності.

Виходячи з цього, ми вважаємо, що перевірка формування та виконання кошторису доходів і витрат бюджетної установи є одним з найважливіших контрольних заходів.

Фінансовий контроль виконання кошторису бюджетної – це система заходів направлених на безперервне відстеження інформації щодо надходження та витрачання бюджетних коштів і майна, представленої в кошторисі, з метою виявлення, усунення та в подальшому попередження бюджетних правопорушень.

Поставлена мета може бути досягнута при виконанні завдань, зображених на рис. 1.

	Завдання контролю (ревізії):
	• встановити правомірність дій установ щодо складання, затвердження кошторису відповідно до затверджених вимог;
	• проаналізувати обґрунтованість розрахунків показників кошторису;
	• проаналізувати виконання кошторису установою за касовими і фактичними витратами;
	• оцінити вплив зміни окремих показників на ефективність діяльності установ.

Рис.1. Завдання контролю (ревізії) виконання кошторисів

Джерело: створено автором.

Під час здійснення контролю за правильністю виконання кошторисів бюджетних установ джерелами інформації є: первинні документи, облікові реєстри, фінансова звітність та акти попередніх ревізій і перевірок бюджетних установ.

Контроль (ревізія) виконання кошторису бюджетної установи має свої особливості [4]:

1. Ревізія є комплексною та всеохоплюючою щодо діяльності установи, адже у кошторисі визначається обсяг і спрямування коштів для виконання бюджетною установою своїх функцій, досягнення цілей, визначених на рік відповідно до бюджетних призначень.

2. Під час ревізії спершу треба встановити, чи є в наявності затверджений кошторис бюджетної установи на відповідний рік і перевірити його відповідність вимогам законодавства України.

3. Метою перевірки кошторису бюджетної установи є встановлення правильності затверджених кошторису та плану асигнувань і контроль здійснення витрат у межах зазначених планових документів.

4. Ревізія фактичних видатків на утримання бюджетної установи починається з перевірки наявності затвердженого єдиного кошторису доходів і видатків та розрахунків до нього, правильності його формування щодо вимог чинного законодавства України.

5. Загальна оцінка виконання єдиного кошторису доходів і видатків проводиться методом аналізу на підставі даних поточної звітності про кошторисні цільові призначення бюджетних коштів, касові та фактичні видатки в розрізі їхніх видів за кодами економічної класифікації.

6. Основними порушеннями, які виявляють під час проведення ревізії, є: перевищення окремих видів видатків за кошторисом, наявність непередбачених кошторисом видатків, порушення чинного законодавства про закупівлю товарів, робіт (послуг) за державні кошти, перерахування авансів і платежів за безтоварними рахунками, часткова оплата за рахунок бюджетних коштів витрат, джерелом фінансування яких мають бути позабюджетні спеціальні кошти.

7. Контроль цільового використання бюджетних коштів здійснюється методами порівняння, аналізу й логічної перевірки на відповідність призначенню коштів за кошторисом доходів і видатків бюджетної установи.

Отже, фінансовий контроль виконання кошторису бюджетних установ є одним із пріоритетних завдань діяльності державних фінансових органів в Україні. Процес контролю за виконанням кошторису бюджетних установ є досить складним, що спричинено: певними особливостями, що зумовлені принципами, притаманними кошторисно-бюджетному фінансуванню; великою кількістю джерел інформації щодо розподілу та перерозподілу коштів, зазначених у кошторисі відповідної бюджетної установи.

Потрібно зазначити, що за умови ретельної перевірки виконання кошторису бюджетними установами можна заощадити сотні тисяч гривень державних коштів або попередити утворення боргів.

Література:

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456 –VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text>
2. Державна аудиторська служба України. Звіт про результати діяльності Державної аудиторської служби України, її міжрегіональних територіальних органів за 2019 рік/ Державна аудиторська служба України. – 2019 р. – Київ. URL: <http://dkrs.kmu.gov.ua/kru/doccatalog/document?id=158169>

3. Аудиторський звіт державного фінансового аудиту Українського державного геологорозвідувального інституту (Державного підприємства) за період з 01.01.2017 по 31.12.2018 № 07-22/4 від 19.07.2019: Державна аудиторська служба України. URL: <http://dkrs.kmu.gov.ua/kru/doccatalog/document?id=152360>
4. Нікуліна Н. Д. Особливості ревізії виконання кошторису бюджетної установи: тези-доповіді/ Н. Д. Нікуліна, Ю. О. Голуб. – Х., 2012. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/739/1/Нікуліна%20Н.Д.%20Особливості%20ревізії%20виконання%20кошторису%20бюджетної%20установи.pdf>

*Матковська Діана Анатоліївна
студентка факультету фінансів та
обліку, Київського Національного
торговельно-економічного
університету*

*Науковий керівник: Роздобудько
Валерій Васильович, кандидат
економічних наук, доцент, Київський
національний торговельно-
економічний університет*

МЕТОДИКА РОЗРАХУНКУ РІВНЯ СУТТЄВОСТІ В АУДИТІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Суттєвість – одне із основоположних понять в аудиторській практиці, оскільки саме суттєвість супроводжує аудитора з моменту визначення виду, об'єму і строку здійснення аудиторських процедур і формування аудиторського висновку. Метою аудитора є в процесі встановлення рівня суттєвості помилок допущених при складанні фінансової звітності, підтвердити або заперечити її достовірність. Крім цього, важливість цієї дефініції обумовлена також нагальною потребою відображення виправлень у фінансовій звітності через допущені помилки при її складанні. Оскільки для коректних правок допущених помилок у фінансовій звітності недостатньо ідентифікувати її, але і потрібно визначити її суттєвість. Адже положення МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» застосовуються тільки до суттєвих статей.

Міжнародний стандарт аудиту 320 (далі - МСА320) не містить конкретно сформульованого визначення поняття «суттєвість», але

водночас зазначено, що викривлення, а також упущення інформації сприймаються як суттєві в тому випадку, якщо вони можуть вплинути на економічні рішення користувачів, які ґрунтуються на даних фінансової звітності. Розглянемо сутність поняття «суттєвість» більш ґрунтовно (табл. 1).

Таблиця 1

Поняття «суттєвість» в нормативно-правових актах

Нормативно-правовий акт	Визначення поняття «суттєвість»
МСБО 1 «Подання фінансової звітності»	«...пропуск або викривлення статей є суттєвими, якщо вони можуть (окремо чи у сукупності) впливати на економічні рішення, які приймають користувачі на основі фінансової звітності. Суттєвість залежить від розміру та характеру пропуску чи викривлення, що оцінюються за конкретних обставин. Розмір або характер статті, або їх поєднання, може бути визначальним чинником.»
МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки»	«...пропуск або викривлення статей є суттєвими, якщо вони можуть (окремо чи в сукупності) впливати на економічні рішення, які приймають користувачі на основі фінансової звітності. Суттєвість залежить від розміру та характеру пропуску чи викривлення, що оцінюються за конкретних обставин. Визначальним чинником може бути як розмір або характер статті, так і поєднання статей.»
МСА 320 «Суттєвість в аудиті»	«...інформація є суттєвою, якщо її пропуск або неправильне відображення може вплинути на економічні рішення користувачів, прийняті на основі фінансової звітності.»
НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»	«...суттєва інформація - інформація, відсутність якої може вплинути на рішення користувачів фінансової звітності.

Джерело: розроблено автором

Узагальнюючи визначення, наведені в нормативно-правових актах, поняття «суттєвість» розглядається переважно як:

- один з принципів бухгалтерського обліку;
- одна з основних вимог до фінансової звітності;
- характеристика якості облікової інформації.

Однак, з огляду на той факт, що суттєвість показника залежить від деякого набору факторів (таких, як оцінка показника або його відносного

розміру, характеру показника і конкретних причин його виникнення), на мою думку, визначення суттєвості, яке наведене в вітчизняних нормативних документах, необхідно доповнити інформацією про те, що на суттєвість впливає не тільки розмір тієї чи іншої статті, а й її характер. Отже, суттєвість це досить широке поняття, яке слід розглядати і як один з принципів бухгалтерського обліку, і як важливу вимогу, що пред'являється до фінансової звітності, і як характеристику якості облікової інформації, яка визначає здатність останнього впливати на прийняття рішень користувачів фінансової звітності.

Згідно зі змістом терміну «суттєвість», основними факторами при оцінці

суттєвості статті звітності можуть бути:

- кількісна характеристика статті;
- якісна характеристика статті;
- її природа;
- комбінація цих трьох чинників.

Отже, критеріями суттєвості є її кількісні та якісні характеристики, значимі для користувачів такої інформації. Розглянемо кожен із зазначених характеристик.

З позиції кількісної оцінки суттєвості вона може бути визначена в абсолютних або відносних показниках. Ухвалення абсолютного значення суттєвості використовується на практиці дуже рідко. На практиці ж найбільш популярним є встановлення рівня суттєвості в відносних показниках від базових значень, тобто у відсотках або частках. Рівні суттєвості в відносних показниках можуть бути встановлені як в вигляді точкових (наприклад, 3%, 5%), так і у вигляді діапазонних значень (наприклад, 3-5 %%).

Беручи до уваги практику визначення порогу суттєвості, варто відзначити, що ні в стандартах МСФЗ, ні стандартах GAAP USA не вказані жодні конкретні цифри щодо того, яка зі статей є суттєвою. Визначення такої межі – це виключно проблема думки аудитора, хоча б на підставі тієї обставини, що сам термін «суттєвість» включає в себе як кількісні, так і якісні компоненти аналізу. Потрібно зауважити, що окремі кількісні показники, що згадуються в стандартах МСФЗ, жодним чином не є індикаторами рівня суттєвості в тому значенні, про яке йдеться в Концептуальних засадах МСФЗ (Framework). Наприклад, в МСФЗ 8 ці граничні пороги дані для логічного почергового розкриття однотипної інформації за сегментами усіма підприємствами в порівнянній і зручному для сприйняття форматі - для уникнення випадків, коли, наприклад, дві схожі і за структурою, і за видом діяльності організації можуть розкривати абсолютно різну кількість статей звітності: одна - 3, а інша – 33.

Більш глибоко в порівнянні з МСФЗ, питання визначення рівня суттєвості розкриті в Міжнародних стандартах аудиту (International Standards on Auditing, ISA), тому що аудиторам ці положення потрібні безпосередньо для виконання їх основної роботи. В аудиторській практиці розмір суттєвості може бути знайдений двома методичними шляхами:

1) дедуктивний, який полягає у визначенні загальної величини допустимого загального рівня суттєвості і подальшого її розподілу між статтями звітності;

2) індуктивний - спочатку визначається істотність окремих статей звітності, а потім на підставі підсумовування всіх оцінок розраховується загальна істотність в цілому.

Крім цього теорія аудиту та його закордонна практика має в своєму арсеналі кілька методичних прийомів розрахунку суттєвості при аудиті звітності, методологія яких представлена в таблиці 2.

Таблиця 2

Методичні прийоми розрахунку суттєвості під час аудиту фінансової звітності

Назва методу	Алгоритм	Переваги	Недоліки
Метод оцінки суттєвості як відсотка від значення базового показника	1) вибір базового показника (відповідно до МСА 320 - Доходу, Прибутку до оподаткування, Валового доходу, Валових витрат, розміру Капіталу або Чистих Активів); 2) визначення відсотка щодо значення базового показника (професійного судження аудитора); 3) розподіл величини суттєвої невідповідності між найбільш значущими статтями звітності з урахуванням питомої ваги статті (Дебетових або кредитових оборотів) в загальному підсумку.	- простота розрахунку; - сприяє дотриманню принципу економічності, доцільності.	- не враховує специфіку діяльності підприємства; - ймовірність невірного визначення порогу суттєвості (статті з високою питомою вагою в валюті балансу можуть мати незначні за розміром обороти і навпаки, статті з малою питомою вагою матимуть більші обороти).

Продовження таблиці 2

Метод визначення рівня суттєвості як середнього відсотка	Методика, за якою очікується, що невідповідності в показниках фінансової звітності є несуттєвими, якщо вони менше: - 5% від балансового прибутку - 2% від нетто-виручки - 2% від валюти балансу - 10% від розміру власного капіталу - 2% від сукупних витрат.	- простота розрахунку; - сприяє дотриманню принципу економічності, доцільності.	- не врахування специфіки діяльності підприємства; - не у всіх випадках може бути використаний (в Якщо рівні суттєвості мають досить значний діапазон або обрані базові показники не є вагомими або відсутні взагалі).
Визначення рівня суттєвості у взаємозв'язку з ризиком аудиту	Методика передбачає встановлення відносного рівня суттєвості у взаємозв'язку з ризиком системи обліку.	- в порівнянні з двома попередніми враховує людський фактор бухгалтера, то є потенційну можливість пропуску або помилки в облікових записах у всьому ланцюжку від первинного облікового документа до даних фінансової звітності в ході облікового відображення фактів господарської діяльності.	- розрахувати рівень суттєвості за статтею можливо тільки попередньо розрахувавши ризик системи обліку по цій же статті, що не завжди реально виконати на стадії планування аудиторської перевірки.
Метод нечіткої логіки (Fuzzy logic)	1) визначається рівень суттєвості; 2) визначається істотність фактор А; 3) визначаються фактори, що впливають на істотність статті (упущення, помилки) і присвоюється кожному з них ваговий коефіцієнт від 0 до 1; 4) виявляється сила впливу кожного фактора на основі експертної оцінки та присвоєння відповідних коефіцієнтів (від 0 до 1). 5) визначається значення суттєвості кожного фактора: шляхом множення сили його	- сприяє прийому більш обґрунтованих, зважених рішень щодо суттєвості статті; - враховує специфіку діяльності підприємства;	- складність розрахунку.

	впливу на ваговий коефіцієнт; б) визначається підсумковий показник суттєвості: максимальне значення з усіх значень суттєвості, отриманих по кожному фактору; 7) проводиться інтерпретація підсумкового значення суттєвості.		
--	---	--	--

Джерело: розроблено автором

Як показує практика, єдине процентне значення суттєвості не можна застосовувати для всіх суб'єктів господарювання. Тому деякі вчені схиляються до думки, що рівень суттєвості повинен визначатися розрахунково:

$$C(\%) = 2 + \left[1 + \sqrt{\frac{ГО}{СБ}} \right]$$

де С - відсоток суттєвості;

ГО - грошовий оборот по рахунках бухгалтерського обліку за звітний період (за даними підсумкового рядка оборотно-сальдової відомості);

СБ – сальдо балансу на кінець звітного періоду.

Недоліком вищенаведеної формули є те, що при будь-яких кількісних значеннях грошового обороту і сальдо балансу рівень суттєвості завжди перевищує 3%, проте не завжди доцільно встановлювати істотність помилок на такому рівні.

Навіть з огляду на існуючі можливості застосування загальноприйнятої практики, все одно в кожному окремо взятому випадку визначення рівня суттєвості залишається досить складним індивідуальним процесом при кожному складанні фінансової звітності за МСФЗ і подальшому аудиті за стандартами МСА. Вирішення цього завдання вимагає застосування високопрофесійних думок, які використовуються в моделях при визначенні індивідуальної суттєвості.

Список використаних джерел:

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності» - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_013#Text
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_020#Text
3. Міжнародний стандарт аудиту 320 «Суттєвість в аудиті»

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>
5. Новіченко Л. С. Актуальні питання визначення суттєвості в аудиті. Економіка та держава. 2020. № 6. С. 122–125. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.6.122
6. Чопляк Є. І. вплив фінансових показників на визначення межі суттєвості в аудиті. Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю: матер. IV міжнар. наук.-практ. конф. 2017. С. 212-214

*Ніколішина Галина Валентинівна
магістр факультету обліку та
аудиту, Вінницький національний
аграрний університет*

*Науковий керівник: Коваль Наталія
Іванівна, доцент кафедри обліку та
оподаткування в галузях економіки,
Вінницький національний аграрний
університет*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЗМІСТУ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ЗАРОБІТНА ПЛАТА»

У сучасних умовах організація оплати праці представляє собою складний та багаторівневий процес, у якому переплітаються інтереси всіх суб'єктів соціально-трудових відносин та механізми її формування і регулювання. З огляду на зазначені чинники, особливо актуальним стає питання вдосконалення механізму державного регулювання організацією оплати праці.

Актуальність розгляду даної теми зумовлено частковою зміною нормативної й документальної бази оплати праці на підприємствах. На сьогодні заробітна плата перестала бути стимулюючим фактором, що ускладнює мотивацію робітників до високопродуктивної праці.

Значний внесок у вивчення теорії, організації та методики обліку оплати праці, особливостей оподаткування та здійснили такі вітчизняні вчені-економісти, як Д.П. Богиня, Ф.Ф. Бутинець [1], О.С. Гусарова, М.М. Демченко, А. Л. Жуков, О. М. Калягіна, О. Кліжевська, Н. І. Коваль [2], В. С. Лень, Т. О. Мулик [4], А.А. Машевська [3], Н.Л. Правдюк, Т. Ф. Плахтій, М. С. Пушкар, Н. В. Потриваєва, С.Й. Радомський, П. Л. Сук, О.Ф. Томчук, І. Д. Фаріон, М. Д. Хома, Н. В. Шульга, І. М. Щирба, С. Юшко, Н.П. Юрчук [4] та інші.

Однак окремі теоретичні, організаційні та методичні питання обліку

оплати праці та її оподаткування залишаються дискусійними, потребують подальших наукових досліджень. Зокрема, це стосується уточнення понятійного апарату оплати праці, удосконалення методики обліку оплати праці відповідно до Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку (далі – П(С)БО) та Міжнародних стандартів фінансової звітності (далі – МСФЗ), формування процедур аналітичного обліку витрат на оплату праці, оптимізації їхньої структури, розробки методики оподаткування оплати праці [5; 6].

Уявлення про заробітну плату еволюціонували разом з розвитком економічної теорії, яка відображала соціально-економічні реалії та суспільну практику. Зрілість теорій заробітної плати визначалася, передусім, соціально-економічними умовами, що існували у суспільстві, а також основними положеннями домінуючої економічної думки, яка в узагальненому вигляді відображала тодішнє соціально-економічне життя і господарську діяльність.

А. Сміт в своїх працях досліджує теорію «фонду заробітної плати», при тому саме Дж.-С. Мілл більш докладно характеризує дану теорію, як застосування закону попиту та пропозицій до ринку праці, та пропонує розглядати економічні проблеми відповідно з такими фазами відтворення як: виробництво – розподіл – обмін – споживання в науковій праці «Основи політичної економії» [7].

Представник марксистської теорії протирічають теорії Мальтуса, не погоджуючись з твердженням, що робоча сила створюється завдяки обмеженню фонду людських благ [8].

В сорокові роки двадцятого століття поширюється кейнсіанська концепція оплати праці, основні засади якої були зосереджені на заробітній платі та зайнятості. Д. Кейнс зазначив чинники державного регулювання економіки у вигляді «теорії зайнятості», на базисі якої він розробив програму антикризової економічної політики. Вона заснована на так званому «принципі ефективного попиту» [8].

Отже, проаналізовані концепції теорій заробітної плати показують, що за своєю сутністю це складна і багатогранна економічна категорія.

В даний час у вітчизняній науці, як і серед вчених інших країн, немає єдиної думки про природу заробітної плати і її регулювання. Про різноманітність і навіть розмаїтті поглядів на економічний характер заробітної плати тією чи іншою мірою можуть свідчити деякі характерні визначення характеру заробітної плати як економічної категорії. Заробітна плата найчастіше інтерпретується як: ціна робочої сили (ціна праці); ціна послуг робочої сили; частка національного доходу або частка фонду споживання; ціна послуг праці; винагорода за працю; дохід працівника [6; 8].

Визначення та трактування сутності категорії «заробітна плата», систем оплати праці, управління та регулювання ними еволюціонувало на протязі часу представлено у таблиці 1.

**Визначення змісту поняття «Заробітна плата»
у літературних джерелах**

№ з/п	Автор	Визначення
1	Закон «Про оплату праці»	Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу
2	Брезицька К.Ф.	Заробітна плата – це плата за працю, а її величина - це ціна праці, яка визначається на ринку праці в результаті взаємодії попиту на конкретні види праці і її пропозицію. Заробітна плата являє собою винагороду, виражену як правило, у грошовому еквіваленті, яку згідно з трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу
3	Бутинець Ф.Ф.	Заробітна плата – оплата праці найманих працівників, яка виражає перетворену форму вартості і ціни робочої сили
4	Васильчак С.В.	Заробітна плата – це будь-який заробіток, обчислений у грошовому виразі, що його за трудовим договором власник, або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу або надані послуги
5	Дубовська О.В.	Заробітна плата – це грошовий вираз вартості і ціни робочої сили, який виплачується працівникові за виконану роботу або надані послуги і спрямований на мотивацію досягнення бажаного рівня продуктивності праці
6	Буряк П.Ю., Карпінський Б.А., Григор'єва	Заробітна плата – винагорода за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці (норми часу, виробітку, обслуговування, посадові обов'язки)
7	Калина А.В.	Заробітна плата – це частина доданої вартості у грошовій формі, яка в результаті його розподілу надходить працівникам залежно від кількості і якості затраченої ними праці
8	Колот А.М.	Заробітна плата – це економічна категорія, що відображає відносини між власником підприємства і найманим працівником з приводу розподілу новоствореної вартості
9	Н.Л. Вачевська	Заробітну плату визначається, як сума грошей (коштів), які працівник отримує за свою виробничу діяльність або за кількість виготовленої продукції чи матеріальних благ
10	Мочерний С.В.	Заробітна плата – це грошове вираження вартості і ціни товару робоча сила та частково результативності функціонування робочої сили

11	Пашута Н.	Заробітна плата – це об’єктивно необхідний для відтворення робочої сили та ефективного функціонування виробництва об’єм вираженої в грошовій формі основної частини життєвих засобів, що відповідає досягнутому рівневі розвитку продуктивних сил і зростає пропорційно підвищенню ефективності праці трудящих. Це не дохід, а витрати підприємства на відтворення трудових ресурсів на суспільне необхідному рівні
12	О.А. Дороніна	Під заробітною платою розуміють такий рівень оплати праці, що здатен забезпечити економічну свободу працюючій людині і його сім’ї; створює базові основи для систем соціального страхового захисту і соціального забезпечення
13	Усач В.Б.	Заробітна плата – винагорода, обчислена як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу
14	Швець Л.П.	Заробітна плата – це елемент витрат виробництва, і водночас головний чинник забезпечення матеріальної зацікавленості працівників у досягненні високих кінцевих результатів праці
15	Яременко Л.М	Заробітна плата – частина вартості у грошовій формі, яка в результаті його розподілу надходить працівникам залежно від кількості і якості затраченої ними праці
16	<i>Сформовано автором</i>	Заробітна плата – це винагорода за надані послуги робітником, яка відображає соціально-економічний стан в національній економіці та рівень життя у суспільстві, дає можливість працівникові отримати економічні, соціальні, культурні, медичні та усі інші необхідні блага, а також формувати заощаджувати на майбутнє.

Джерело сформовано на основі [1; 4; 6; 8]

Проведені дослідження ще раз підтверджує той факт, що заробітна плата є багатовимірною категорією, яку важко однозначно визначити.

Отже, підсумуємо зазначене вище. Деякі науковці ототожнюють поняття «оплата праці» та «заробітна плата». Насправді, це два різні терміни, перший означає можливість отримання винагороди, а другий – конкретну реалізацію цієї можливості. Тому, особливу увагу щодо організації заробітної плати необхідно зосереджувати між інтересами роботодавця і працівника. Який полягає у досягненні компромісу та сприяє розвитку відносин соціального партнерства між двома рушійними силами ринкової економіки.

Література:

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік. 5:те вид., доп. і перероб. Житомир: ПП «Рута», 2003. – 726 с.
2. Коваль Н.І. Сучасні проблеми обліку розрахунків з оплати праці. Н.І. Коваль, О.В. Чорнобров О.В. Збірник тез міжнародної науково–практичної інтернет – конференції «Реформування економічної системи країни в умовах фінансової нестабільності», 28 листопада 2014р. м. Тернопіль. С. 69 – 71.
3. Правдюк Н.Л. Рентабельність операційної діяльності підприємств: обліково-аналітичний аспект. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. № 12.2018.С.124-141.
4. Юрчук Н.П. Організація внутрішнього контролю обліку праці та її оплати на сільськогосподарських підприємствах. Н.П. Юрчук. *Інноваційна економіка* 1'2013 [39]. URL: file:///C:/Users/USER/AppData/Local/Temp/inek_2013_1_72.pdf.
5. Шульга Н.В. Облік і аудит розрахунків з оплати праці та аналіз ефективності використання трудових ресурсів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)». Н.В. Шульга. Київ, 2008. – 20с.
6. Закон України «Про оплату праці» від 24.03.1995 № 108/95-ВР. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/108/95>.
7. Политическая экономия: экономическая энциклопедия. Гл. ред. А.М. Румянцев. М.: Сов. энцикл., 1979. Т. 3. – 624 с.
8. Васюренко Л.В. Механізм державного регулювання організацією оплати праці в умовах глобалізації: дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03. Васюренко Лариса Валентинівна. ЛНАУ «Національна академія управління». Київ, 2019. - 533 с

Пінчук Тетяна Анатоліївна
кандидат економічних наук, доцент,
Херсонський національний технічний
університет

Янчукова Альона Сергіївна
магістр, Херсонський національний
технічний університет

РЕЄСТРАЦІЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ В ОРГАНАХ КАЗНАЧЕЙСТВА

Для здійснення своєї діяльності бюджетна установа (розпорядник бюджетних коштів) або установа, яка отримує кошти з бюджету (одержувач бюджетних коштів), бере на себе зобов'язання перед різними

організаціями, постачальниками та підрядниками про оплату за надані товари, виконані роботи або послуги.

Після отримання товарів, робіт та послуг установа на підставі укладеного договору здійснює платежі відповідно до взятих бюджетних зобов'язань, якщо інше не встановлено законодавством.

Для контролю за використанням бюджетних коштів на органи Казначейства покладені функції реєстрації та обліку зобов'язань, що бере на себе установа в процесі своєї діяльності.

Поняття термінів бюджетне зобов'язання, бюджетне фінансове зобов'язання, зобов'язання, фінансове зобов'язання наведено у БКУ та Порядку № 309.

Розпорядники бюджетних коштів беруть бюджетні зобов'язання в межах бюджетних асигнувань, установлених кошторисами (планами використання бюджетних коштів), з урахуванням планів асигнувань (за винятком надання кредитів з бюджету) загального фонду бюджету, планів надання кредитів із загального фонду бюджету, планів спеціального фонду бюджету (за винятком власних надходжень бюджетних установ та відповідних видатків), помісячних планів використання бюджетних коштів відповідно до статті 48 БКУ.

За спеціальним фондом бюджету розпорядники бюджетних коштів беруть бюджетні фінансові зобов'язання виключно в межах відповідних фактичних надходжень спеціального фонду бюджету (відкритих асигнувань (виділених коштів), залишків коштів на спеціальних реєстраційних рахунках розпорядників бюджетних коштів (в частині власних надходжень) та бюджетних асигнувань, встановлених кошторисами (планами використання бюджетних коштів) з урахуванням планів спеціального фонду бюджету (за винятком власних надходжень бюджетних установ та відповідних видатків), помісячних планів використання бюджетних коштів.

Розпорядники бюджетних коштів протягом 7 робочих днів з дати взяття бюджетного зобов'язання подають до відповідного органу Казначейства Реєстр бюджетних зобов'язань розпорядників (одержувачів) бюджетних коштів (далі - Реєстр) на паперових (у двох примірниках) та електронних носіях і оригінали документів або їх копії, засвідчені в установленому порядку, що підтверджують факт узяття бюджетного зобов'язання (п.2.2 Порядку № 309).

Розпорядники бюджетних коштів протягом 7 робочих днів з дати прийняття ними до виконання бюджетного фінансового зобов'язання, якщо інше не передбачено бюджетним зобов'язанням, подають до відповідного органу Казначейства Реєстр фінансових зобов'язань на паперових (у двох примірниках) та електронних носіях, а також оригінали документів або їх копії, засвідчені в установленому порядку, що

підтверджують факт узяття бюджетного зобов'язання та бюджетного фінансового зобов'язання (п.2.4 Порядку № 309).

Література:

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 р. № 2456-VI.
2. Порядок реєстрації та обліку бюджетних зобов'язань розпорядників бюджетних коштів та одержувачів бюджетних коштів в органах Державної казначейської служби України, затверджений наказом Мінфіну України від 02.03.2012 р. № 309.

*Рогозний Сергій Анатолійович
член Ради Федерації професійних
бухгалтерів та аудиторів України,
аспірант факультету обліку та
податкового менеджменту
Київського національного
економічного університету імені
Вадима Гетьмана*

АНАЛІЗ ПОРЯДКУ ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З ОРЕНДИ СІЛЬГОСПЗЕМЕЛЬ

Україна має значний земельний потенціал, який становить 5,7 % території Європи та найбільші в світі запаси чорнозему. Даний факт пояснює чому потрібно звертати увагу на нові знання у сфері обліку та оподаткування оренди земель сільськогосподарського призначення. В останні роки в Україні істотно розширились можливості договору оренди та відбулися суттєві зміни у міжнародних облікових стандартах, що здійснюють регулювання обліку оренди землі [1].

Загальні принципи методології й організації обліку орендних відносин в Україні регламентує Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 “Оренда” та Міжнародний стандарт фінансової звітності 16 „Оренда”. Тема обліку оренди землі є актуальною та потребує наповнення сучасними дослідженнями, саме цим і займаються науковці та практики: Р. Бруханський, Л. Воляк [3], В. Жук, О. Карпачова [2], С. Остапчук [3], П. Саблук, О. Ярмолюк [1] та ін.

Облік оренди розпочинається з моменту отримання земельної ділянки в оренду, саме тоді орендар повинен відобразити її на забалансовому рахунку Дт 01 «Орендовані необоротні активи» за нормативною грошовою оцінкою на дату початку оренди без наступної

переоцінки упродовж чинності договору навіть якщо ця оцінка переглядалась та індексувалась.

Щодо виплати орендної плати, то вона може бути в грошовій, натуральній або у відробітковій формі у розмірі, не меншому від 3% нормативної вартості земельної ділянки. Важливим чинником при формуванні орендної плати є попит на оренду даної земельної ділянки.

До собівартості реалізованої продукції включається плата за оренду земельних паїв та відображається у складі інших прямих витрат або у складі загальновиробничих з подальшим розподілом на виробничі пропорційно площі посівів.

Загалом оренда паю у фізичних осіб має свої особливості, які слід враховувати в організації системи обліку, а саме:

- нерегулярність і часто непередбачуваність часу і форми виплати;
- необхідність рівномірного (щомісячного) віднесення орендних платежів на витрати;
- необхідність утримання податку з доходів фізичних осіб та військового збору на дату виплати, а якщо є затримка з розрахунком – до 30 числа наступного місяця;
- можливість часткових або повних розрахунків у натуральній формі;
- значна кількість пайовиків з різними датами укладання та завершення договорів;
- необхідність розділяти передоплати сплачені на довгострокову і поточну частини;
- необхідність аналізу стан розрахунків на будь-яку поточну дату і суму до виплати до кінця року;
- можливість звернень орендодавців за виплатами на кілька місяців, а то й років вперед;
- необхідність контролювати нарахування і виплату орендної плати протягом терміну дії договору з метою уникнення порушень умов договору [2].

Відповідно, до вище перелічених особливостей обліку оренди земельних ділянок, підприємствами України, що ведуть облік за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку варто було б використовувати нові субрахунки: 185 «Довгострокова дебіторська заборгованість з оренди», 392 «Витрати по оренді до розподілу», 686 «Поточні розрахунки з оренди» (включаючи субрахунки другого рівня: 6861 «Поточні розрахунки з оренди – планові», 6862 «Поточні розрахунки з оренди»). Якщо враховувати запропоновані субрахунки, то облік розрахунків по оренді буде здійснюватися за таким алгоритмом:

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дт	Кт
1.	На початку кожного календарного року (або від дати укладення договору в поточному році) нараховано планову суму орендної плати до кінця календарного року (або дати закінчення договору, якщо вона настає раніше).	392	6861
2.	По мірі звернення пайовиків за орендою на протязі року проводиться списання планових сум орендної плати на суму наступних виплат з урахуванням податків.	6861	6862
3.	Нараховані до виплати суми підлягають оподаткуванню податком з доходів фізичних осіб (ПДФО) та військовим збором (ВЗ)	6862	641
4.	Якщо за погодженням сторін пайовик отримав в поточному році кошти наперед за період після поточного року, перевищення фактичних виплат над плановим слід віднести на субрахунок довгострокової дебіторської заборгованості.	185	6862
5.	По настанню нового календарного року необхідно буде перенести відповідну частину довгострокової дебіторської заборгованості в рахунок погашення планових нарахувань такого періоду.	6861	185

Також важливо розуміти, що в обліку розрахунків по оренді потрібно враховувати наступне:

- Коли виплата здійснюється у натуральній формі чи шляхом надання послуг, орендарі-платники ПДВ нараховують податкові зобов'язання з ПДВ на вартість такого продажу в рахунок оренди;
- Можливе кредитове сальдо планових нарахувань, що на кінець року підлягає оподаткуванню.
- Принцип рівномірності віднесення витрат буде дотриманий завдяки щомісячній амортизації рахунку 392 «Витрати по оренді до розподілу».

Подібну методику відображення орендних операцій в обліку було запропоновано Л.Р. Воляк та С.М. Остапчуком. Які для більш зручного відображення оренди земель на рахунках обліку пропонували запровадити субрахунок 533 «Зобов'язання з оренди земель сільськогосподарського призначення», а самі операції із відображення суми зобов'язань перед орендодавцем при укладенні договору оренди та постановки права оренди на баланс проводити через транзитний рахунок 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів», а саме: Дт 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів» Кт 533 «Зобов'язання з оренди

земель сільськогосподарського призначення» та Дт 122 «Права користування майном» Кт 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів» [3, с. 55].

На сьогодні важливо налагодити ефективну систему бухгалтерського обліку, оподаткування, укладання та розірвання договорів оренди землі, адже в умовах потужної міжнародної конкуренції інвесторів на ринку землі, земельні відносини повинні бути досконало розвинуті та систематизовані. Тому дане питання потребує подальших досліджень, щоб отримати відповідну базу для розробки належного методичного забезпечення.

Література:

1. Ярмолюк О. Ф. Особливості обліку оренди земель сільськогосподарського призначення в умовах застосування МСФЗ (IFRS) 16 «Оренда». Ефективна економіка. 2019. № 5. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7066> (дата звернення: 18.10.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.5.60
2. Рогозний С.А., Карпачова О.В. Оренда сільгоспземель: від договору до обліку Довідник Економіста. 2019. № 5, 2017. – URL: <https://www.hlb.com.ua/uk/2019/03/10/оренда-сільгоспземель-від-договору-д/>
3. Остапчук С. М., Воляк Л. Р. Сільськогосподарське землекористування в Україні: аналіз тенденцій розвитку та облікове відображення в умовах можливого запровадження ринку прав оренди. Облік і фінанси. 2016. № 4. С. 46-59.
4. Міжнародний стандарт фінансової звітності 16 «Оренда» (переклад українською мовою – 2018 рік). Міністерство фінансів України. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IFRS16-ukr_AH-compressed-1.pdf (дата звернення: 18.10.2020)

Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці



*Маринич Тетяна Олександрівна
кандидат економічних наук,
Сумський державний університет*

*Сотник Микола Іванович
доктор технічних наук, Сумський
державний університет*

ЕКОНОМЕТРИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ СПОЖИВАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ

У роботі досліджено взаємозв'язки між показниками споживання електроенергії та енергоефективності і макроекономічними, демографічними та кліматичними факторами в країнах, що розвиваються. Було використано панельні дані 1990-2018 років та методологію авторегресійних моделей розподіленого лагу (ARDL). Емпірично доведено двонаправлену каузальність між валовим внутрішнім продуктом (ВВП) та споживанням електроенергії на душу населення. Оцінено взаємовідношення між рівнем економічної свободи та структурою виробництва і споживання електроенергії.

Забезпечення зростаючого попиту на електроенергію за умов дотримання конкурентних ринкових цін та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище залишаються актуальними викликами для багатьох країн. Однією з умов реалізації ефективної енергетичної політики є розуміння причинно-наслідкових зв'язків між показниками енергетичного сектору, соціально-економічними, кліматичними та регулятивними чинниками. Прогнозування та сценарний аналіз є важливою складовою забезпечення результативності енергетичної політики.

Метою даного дослідження є емпіричний аналіз короткострокових та довгострокових взаємозв'язків між споживанням електроенергії на душу населення та трьома десятками різноманітних факторів, спираючись на дані 1990-2018 рр. з 21 країни колишнього СРСР та Варшавського пакту [1-3]. Статистичний аналіз та моделювання проведено у пакеті EViews [4].

У роботі використано методологію авторегресійних моделей розподіленого лагу (ARDL), що дозволяють оцінити короткострокові та довгострокові зв'язки:

$$\Delta y_{it} = \theta_i [y_{it-1} - \lambda_i' x_{it}] + \sum_{j=1}^{p-1} \xi_{ij} \Delta y_{it-j} + \sum_{j=0}^{q-1} \beta_{ij}' \Delta x_{it-j} + \varphi_i + \varepsilon_{it}, \quad (1)$$

де: y_{it} – панельні ряди, Δy_{it} – перші різниці y_{it} . x_{it} є k -вектором пояснювальних змінних. p, q – порядок лагу змінних. φ_i – константа. $\theta_i = -(1 - \delta_i)$ є індивідуальним для кожної країни коефіцієнтом пристосування до довгострокової рівноваги. $ECT = [y_{it-1} - \lambda_i' x_{it}]$ є рівнянням корекції помилки. ξ_{ij}, β_{ij}' є коефіцієнти короткострокової динаміки.

Додатково для аналізу динамічних зв'язків між змінними було проведено тестування згідно з підходом Думітреску та Хурліна [5]:

$$y_{it} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_{ik} y_{it-k} + \sum_{k=1}^K \pi_{ik} x_{it-k} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$x_{it} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_{ik} y_{it-k} + \sum_{k=1}^K \pi_{ik} x_{it-k} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

де K – порядок лагу змінних; γ_{ik} та π_{ik} – коефіцієнти залежної та пояснювальних змінних, що змінюються за крос-секціями та є постійними у часі.

У результаті моделювання за алгоритмами (1)-(3) було підтверджено, що у короткостроковій перспективі (від одного до трьох років) на рівень споживання електроенергії на душу населення найбільше впливають такі показники: ВВП та державні витрати на душу населення, рівень свободи згідно з [3], ціни на електроенергію, викиди CO_2 у атмосферу на душу населення, населення старше 65 років, рівень виробництва та споживання енергії з відновлюваних джерел. При цьому, каузальності не виявлено між споживанням електроенергії та середньорічною температурою, імпортом електроенергії, а також валовою доданою вартістю промисловості у ВВП. У той же час минулі значення споживання електроенергії на душу населення покращують прогнозування таких змінних, як: ВВП на душу населення, споживання енергії з відновлювальних джерел, середньорічна температура, викиди CO_2 у атмосферу.

Виявлено, що оцінки та знаки деяких коефіцієнтів моделей різняться для повної вибірки даних, що містить більшість країн з перехідною економікою, та вибірки, що містять дані виключно розвинутих країн. Це пояснюється більшою активністю країн з високим рівнем доходу у розвитку відновлюваної енергетики та впровадженню енергоефективних технологій, що зменшують негативний вплив на навколишнє середовище.

Рівняння (4)-(5) представляють моделі ARDL, оцінені для повної панелі даних та панелі країн, відповідно:

$$\begin{cases} \Delta \ln y_{it} = -0.24[0.72 \ln x_{it} + 0.19 \ln z_{it}] + 0.27 \Delta \ln x_{it} + 0.13 \Delta \ln z_{it} - 0.004 \\ \Delta \ln x_{it} = -0.10[-0.67 \ln y_{it} - 0.52 \ln z_{it}] + 0.21 \Delta \ln x_{it-1} + 0.52 \Delta \ln y_{it} + \\ + 0.10 \Delta \ln y_{it-1} - 0.10 \Delta \ln z_{it} + 0.06 \Delta \ln z_{it-1} + 0.16 \\ \Delta \ln z_{it} = -0.09[-0.59 \ln x_{it} + 0.60 \ln y_{it}] - 0.68 \Delta \ln x_{it} + 0.48 \Delta \ln y_{it} - 0.004 \end{cases} \quad (4)$$

$$\begin{cases} \Delta \ln y_{it} = -0.3[0.95 \ln x_{it} + 0.28 \ln z_{it}] + 0.17 \Delta \ln x_{it} + 0.03 \Delta \ln z_{it} - 0.21 \\ \Delta \ln x_{it} = -0.4[0.43 \ln y_{it} + 0.5 \ln z_{it}] + 0.23 \Delta \ln x_{it-1} + 0.4 \Delta \ln y_{it} + 0.03 \Delta \ln z_{it} + 0.6 \\ \Delta \ln z_{it} = -0.19[-2.08 \ln x_{it} + 2.31 \ln y_{it}] - 0.23 \Delta \ln x_{it} - 0.26 \Delta \ln y_{it} + 0.12 \end{cases} \quad (5)$$

де $\Delta \ln y_{it}$ – перші різниці логарифму споживання на душу населення, $\Delta \ln x_{it}$ – перші різниці логарифму ВВП на душу населення, $\Delta \ln z_{it}$ – перші різниці логарифму викидів CO_2 на одиницю ВВП.

Отримані нами оцінки показують, що у розвинутих країнах збільшення споживання електроенергії у довгостроковій перспективі призводить до збільшення ВВП на душу населення, у той час як у країнах, що розвиваються, навпаки, до його зменшення. Пояснення цього феномену часто криється у неефективному використанні енергетичних ресурсів та субсидіюванням відновлювальних джерел енергії в країнах, що розвиваються.

Результати дослідження вказують на необхідність збалансування та трансформації ринку електроенергії у напрямку підвищення ефективності споживання та виробництва електроенергії, розвитку інфраструктури відновлюваних джерел енергії, прозорих правил на ринку, економічно обґрунтованих цін та конкуренції. Робота може бути продовжена аналізом впливу економічних криз та циклічності на споживання електроенергії в країнах з різним рівнем розвитку.

Література:

1. World energy balances and statistics // International Energy Agency Forum [Electronic resource]. – Режим доступу: <https://www.iea.org/>. – Дата звернення: 12.05.2020.
2. World Bank Open Data // The World Bank [Electronic resource]. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/>. – Дата звернення: 12.05.2020.
3. Economic Freedom of the World: 2018 Annual Report // The Fraser Institute [Electronic resource]. – Режим доступу: www.fraserinstitute.org/studies/economic-freedom-of-the-world-2018-annual-report. – Дата звернення: 05.05.2020.

4. EViews 11. Innovative Solutions for econometric analysis, forecasting & simulation // EViews [Electronic resource]. – Режим доступу: <http://www.eviews.com/>. – Дата звернення: 03.06.2020.
5. Dumitrescu, E. I. Testing for granger non-causality in heterogeneous panels / E. I. Dumitrescu, C. Hurlin // Economic Modelling [Electronic resource]. – 2012. – Vol. 29, Issue 4, – P. 1450–1460. – DOI: 10.1016/j.econmod.2012.02.014. – Дата звернення: 17.06.2020.

*Якимець Владислав Сергійович
студент 4 курсу, кафедри економіко-
математичного моделювання,
Чернівецького національного
університету ім. Юрія Федьковича*

*Карпенко Юлія Олегівна
студентка 4 курсу, кафедри фінансів
та кредиту, Чернівецького
національного університету ім.
Юрія Федьковича*

ІНВЕСТИЦІЇ В ІТ-СФЕРУ ЯК ОДНА З ПЕРЕДУМОВ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Актуальність теми дослідження. Інвестування в ІТ-проекти, або в сферу інформаційних технологій, вже стало трендом завдяки бурхливому розвитку цієї галузі: щомісяця на ринку виникають сотні ІТ-компаній, але потреба в них не знижується. Навпаки, інформаційні технології стають все більш затребуваними, а процеси модернізуються.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий вклад у дослідження сфери інвестування в ІТ-сферу України, взаємовідносин між інвесторами та компаніями, розвитку ІТ-сфери внесли такі вчені, як Данилин А. [1], Сазонець О.М. [3], Шипунова О.В. [2].

Мета статті полягає у висвітленні поняття інвестування, необхідності розвитку інвестиційного ринку для подальшого розвитку ІТ-сфери в Україні; потреби у зростанні та розвитку ринку інформаційних технологій.

Основою для багатьох стартапів є бізнес-інкубатори, які займаються проектами в сфері ІТ. На платформі бізнес-інкубатора розміщуються проекти, потім планується захід, на якому проходять презентації з метою зацікавити інвесторів. Спонсори, які вирішили інвестувати в ІТ-проект,

при його розвитку отримують відсоток від прибутку, який заздалегідь обмовляється з організаторами стартапу [1].

Такі бізнес-інкубатори хороші не тільки тим, що дозволяють проектам і інвесторам знайти один одного. Вони також дають можливість познайомитися з колегами, обмінятися досвідом та ідеями. Часто в бізнес-інкубаторах зустрічаються люди, які потім організовують власний стартап. Для інвесторів бізнес-інкубатори зручні тим, що не доводиться витрачати час на пошук перспективних стартапів - все зібрано в одному місці.

На сьогоднішній день можна виділити такі основні типи інвестицій:

1) Купівля акцій компанії. Один з найпопулярніших видів інвестицій. В цьому випадку ви купуєте акції вже відомої, що має репутацію компанії, яку самі вибираєте. Це дозволяє знизити ризики, якщо порівнювати з вкладеннями в початкові проекти, які можуть закритися ще на початковому етапі.

2) Інвестиції в стартапи. Ризиковано, але привабливо. З одного боку, навіть якщо провести грамотний аналіз, не можна з упевненістю стверджувати, чи буде успішним проект - занадто велика кількість чинників на це впливає. Також потрібно багато терпіння, щоб серед безлічі неперспективних проектів знайти щось дійсно гідне.

3) Вкладення в гейм-індустрію. Ігри стають все складнішими і цікавішими, вони перестали бути розвагою для школярів і офіційно визнані одним з видів мистецтва. І в цьому випадку художник не хоче і не може бути голодним - без інвестора хорошу гру не зробити. Потрібно враховувати, що вартість продукту може бути не так вже й велика, якщо це, наприклад, гра для смартфона. Але такі стратегії націлені на масштабування, адже потенційно гру можуть завантажити сотні тисяч людей, і тоді навіть при малій вартості вона принесе хороший дохід [2].

Основними плюсами і мінусами інвестування в ІТ-сферу є:

Перший плюс - відносно невелика сума інвестицій. Щоб відкрити, наприклад, кафе, ресторан або магазин, потрібні величезні вкладення, які по кишені далеко не всім інвесторам, особливо початківцям. Що стосується ІТ-бізнесу, тут все набагато простіше і дешевше. Для старту компанії необов'язковий навіть офіс. Команда може працювати віддалено, синхронізуватися через таск-менеджери і месенджери. При подальшому масштабуванні можна набирати фрілансерів, це обійдеться дешевше, ніж наймати співробітника в штат, надавати йому робоче місце.

Другий плюс - великий потенціал. ІТ-індустрія дуже швидко росте, розвивається і не збирається знижувати темпи. Багато інвесторів, безсумнівно, сподіваються, що саме їх стартап здійснить справжній прорив. Але навіть якщо ідея не буде грандіозною, при хорошому виконанні вона буде приносити стабільний дохід.

Але є і мінуси, про які теж варто пам'ятати. В першу чергу, це величезна конкуренція. В таких умовах складно створити щось принципово нове: найчастіше ідеї підглядають у конкурентів. Чи буде продукт кращим або гіршим, ніж у інших, залежить від виконання, але навіть якісний проект в ІТ-індустрії складно просунути без реклами. Тому приготуйтеся до того, що будуть потрібні чималі вкладення в маркетинг.

По-друге, бажано мати досвід роботи в індустрії, а якщо його немає, вивчити матеріали у відповідних джерелах. Це потребує певних зусиль і часу [3].

Висновки. Таким чином, можна сказати що інвестиції в ІТ-сферу є однією з основних передумов економічного розвитку та зростання України. Наразі ринок інформаційних технологій тільки зростає. Наша країна потрапила під хвилю ІТ-технологій внаслідок чого в Україні створюються нові ІТ-компанії, перспективні та цікаві стартапи. Кожного року українські компанії приваблюють все більше іноземних інвесторів та отримують шанс заявити про себе на світовому ринку ІТ-технологій.

Література:

1. Данилин А. Архитектура и стратегия. Инь и Янь информационных технологий предприятия: навч. посіб. Москва, 2005. 504 с.
2. Сазонець О.М. Визначення ефективності інвестиційного проектування в інформаційні: навч. посіб. Київ, 2009. С. 148-151.
3. Шипунова О.В. Аналіз чинників ризику на різних етапах створення інформаційних систем: навч. посіб. Київ, 2006. 336 с.



*Гупаловська Мирослава Богданівна
кандидат економічних наук, доцент
кафедри фінансів ім. С.І. Юрія,
Західноукраїнський національний
університет*

*Лемик Валентина Андріївна
студентка, Західноукраїнський
національний університет*

ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ТА СУТНІСТЬ БЮДЖЕТНОГО КОНТРОЛЮ

Необхідним атрибутом існування держави є формування пріоритетів ефективного управління як державою загалом, так і окремими господарюючими одиницями. Для досягнення сталого розвитку економіки країни важливо організувати контроль за формуванням та використання фондів фінансових ресурсів на рівні як держави, так і окремих господарюючих суб'єктів.

Сьогоденні умови життя України сповнені труднощами щодо формування достатнього обсягу фінансових ресурсів в розпорядженні держави, необхідних для задоволення життєво важливих потреб суспільства вимагають вирішення питань оптимізації складу та структури доходів і видатків бюджету, ефективного та раціонального використання наявних коштів.

Бюджетний контроль – це різновид державного фінансового контролю, спрямований на забезпечення доцільності, законності, достовірності та раціональності дій учасників бюджетного процесу під час складання, розгляду, затвердження, виконання, внесення змін та звітування про виконання бюджетів усіх рівнів [1, с. 43].

Бюджетний контроль є матеріальним вираженням контрольної функції бюджету, об'єктивно зумовленою складовою процесу економічної діяльності та однією з функцій управління бюджетною системою. Бюджетний контроль охоплює тільки ті розподільчі процеси, які стосуються формування і використання централізованого фонду грошових ресурсів держави [2, с. 363-364].

Основною метою бюджетного контролю є перевірка своєчасності та повноти надходження коштів до бюджету, а також їх цільового та ефективного використання.

Найвагомішими завданнями бюджетного контролю, на нашу думку, є:

- запобігання прийняття управлінських рішень, які можуть призвести до здійснення бюджетних правопорушень;
- недопущення скоєнню бюджетних правопорушень та застосування інших превентивних заходів під час планування і виконання бюджету;
- виявлення бюджетних правопорушень і застосування заходів впливу до порушників бюджетного законодавства;
- розробка обґрунтованих пропозицій з удосконалення чинного законодавства, яке сприятиме повноті наповнення бюджетів усіх рівнів та ефективності використання бюджетних коштів.

Отже, бюджетний контроль є одним з найнеобхідніших атрибутів держави через який забезпечується своєчасність та повнота надходження бюджетних коштів, а також ефективність та законність їх використання.

Література:

1. Гупаловська М.Б. Бюджетний контроль: реалії сьогодення та шляхи вдосконалення. Фінансова система України. 2012. Вип. 20. С. 43-47.
2. Дем'янишин В. Г. Теоретична концептуалізація і практична реалізація бюджетної доктрини України : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2008, 496 с.

*Телегін Вадим Володимирович
ад'юнкт кафедри економіки та
фінансового забезпечення інституту
забезпечення військ (сил) та
інформаційних технологій
Національного університету оборони
України імені Івана Черняховського*

*Науковий керівник: Луцик Юлія
Олександрівна, кандидат
економічних наук, кафедра економіки
та фінансового забезпечення,
Національний університет оборони
України імені Івана Черняховського*

ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМУЛЮВАННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ

Ресурси держави сьогодні є однією із найбільш уживаних економічних категорій у понятійному апараті економічної науки, що стосується державного сектору. Однак, єдиної точки зору щодо змісту та сутності ресурсів досі не існує. Відповідно дане питання потребує подальшого дослідження і вивчення.

У широкому розумінні, ресурси – це все те, що індивід чи група можуть використовувати для впливу на інших. Однак таке трактування є загальним і не дозволяє диференціювати різні елементи політики (суб'єкт, об'єкт, засоби), оскільки в цьому випадку ресурсами є всі чинники, здатні на неї вплинути: власні якості суб'єкта, властивості об'єкта, ситуація, в якій перебуває суб'єкт, матеріальні та інші засоби впливу. За такого розуміння ресурсів втрачається їхня специфіка як самостійної, зазвичай матеріалізованої ланки моделі державної політики. З огляду на це, доцільним буде розглянути більш вузьке трактування ресурсів, їхнє розуміння як усіх затрат, необхідних для творення політики [1].

В умовах реформування економіки України, залучення мінімально необхідного обсягу ресурсів є визначальним чинником повноти забезпечення потреб об'єктів соціальної інфраструктури, дієвості державного регулювання суб'єктів господарювання, рівня матеріального й духовного добробуту населення, темпів розвитку інвестиційно-інноваційної сфери та зростання потенціалу країни загалом. Водночас, успішне функціонування фінансової системи пов'язано із результативним управлінням ресурсами держави, головна частина яких зосереджена у бюджетній системі. Її ефективність визначає дієвість урядової політики у сфері фінансів, створює передумови для забезпечення стабільності економіки та країни загалом.

Доцільно зазначити, що фінансові ресурси — сукупність коштів, що перебувають у розпорядженні держави та суб'єктів господарювання. Вони характеризують фінансовий стан економіки і водночас є джерелом її розвитку, формуються за рахунок різних видів грошових доходів, надходжень, відрахувань, а використовуються на розширене відтворення, матеріальне стимулювання, задоволення соціальних та інших потреб суспільства.

На думку, Стойко О.Я., фінансові ресурси держави – це цілісна система суспільних відносин, пов'язаних із формуванням, розподілом і використанням централізованих та децентралізованих фондів грошових коштів з метою виконання завдань і функцій держави [2].

Василик О.Д. вважає, що фінансові ресурси держави – це грошові фонди, що створюються в процесі розподілу, перерозподілу й використання валового внутрішнього продукту, який створюється упродовж певного часу в державі [3].

Учений Дехтяр Н.А. зазначає, що фінансові ресурси держави – це система економічних відносин з приводу формування і розподілу фінансових ресурсів суб'єктів державного сектору економіки для забезпечення їх ефективного розвитку, задоволення соціально-економічних потреб суспільства та дотримання належного рівня національної безпеки [4].

Савченко Т. Г. підкреслює, що фінансові ресурси держави як грошові нагромадження і грошові фонди створюються підприємствами,

об'єднаннями, організаціями, державою в порядку розподілу й перерозподілу суспільного продукту і національного доходу [5].

Здійснивши теоретичний аналіз поняття «фінансові ресурси» та дослідивши різні підходи до їх класифікації, можна дійти висновку, що дане поняття є надзвичайно багатограним і його слід розглядати комплексно. Виходячи з цього, можна запропонувати наступне визначення: фінансовим ресурсам держави — ресурси економічної системи, які знаходяться у розпорядженні держави, господарюючих суб'єктів і населення та утворені в процесі розподілу вартості суспільного продукту для задоволення різноманітних потреб суспільства, з одного боку, та сукупність відносин, які мають місце у зв'язку із виникненням та використанням фінансових ресурсів — з іншого.

Характерною рисою фінансових ресурсів є те, що вони, на відміну від грошових засобів, виражають не зміну форм вартості, а фінансовий результат процесу відтворення. Фінансові ресурси свідчать про наявні можливості економічного і соціального розвитку. Отже, фінансові ресурси мають певні критерії визначення (джерело створення, форму виявлення та цільове призначення) та характерні ознаки як економічної категорії і виражають фінансовий результат процесу відтворення.

Проаналізовані теоретичні підходи щодо сутності категорії «фінансові ресурси» дають змогу побачити всю багатогранність даного поняття. Дослідження історичної ретроспективи віддзеркалює розвиток фінансової науки та державних фінансів. Фінансові ресурси держави є вихідною категорією державного управління життя суспільства, ефективним знаряддям втілення державної політики, яка спрямована на забезпечення життєдіяльності суспільства, усунення вад ринкового механізму та стимулювання розвитку економіки загалом.

Література:

1. Фролова Т., Лук'яненко Л., Отченаш К. Фінансовий ресурс розвитку національної економіки: формування та пріоритетні напрями використання. *Міжнародна економічна політика*. 2016. №2(25). С. 126–155.
2. Стойко О.Я., Дема Д. І. Фінанси. Київ : Алерта, 2014. С. 432.
3. Василик О.Д. Государственные финансы : учебник. Киев : Центр учеб. литературы, 2004. 608 с.
4. Дехтяр Н.А., Дейнека О.В. Основи функціонування фінансів державного сектору як складової фінансової системи України. *Вісник УАБС*. 2009. № 1(26). С. 24-29.
5. Савченко Т.Г. Грошовий ринок: сутність, структура та інструменти. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2011. Вип. 31. С. 257–266.



*Колобердянко Іван Іванович
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної
економіки, природних ресурсів та
економіки міжнародного туризму,
Запорізький національний
університет*

*Чеховська Валерія Сергіївна
студентка, Запорізький
національний університет*

ВПЛИВ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Обсяги інвестицій відіграють важливу роль у розвитку держави, оскільки вони безпосередньо впливають на економічне зростання країни. Залучення коштів іноземних інвесторів у довгостроковому періоді підвищить конкурентоспроможність країни на міжнародному рівні. Такі інвестиції впроваджують новітні технології, підтримують малий та середній бізнес, що сприяє активізації інвестиційного процесу в цілому.

Але збільшення інвестицій не можливе без створення привабливого інвестиційного середовища в країні. На останнє помітний вплив справляє податкова система країни. Це потребує реформування фіскальної політики у напрямку створення привабливого інвестиційного середовища. При цьому не менш важливе значення має також боротьба з тіньовою економікою та подолання корупції, які підвищують ризики інвестування.

За 2019 рік в Україну надійшло 623978,9 млн. грн. капітальних інвестицій. Надходження від інвесторів-нерезидентів були одними з найменших (4663,9 млн. грн.). У порівнянні з 2018 роком обсяги інвестицій збільшилися на 45252,5 млн. грн., що складає 7,8% [1]. З погляду Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України приріст капітальних інвестицій зумовлений макроекономічною стабільністю, що, в свою чергу, зменшила інвестиційні ризики та підвищила інвестиційну привабливість країни. Цьому сприяли і фінансові результати підприємств за попередні роки та збільшення капітальних видатків у бюджет [2].

Задля залучення інвестицій можна ввести податкові пільги. Хоча міжнародні організації рекомендують скорочувати податкові пільги, проте

вони можуть позитивно впливати на розвиток економіки та підвищувати продуктивність у країнах із значним тіньовим сектором та ухиленням від податків. Але податкові пільги не мають великого значення при несприятливому інвестиційному кліматі. Адже нестабільність породжує додаткові витрати, збільшує рівень граничної ставки доходності інвесторів, зменшую довіру до податкових пільг [3]. З 2013 року держава надає підтримку суб'єктам інвестиційної діяльності, що вкладають кошти у пріоритетні галузі економіки, що визначені Законом України «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць» у вигляді пільгового оподаткування. У 2013-2017 рр. податок на прибуток не оподатковувався, а у 2018-2022 рр. він складав уже 8% [4].

Отже, щоб збільшити обсяги інвестування необхідно впроваджувати податкові стимули та пільги, які мають бути продуманими та ретельно спланованими, щоб не завдати шкоди економіці країни. Саме цьому має сприяти гнучка податкова політика з урахуванням інтересів інвесторів.

Література:

1. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 22.11.2020)
2. Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=d4d3a3cc-153b-413b-84d7-b67d9584f8bf&tag=KapitalniInvestitsii> (дата звернення: 22.11.2020)
3. Добрі, погані та негідні: як податкові стимули впливають на інвестиції. URL: <https://voxukraine.org/uk/dobri-pogani-ta-negidni-yak-podatkovyi-stimuli-vplivayut-na-investitsiyi/> (дата звернення: 22.11.2020)
4. Офіційний портал Державної фіскальної служби України. URL: <http://kh.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/print-89377.html> (дата звернення: 22.11.2020)

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНЕ СПРЯМУВАННЯ

Економіка, організація і управління підприємствами, галузями, комплексами

<i>Malik L.N.</i> THE MECHANISM OF MAINTENANCE OF ECONOMIC SAFETY OF GOVERNMENT PROGRAMS.....	3
<i>Matkovska Diana</i> STATE FINANCIAL CONTROL. ESSENCE AND MAIN DEVELOPMENT TRENDS.....	5
<i>Rusanjuk V.V.</i> STATE-PRIVATE PARTNERSHIP AS THE FORM OF REALIZATION OF GOVERNMENT PROGRAMS.....	7
<i>Глявіна А.А.</i> ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІД ЧАС ВІДДАЛЕНОЇ РОБОТИ.....	9
<i>Давидчук Сергій Миколайович</i> АНАЛІЗ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ.....	11
<i>Тахтамірова Марія Миколаївна</i> АНАЛІЗ ЧИННИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ У КОЛЕКТИВІ.....	13
<i>Ходюк Ольга Олегівна</i> ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПАТ «ЗЗБК ІМ. СВІТЛАНИ КОВАЛЬСЬКОЇ».....	16
<i>Царанкіна Марина Олегівна</i> МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	18
<i>Цупрова Вікторія Станіславівна</i> НАВЧАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ЗА ДОПОМОГОЮ E-LEARNING.....	20
<i>Шапрова Лоліта Олегівна</i> РЕІНЖИНІРИНГ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ.....	22

Менеджмент

<i>Шашко Вікторія Олександрівна, Дорошенко Сергій Анатолійович</i> ЩОДО ПИТАННЯ УХВАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ.....	24
--	----

Маркетинг

<i>Коноваленко Анастасія Сергіївна</i> СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ХАРЧУВАННЯ ДІТЕЙ.....	26
<i>Микуша Анна Дмитрівна</i> РЕКЛАМА ЯК ОСНОВНИЙ ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЧИННИК ВПЛИВУ НА ЛЮДИНУ.....	30
<i>Проскурніна Надія Вікторівна, Михайлова Юлія Олексіївна</i> АНАЛІЗ СУТНОСТІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ	32
<i>Ціхановська Олена Михайлівна, Волошенюк Людмила Анатоліївна</i> ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ.....	35
<i>Ціхановська Олена Михайлівна, Волошенюк Людмила Анатоліївна</i> ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	37
<i>Ціхановська Олена Михайлівна, Ковальчук Вадим Ігорович</i> МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ТА ЇЇ СТРАТЕГІЇ.....	39
<i>Ціхановська Олена Михайлівна, Лук'яненко Ірина Олександрівна</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ РЕКЛАМНИХ ОБРАЗІВ.....	42
<i>Ціхановська Олена Михайлівна, Острожжінська Юлія Олександрівна</i> ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ.....	44

Бухгалтерський облік, аналіз і аудит

<i>Єремян Олена Михайлівна, Гладішева Ганна Ігорівна</i> СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	46
<i>Кириленко Наталія Олександрівна</i> ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ВИКОНАННЯ КОШТОРИСУ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ.....	48
<i>Матковська Діана Анатоліївна</i> МЕТОДИКА РОЗРАХУНКУ РІВНЯ СУТТЄВОСТІ В АУДИТІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ.....	52

Ніколішина Галина Валентинівна ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ
ЗМІСТУ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ЗАРОБІТНА
ПЛАТА».....58

Пінчук Тетяна Анатоліївна, Янчукова Альона Сергіївна
РЕЄСТРАЦІЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ В ОРГАНАХ КАЗНАЧЕЙСТВА.....62

Рогозний Сергій Анатолійович АНАЛІЗ ПОРЯДКУ ОБЛІКУ
ОПЕРАЦІЙ З ОРЕНДИ СІЛЬГОСПЗЕМЕЛЬ.....64

Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці

Маринич Тетяна Олександрівна, Сотник Микола Іванович
ЕКОНОМЕТРИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ СПОЖИВАННЯ
ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ В КРАЇНАХ З ПЕРЕХІДНОЮ ЕКОНОМІКОЮ.....68

Якимець Владислав Сергійович, Карпенко Юлія Олегівна ІНВЕСТИЦІЇ
В ІТ-СФЕРУ ЯК ОДНА З ПЕРЕДУМОВ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
УКРАЇНИ.....71

Банківська справа. Гроші, фінанси і кредит

Гупаловська Мирослава Богданівна, Лемик Валентина Андріївна
ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ТА СУТНІСТЬ БЮДЖЕТНОГО
КОНТРОЛЮ.....74

Телегін Вадим Володимирович ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМУЛЮВАННЯ
СУТНОСТІ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ.....75

Податкова система. Бюджетна система

Колобердянко Іван Іванович, Чеховська Валерія Сергіївна ВПЛИВ
ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ
ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....78

ЮРИДИЧНЕ СПРЯМУВАННЯ

Теорія та історія держави і права. Філософія права. Історія політичних і правових вчень

Колісник Владислав Васильович ВЕРХОВЕНСТВО ПРАВА – ЯК ОСНОВОПОЛОЖНИЙ ПРИНЦИП ПРАВОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ.....3

Соколова Ірина Олександрівна ПРАВозАСТОСОВЧИЙ АКТ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА.....4

Юркевич Михайло Васильович ПРАВОВА ОХОРОНА ЛІСІВ В АВСТРІЙСЬКОМУ ЛІСОВОМУ ЗАКОНІ 1852 Р.....9

Конституційне право. Конституційне процесуальне право. Міжнародне право

Maksurov Alexey Anatolevich COORDINATING RULES OF LAW IN THE LEGISLATION ON THE INTERNAL AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF BULGARIA.....15

Давиденко Олександр Ігорович ПРАВОВОВИЙ СТАТУС ЄС В ГЕНЕРАЛЬНІЙ АСАМБЛЕї ООН.....16

Петрук Алла Анатоліївна ФАКТОРИ, ЩО ОБУМОВЛЮЮТЬ ФРАГМЕНТАЦІЮ МІЖНАРОДНОГО ПРАВА.....19

Цивільне та сімейне право. Цивільне процесуальне право. Комерційне право. Житлове право. Зобов'язальне право. Міжнародне приватне право. Трудове право та право соціального забезпечення

Глевацький Владислав Васильович ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТРУДОВОГО ПРАВА НА СУЧАСНЕ ТРУДОВЕ ПРАВО.....22

Дмитренко Артем Миколайович ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЦИВІЛЬНИХ ВІДНОСИН У ПРОФЕСІЙНОМУ ФУТБОЛІ.....24

Калитовська Софія Олегівна КОМПЕНСАЦІЯ І ВІДШКОДУВАННЯ ЗБИТКІВ ІНОЗЕМНИМ ІНВЕСТОРАМ ЯК ДЕРЖАВНА ГАРАНТІЯ ЗАХИСТУ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ.....25

***Ковалевська Анастасія Геннадіївна* ОСОБЛИВОСТІ СУБ'ЄКТНОГО СКЛАДУ ЗА ДОГОВОРОМ ПОБУТОВОГО ПІДРЯДУ28**

***Кротенко Віталій Васильович* ЗАЙНЯТІСТЬ НАСЕЛЕННЯ – ОДНА ІЗ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ СЬОГОДЕННЯ.....29**

***Писаренко Марина Олександрівна* ДО ПИТАННЯ ПРО ДІЄВІСТЬ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПИТАНЬ ВИКОРИСТАННЯ Й УПРАВЛІННЯ КОМУНАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ.....31**

***Хільчук Марія Іванівна* ПІДСТАВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ НАБУТТЯ КОРПОРАТИВНИХ ПРАВ.....34**

**Кримінальне право. Кримінальне процесуальне право.
Криміналістика. Кримінологія. Кримінально-виконавче право.
Судоустрій. Правоохоронні органи, прокуратура та адвокатура**

***Миргород Віолетта Олегівна, Володіна Оксана Олександрівна* НЕЗАКОННЕ ПОЗБАВЛЕННЯ ВОЛІ АБО ВИКРАДЕННЯ ЛЮДИНИ: СКЛАД КРИМІНАЛЬНОГО ПРАВОПОРУШЕННЯ, КВАЛІФІКУЮЧІ ОЗНАКИ.....39**

***Шептовицька Анна Артурівна* СОЦІАЛЬНІ УМОВИ, ЯК ДОМІНУЮЧИЙ ФАКТОР У ФОРМУВАННІ ОСОБИ ЗЛОЧИНЦЯ.....42**

Адміністративне право. Адміністративне процесуальне право. Митне та податкове право. Муніципальне право

***Дрига Дмитро Андрійович* ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ВЗАЄМОДІЇ НАСЕЛЕННЯ І МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ: ПРАВОВІ АСПЕКТИ.....45**

***Коссе Дмитро Дмитрович* ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ЄДИНОГО СТАНДАРТУ АВТОМАТИЧНОГО ОБМІНУ ПОДАТКОВОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....48**

***Пристінська Катерина Олександрівна* КОМПЕТЕНЦІЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ У СФЕРІ БОРОТЬБИ З НЕЗАКОННИМ ОБІГОМ НАРКОТИЧНИХ ЗАСОБІВ ТА ПСИХОТРОПНИХ РЕЧОВИН.....52**

Екологічне право. Земельне право. Аграрне право

Бузунко Олена Анатоліївна СУДОВИЙ ЗАХИСТ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРАВ ЛЮДИНИ.....56

Палійчук Володимир Богданович ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ПРАКТИКИ ЄСПЛ ПРИ ВИРІШЕННІ ЗЕМЕЛЬНИХ СУДОВИХ СПОРІВ.....60

Романівський Вадим Іванович ІНОЗЕМНІ ОСОБИ ЯК СУБ'ЄКТИ ПРАВА ВЛАСНОСТІ НА ЗЕМЛЮ.....63

Шумара А.А., Корнєєв Юрій Валентинович ВІДНОВЛЕННЯ ЗЕМЕЛЬ ЯК РІЗНОВИД ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН.....67

Господарське право. Господарське процесуальне право. Фінансове право. Банківське право

Рогозін Денис Андрійович ПРАВОВИЙ СТАТУС КРИПТОВАЛЮТ В КРАЇНАХ-СУСІДАХ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....71

Рогозний Сергій Анатолійович ОСОБЛИВОСТІ УКЛАДАННЯ ДОГОВОРУ ОРЕНДИ СІЛЬГОСПЗЕМЕЛЬ.....74

Соколова Яна Анатоліївна ДЕЯКІ ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ІНСТИТУТУ ВІДНОВЛЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ.....77

Інтелектуальна власність та його захист. Інформаційне право

Вей Олег Андрійович ПРО РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЇХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ.....84

Костенко Ірина Валентинівна ПРОБЛЕМИ ОХОРОНИ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.....87

Підписано до друку 04.12.2020р.
Формат 60х84/16. Папір офсетний. Друк на дублікаторі.
Умов.-друк. арк. 4,5. Обл.-вид. Арк 4,95.
Тираж 80 прим.

Громадська організація «Наукова спільнота»
46027, Україна, м. Тернопіль, вул. Загребельна, 23
Ідентифікаційний код 41522543
тел. 0979074970
E-mail: rusenkos@ukr.net

Віддруковано ФО-П Шпак В.Б.
Свідоцтво про державну реєстрацію № 073743
СПП № 465644
Тел. 097 299 38 99
E-mail: tooums@ukr.net

www.spilnota.net.ua

П'ятдесят другі економіко-правові дискусії

25 листопада 2020 р.

**Матеріали міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

