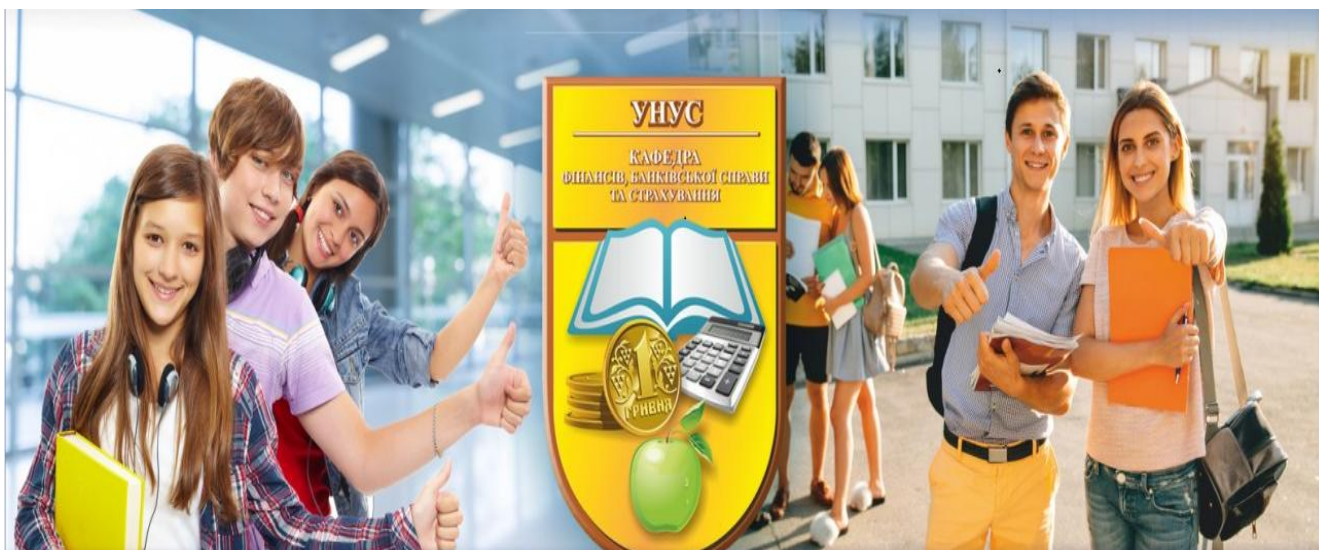


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА



**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ ІV ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

***«Розвиток фінансово-кредитних систем: виклики
сьогодення»***

6-7 червня 2023 року

Умань 2023

*Рекомендовано до друку вченою радою факультету економіки і підприємництва Уманського національного університету садівництва
(протокол №7 від 27.06.2023 року)*

Редакційна колегія:

Нестерчук Ю.О. – д.е.н., професор, декан факультету економіки і підприємництва;
Непочатенко О.О. – д.е.н., професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Мальований М.І.** – д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи Уманського НУС; **Прокопчук О.Т.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Лиса Н.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Власюк С.А.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Ролінський О.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Бечко П.К.** – к.е.н., професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Гузар Б.С.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Мельник К.М.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Барабаш Л.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Бондаренко Н.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Колотуха С.М.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Улянич Ю.В.** – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС; **Пташник С.А.** – к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Уманського НУС.

Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Розвиток фінансово-кредитних систем: виклики сьогодення», 6-7 червня 2023р. Уманський НУС. Умань. 99 с.

Відповідальність за достовірність цифрового матеріалу, фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори надісланих матеріалів. Висловлені у цих матеріалах думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань.

ЗМІСТ

<i>СЕКЦІЯ 1. Економіко-теоретичні аспекти розвитку фінансово-кредитних систем</i>	7
Андрусішина І. В. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА ОПОДАТКУВАННЯ	7
Андрусішина Н. В. ЕВОЛЮЦІЯ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ	9
Барабаш Л.В., Катеринич А.М. РАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ПІЛЪГ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ	11
Барабаш Л.В., Щербань С.А. АКТУАЛЬНІ МЕХАНІЗМИ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС	13
Беновська Л.Я., Ставицький М.В. ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ	15
Білошанка В.С., Т.Д. Кривошлик РОЗВИТОК СТРАХОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА РЕГУЛЯТОРНИЙ ВПЛИВ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКУ НА НЬОГО	16
Бондаренко Н.В., Грицак О.І. ТРАНСФОРМАЦІЯ КРЕДИТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ	18
Боровик П.М., Удовенко І.О., Шемякін М.В., Кирилюк В.П. МІНІМАЛЬНЕ ПОДАТКОВЕ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ З АГРОУГІДЬ: РИЗИКИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ В ПЕРІОД ВІЙНИ	20
Власюк С.А., Луценко А.С. ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «BLOCKCHAIN» В АГРОСТРАХУВАННІ	22
Григоренко О.В. СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ МЕТИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	24
Мельник К.М., Дульський М.М. ВІЙСЬКОВІ ОБЛІГАЦІЇ: ЇХ РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ В ЕКОНОМІЦІ	26
Власюк С.А., Наливана О.Г. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ З ВИКОРИСТАННЯМ ЕКОНОМІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАХУВАННЯ	28
Власюк С.А., Цибульський А.А. БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ	30

Ролінський О.В., Власюк С.А., Лозовська В.О.	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ	31
Ролінський О.В., Власюк С.А., Махиня А.С.	34
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ	
Ролінський О.В., Власюк С.А., Параскун І.О.	35
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРИНГУ В АГРАРНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ	
Коблик І. І.	
ІНСТРУМЕНТИ ТА ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В БОРГОВІЙ ПОЛІТИЦІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ	37
Мельник К.М., Запорожець В. О.	
СПІВРОБІТНИЦТВО ЄВРОПЕЙСЬКОГО БАНКУ РЕКОНСТРУКЦІЇ ТА РОЗВИТКУ З УКРАЇНОЮ	39
Нестор О.Ю.	42
ПЛАН МАРШАЛЛА ЯК ІНВЕСТИЦІЙНА ОПЕРАЦІЯ	
Мельник К.М., Олійник А.І.	44
БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	
Очеретяна О.В.	
СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЯК ЧИННИК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	46
Колотуха С.М., Переполка В.Ю.	
ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ АГРАРНОГО КРЕДИТУВАННЯ	48
Прокопчук О.Т.	50
СУТНІСТЬ МИТНОЇ ПОЛІТИКИ	
Радченко О.Д., Зінчук А.В.	
ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІСКАЛЬНОГО МЕХАНІЗМУ: ВПЛИВ НА БЮДЖЕТНУ ПІДТРИМКУ АГРОСЕКТОРУ УКРАЇНИ	52
Ролінський О.В., Власюк С.А., Махиня А.С.	54
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ	
Ролінський О.В., Власюк С.А., Параскун І.О.	56
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРИНГУ В АГРАРНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ	
Ролінський О.В., Параскун І.О.	57
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРИНГУ В АГРАРНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ	
Мельник К.М., Шпірко В. Ю.	59
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ	
Улянич Ю.В.	
РИНОК СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ	61

<i>СЕКЦІЯ 2. Інноваційна та інвестиційна діяльність в умовах розвитку глобальних процесів економіки України</i>	64
Ковтун Л. А. КРАУДФАНДИНГ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ	64
Ткач Л.Л., Дендебера О.П. ІННОВАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ	66
Чеховська В.В., Кущик А.П. УКРАЇНСЬКІ КОМПАНІЇ НА РИНКУ ІРО	68
Нестерчук Ю.О., Синенко І.М. УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК СКЛADOVA ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ	70
<i>СЕКЦІЯ 3. Облік та оподаткування діяльності суб'єктів господарювання: проблеми та напрями удосконалення</i>	73
Мірошніченко Є.М. ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ	73
<i>СЕКЦІЯ 4. Сучасний маркетинг: проблеми, гіпотези, дослідження</i>	76
Бирка О.А. ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	76
Іваненко В.О., Христенко А.В. ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	77
Макаринська О.В. КОДУВАННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ ПРИ ІМПОРТІ В УКРАЇНУ ЗГІДНО УКТ ЗЕД	80
Романюк І.А. ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙ КОМПАНІЙ	82
<i>СЕКЦІЯ 5. Економічна та фінансова безпека бізнесу</i>	85
Копійка С.В. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: БЕЗПЕКОВИЙ АСПЕКТ	85
Лайчук С.М., Зузанська В.А. ЗАГРОЗИ БЕЗПЕКИ БІЗНЕСУ	87

<i>СЕКЦІЯ 6. Методи та технології обліку, аналізу та управління підприємствами в умовах трансформаційної економіки</i>	90
Микитюк О. І. ВІДМІННОСТІ У ПРОЕКТУВАННІ ПРОДУКТУ ТА ПОСЛУГИ В ОПЕРАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ	90
Семенчук І.В., Синчак В.П. ДЕЯКІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	92
Ступницька С.П. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК МЕТОД ОТРИМАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ	94
<i>СЕКЦІЯ 7. Особливості ділового іноземного мовлення в сучасному фінансово-економічному середовищі</i>	97
Пономаренко О.В. СТРАТЕГІЇ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ В УМОВАХ КОМПЕТЕНТІСНО-МОДУЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ	97

СЕКЦІЯ 1. Економіко-теоретичні аспекти розвитку фінансово-кредитних систем

**ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ТА
ОПОДАТКУВАННЯ**

Андрусішина І. В., здобувачка освіти першого рівня (бакалавр)

Науковий керівник – Барабаш Л. В., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Оподаткування є важливою складовою економічної політики будь-якого уряду, за допомогою якого формуються фінансові ресурси для фінансування державних послуг та інфраструктури, а також для вирішення різноманітних соціальних та економічних проблем. І однією з необхідних умов його реалізації є розробка дієвої податкової політики, що вимагає врахування низки факторів, зокрема економічні умови, соціальні та політичні пріоритети та потреби різних верств населення, необхідність збалансування потреби у збільшенні доходів із бажанням мінімізувати тягар оподаткування.

Оподаткування – це процес встановлення й утримання податків у країні, визначення їхніх розмірів і ставок, відповідних об'єктів і кола юридичних і фізичних осіб, що підлягають оподаткуванню, а також порядок сплати податків [1]. Податкова політика стосується набору принципів, правил і вказівок, що регулюють адміністрування та збір податків. Розвиток податкової політики й оподаткування є постійним викликом для урядів, оскільки вони прагнуть збалансувати потребу збільшення доходів із бажанням стимулювати економічне зростання та сприяти соціальному добробуту.

Крім того, податкова політика часто відображає політичні міркування та може бути піддана впливу цілого ряду зацікавлених сторін, включаючи підприємства, групи особливих інтересів і окремих осіб. Це може зробити розробку податкової політики суперечливим процесом, коли різні групи відстоюють власні інтереси та пріоритети.

Оподаткування також має важливі наслідки для економічного зростання та розвитку. Його високий рівень може перешкоджати інвестиціям і економічній діяльності, тоді як низький рівень може призвести до недостатнього доходу для державних послуг та інфраструктури. Тому уряди повинні ретельно збалансувати потребу в отриманні прибутку з бажанням сприяти економічному зростанню та розвитку [2].

Останніми роками саме податкова політика стає все актуальнішою проблемою як на національному, так і на міжнародному рівнях. Оскільки економіки стають більш взаємопов'язаними, рішення щодо податкової політики, прийняті в одній країні, можуть мати далекосяжні наслідки для інших країн, потенційно призводячи до небажаних наслідків і конфліктів.

Наразі існує кілька проблем, пов'язаних з розвитком податкової політики й оподаткуванням, а саме [3]:

1. **Складність:** податкова політика та системи оподаткування можуть бути надзвичайно складними та важкими для розуміння, що може ввести в оману платників податків і ускладнити дотримання законодавства, а також створити лазівки до уникнення сплати належної частки податків.

2. **Справедливість:** один із фундаментальних принципів оподаткування, відповідно до якого воно має бути чесним і справедливим. Однак визначити, що абсолютна справедливість може ускладнити податковий процес, а податкова політика, що не сприймається як справедлива, може призвести до громадського невдоволення та опору.

3. **Економічний вплив:** податкова політика здійснює значний вплив на економіку, причому як негативний, так і позитивний. Наприклад, високі податкові ставки можуть перешкоджати інвестиціям і створенню робочих місць, тоді як податкові стимули можуть стимулювати економічне зростання. Розробка податкової політики, яка збалансувала б доходи та економічне зростання, може бути складною.

4. **Міжнародна конкуренція:** у світі, що дедалі більше глобалізується, країни конкурують одна з одною за залучення бізнесу й інвестицій. Податкова політика може відігравати значну роль у цій конкуренції, оскільки деякі країни пропонують низькі ставки податків або інші стимули для залучення інвестицій. Це може створити тиск на інші країни, щоб вони знизили свої податкові ставки або ризикують втратити бізнес та інвестиції.

5. **Політичні міркування:** на податкову політику часто сильно впливають політичні міркування, такі як необхідність заспокоїти певні електорати або отримати дохід для фінансування державних програм. Це може призвести до політики, що не обов'язково є оптимальною з точки зору економіки чи справедливості.

6. **Відповідність:** платники податків повинні дотримуватися податкового законодавства та нормативних актів, що може потребувати багато часу та витрат. Складність податкового законодавства та труднощі з дотриманням можуть сприяти помилкам і похибкам у розрахунках, які можуть призвести до штрафів і штрафів. Крім того, деякі платники податків можуть намагатися уникнути або ухилитися від сплати податків, а це створить тягар для податкової системи та зменшить отримання доходів.

Отже, розробка податкової політики та оподаткування є складним і непростим завданням, що потребує ретельного розгляду низки факторів. А пошук правильного балансу між збільшенням доходів і мінімізацією тягаря для платників податків, одночасно забезпечуючи справедливість і справедливість, є основою успіху всього податкового процесу та постійним викликом для політиків у всьому світі.

Список використаних джерел:

1. Оподаткування. URL: <https://uk.wikipedia.org/> (дата звернення: 07.04.2023).
2. Прийняття податкового кодексу як шлях до ефективності системи оподаткування України. URL: <https://minjust.gov.ua/> (дата звернення: 07.04.2023).
3. Проблеми розвитку податкової політики та оподаткування: Монографія. За заг. ред. проф. Ю. Б. Іванова. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. 448 с.

ЕВОЛЮЦІЯ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

Андрусішина Н. В., здобувачка освіти першого рівня (бакалавр)

Науковий керівник – Барабаш Л. В., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Оподаткування є важливою складовою фінансової системи кожної країни. Протягом останніх століть відбувалася еволюція оподаткування, в результаті якої змінювалися не тільки методи збору податків, але й самі податки.

У минулому оподаткування зазвичай зводилося до збору податків зі здобутку, власності та торгівлі. Однак з розвитком економіки та зміною соціальних умов з'являлися нові види податків, такі як податок на додану вартість, екологічні податки та податки на трансферти.

Еволюція оподаткування в Україні відзначена значними змінами після здобуття країною незалежності в 1991 році. До здобуття незалежності Україна була частиною Радянського Союзу, а її податкова система була розроблена для підтримки централізованого планування радянської економіки. Після здобуття незалежності Україна почала перехід до ринкової економіки та розвиток власної податкової системи [1].

1. Етапи еволюції оподаткування в Україні

Етапи	Характеристика
Ранній період незалежності (1991–1995)	У перші роки незалежності Україна успадкувала радянську податкову систему, що базувалася на централізованій системі збору податків. Проте у 1991 році уряд запровадив Закон «Про податки і збори», який встановив децентралізовану систему збору податків. Основними податками були податок на доходи фізичних осіб, податок на прибуток підприємств і податок на додану вартість.
Період податкової реформи (1996–2010)	У 1996 році Україна запровадила комплексну програму податкової реформи, спрямовану на модернізацію податкової системи та створення сприятливішого середовища для бізнесу. Основні зміни включали спрощення податкового адміністрування, зниження податкових ставок і розширення податкової бази. У цей період уряд також запровадив нові податки, такі як акцизи та екологічні податки.
Криза та період відновлення (2011–2014)	У 2011 році український уряд запровадив низку податкових змін, спрямованих на збільшення доходів і скорочення дефіциту бюджету. Однак ці зміни зазнали широкої критики з боку компаній та інвесторів, які стверджували, що вони були надто обтяжливими та складними. У результаті уряд був змушений відмовитися від деяких змін. У 2014 році країну охопила серйозна економічна криза, що призвела до різкого скорочення податкових надходжень.
Останні реформи (2015 і дотепер)	За останні роки в Україні було здійснено низку реформ, спрямованих на покращення податкового адміністрування та підвищення прозорості. Серед основних змін – запровадження системи електронного адміністрування податків, спрощення процедур оподаткування та зменшення кількості податків. Крім того, уряд доклав зусиль для боротьби з ухиленням від сплати податків і покращення дотримання податкового законодавства.

Незважаючи на всі проведені реформи, Україна продовжує стикатися з проблемами збору податків. Поширене ухилення від сплати податків і корупція сприяють значним обсягам тіньової економіки. А тривалий конфлікт на сході України, анексія Криму росією і повномасштабне вторгнення ще більше ускладнили податкову ситуацію, оскільки в різних частинах країни діють різні податкові режими.

Майбутня податкова реформа в Україні повинна бути зосереджена на спрощенні податкового кодексу, зниженні податкових ставок і вдосконаленні податкового адміністрування для стимулювання економічного зростання та зменшення тягаря для підприємств і фізичних осіб. Для цього знадобляться політична воля та сильні інституції з метою забезпечення ефективного впровадження податкових реформ і рівномірного розподілу переваг ефективнішої податкової системи між населенням.

Водночас слід наголосити, що такі зміни цілком можливі, адже з початку повномасштабного вторгнення урядом були застосовані актуальні заходи у сфері оподаткування, що послабили податковий тиск як на підприємців, так і вплинули на рівень цін основних ресурсів, зокрема палива.

Отже, еволюція оподаткування в Україні відзначена значними змінами з моменту здобуття країною незалежності в 1991 році. Хоча було досягнуто багато успіхів, таких як перегляд податкових ставок за різними податками та запровадження електронного адміністрування податків у 2015 році, ще є проблеми, які потрібно вирішити.

Наразі податкова ситуація залишається неоднозначною, а зусилля по боротьбі з ухиленням від сплати податків і корупцією мають бути примножені заради досягнення позитивного результату. Майбутня податкова реформа в Україні повинна бути зосереджена на спрощенні податкового кодексу, зниженні податкових ставок і вдосконаленні податкового адміністрування для стимулювання економічного зростання та зменшення тягаря для підприємств і фізичних осіб.

Список використаних джерел

1. Податкова система України. URL: <https://uk.wikipedia.org/> (дата звернення: 07.04.2023).

2. Ярошенко Ф. О., Павленко В.В., Павленко В.П. Історія податків та оподаткування в Україні: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / за заг. ред. А. М. Подоляки. К. : ДП «Вид. дім «Персонал», 2012. 416 с.

3. Дянков С. Реформа податкової системи в Україні: досвід Болгарії. *Економічна правда*. 26 грудня 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/26/695426/> (дата звернення: 07.04.2023).

РАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ПІЛЬГ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Барабаш Л.В., к.е.н., доцент

Катеринич А.М., здобувач вищої освіти першого
(бакалаврського) рівня

Уманський національний університет садівництва

Раціоналізація пільг з податку на доходи фізичних осіб означає зміну або обмеження пільг, що використовуються для розрахунку оподаткованого доходу громадян. Це може бути зміна розміру пільг, зменшення їх кількості або часткові обмеження застосування щодо певних категорій громадян.

Раціоналізація податкових пільг з податку на доходи фізичних осіб може досягати кількох цілей, зокрема:

1. Спростити систему оподаткування доходів фізичних осіб шляхом спрощення розрахунків та зменшення витрат на адміністрування.

2. Збільшити надходження до державного бюджету через підвищення рівня дієвості пільг і розширення податкової бази сприятимуть зростанню показника соціального забезпечення. Окремим позитивним моментом має стати зменшення кількості фактів ухилення від сплати податків.

3. Підвищення рівня соціальної справедливості: раціоналізація пільг з податку на доходи фізичних осіб передусім повинна бути спрямована на забезпечення зменшення нерівності в обсягах доходів і підвищення рівних можливостей для громадян.

Зазначена вище раціоналізація пільг з податку на доходи фізичних осіб може бути досягнута шляхом внесення змін до законодавства, запровадження нових правил розрахунку податку, зміни розміру або умов надання пільг. Однак конкретні заходи для обґрунтування пільг з податку на доходи фізичних осіб можуть відрізнятися залежно від політичних, економічних і соціальних умов конкретної країни.

Однією з основних пільг податку на доходи фізичних осіб є податкова соціальна пільга. Згідно зі змістом частини першої статті 169 Податкового кодексу України, податкова соціальна пільга – це право платника податку на доходи фізичних осіб зменшити розмір свого загального місячного оподаткованого доходу у вигляді заробітної плати (премій, компенсацій, заохочень тощо). від одного роботодавця. Можливість оформлення даної пільги обмежена місячним доходом працівника [1].

З 1 січня 2023 року збільшується розмір прожиткового мінімуму для працездатних осіб, а відтак і збільшуються розміри податкових соціальних пільг, що застосовуються до доходів працівників у вигляді заробітної плати та податку на доходи, що з них справляється.

Згідно оновлених показників, розмір податкової соціальної пільги з 1 січня 2023 року становить 1342 грн ($2684 \times 0,5$) і, як зазначено у законодавстві, протягом року змінюватися не буде. Гранична межа, що дозволяє одержання податкової соціальної пільги, у 2023 році становить 3760 грн ($2684 \text{ грн} \times 1,4$). Тобто граничний дохід для оформлення податкової

соціальної пільги нижчий за мінімальну заробітну плату (3760 грн. < 6700 грн.), а тому правом на неї можуть скористатися лише окремі категорії працівників, доволі вузьке коло. Це можливо за таких умов, коли працівники:

- не виконують місячну норму праці;
- утримують двох і більше дітей (фактично при мінімальному обсязі доходу (тобто за наявності двох дітей – 7520 грн (3760 грн x2)));
- працюють на неповний робочий день.

Міжнародний досвід раціоналізації податкових пільг з податку на доходи фізичних осіб відрізняється в різних країнах. Узагальнюючи його, варто виокремити заходів, вжитих деякими країнами:

1. Спрощення системи соціального забезпечення: окремі країни раціоналізують свої системи соціального забезпечення, зменшивши кількість пільг до обмеженого переліку або замінивши індивідуальні пільги загальними стандартними податковими пільгами.

2. Зменшення розмірів допомоги: у деяких випадках держава зменшує розмір допомоги або встановлює максимальну суму, на яку можна претендувати на допомогу. Це дозволяє обмежити бюджетні витрати на пільги та забезпечити більшу фінансову стабільність податкової системи.

3. Обмеження на отримання пільг: деякі країни встановлюють обмеження на отримання пільг для певних категорій громадян або певних видів доходу. Наприклад, певні пільги можуть бути доступні лише малозабезпеченим громадянам або певним секторам економіки.

4. Коригування податкових структур: у деяких випадках країни раціоналізують інтереси, змінюючи самі податкові структури. Наприклад, можуть бути запроваджені нові податкові ставки або змінені порогові значення податкових ставок, щоб зменшити переваги пільг.

5. Посилення контролю й управління: деякі країни надають перевагу заходам, спрямованим на уникнення зловживань і неправильного використання пільг з податку на доходи фізичних осіб.

Таким чином, варіантів раціоналізації пільг з податку на доходи фізичних осіб є досить небагато. Але варто пам'ятати, що всі вони мають бути спрямовані на посилення соціальної справедливості в оподаткуванні. Особливо – у воєнний і післявоєнний час.

Список використаних джерел

1. Податковий Кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 2 груд. 2010 р. № 2755-VI. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

2. Податкова соціальна пільга на дітей у 2023 році: хто і коли може скористатися. Профспілка працівників освіти і науки України. URL: <https://pon.org.ua/novyny/10066-podatкова-socialna-pilga-na-ditei-u-2023-roci-khto-i-koly-mozhe-skorystatsia.html>

АКТУАЛЬНІ МЕХАНІЗМИ ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС

Барабаш Л.В., к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Щербань С.А., здобувач освіти третього рівня (доктор філософії)

Уманський національний університет садівництва

Післявоєнний період у країнах, що зазнали руйнівного впливу війни, завжди складний. Адже на перший план виходять потреби відновлення та відбудови, що вимагають значних фінансових вкладень. А власні ресурси, необхідні для таких цілей, держава має можливість акумулювати переважно у вигляді податкових надходжень. В Україні це свідчить про те, що у повоєнний період необхідний прискіпливий перегляд існуючої податкової системи та механізмів її функціонування, що замикають сферу впливу на певних галузях чи сферах діяльності. Відтак це однозначно вимагатиме впровадження механізмів оподаткування, що сприятимуть економічному відродженню, відбудові та сталому розвитку

Згідно з дослідженням Міжнародного валютного фонду (МВФ) під назвою «Податкова політика в постконфліктних і крихких ситуаціях» [1], країни, які вийшли з конфлікту чи війни, стикаються з унікальними проблемами у відбудові своєї економіки та створенні стабільної фіскальної системи. саме тому важливим є запровадження таких механізмів оподаткування, які відповідають конкретним потребам післявоєнного періоду.

Як вважають автори зазначеного вище дослідження, ключовими акцентами трансформації податкової системи країн, що зазнали руйнівного впливу збройних конфліктів, мають стати залучення інвестицій, стимулювання місцевого бізнесу та забезпечення соціальної стабільності. Перше покликане швидко та відносно безболісно для платників податків відновити та вдосконалити економічний потенціал країни; друге – спонукати до відродження територій з якнайменшим залученням фінансових ресурсів з боку держави; третє має стати гарантом планомірної відбудови власними силами на основі справедливості та рівнозначної підтримки різних верств і груп населення.

Дослідниками було наведено й базові позиції податкових механізмів, що мають реалізовуватися для досягнення поставлених цілей. Так, зокрема, для забезпечення податкового сприяння інвестиціям слід включити до податкового механізму даної сфери запровадження податкових пільг, зокрема таких, як знижені ставки корпоративного податку або податкові канікули. Це допоможе залучити як вітчизняних, так і іноземних інвесторів до участі у реконструкції певних галузей і сфер діяльності. Окремо слід врахувати, що даний стимул має бути спрямований на заохочення довгострокових інвестицій, створення робочих місць і передачу технологій, сприяючи економічному зростанню, екологічній доцільності та диверсифікації сфер діяльності та підприємницьких ініціатив.

Не менш важливе значення має стимулювання місцевого бізнесу. Зважаючи на позитивні результати реформи децентралізації влади, що триває в Україні, підтримка місцевого бізнесу має вирішальне значення для відновлення економіки після війни. З даного ракурсу необхідне запровадження податкової політики, що надає пріоритет малим і середнім підприємствам. Зважаючи на наявні і відпрацьовані механізми справляння єдиного податку, слід зосередитися на спрощенні процедур податкового адміністрування, зниженні податкового тягаря для стартапів і стимулювання розвитку сільськогосподарського підприємництва. Це може сприяти створенню нових форм підприємницької взаємодії, як-от сільськогосподарських профільних, або галузевих, або територіальних кооперативів, численнішому впровадженню інновацій і формування вищого рівня зайнятості на місцях.

Найболючішим, однак, мабуть, найнеобхіднішим питанням є забезпечення соціальної стабільності. Післявоєнні суспільства часто відчувають високий рівень нерівності та соціальної дислокації, а також їм притаманне завищене почуття справедливості. Для задоволення усіх зазначених потреб необхідним є запровадження прогресивних податкових заходів, що перерозподіляють багатство та ресурси справедливіше: прогресивні ставки податків, звільнення від оподаткування певних груп або категорій товарів, перегляд бази оподаткування з коригуванням кола платників тощо. Це може підвищити рівень соціальної згуртованості та зменшити диспропорційні розриви між найбагатшими та найбіднішими верствами населення. Крім того, необхідним є запровадження цільових податкових пільг для вразливих верств населення та надання стимулів для бізнесу соціально відповідальної практики, що може допомогти вирішити соціальні проблеми та сприяти інклюзивності.

Варто зазначити, що повоєнний період дає Україні шанси не лише кардинально переглянути податкові механізми стимулювання, а й вибудувати кардинально новий тип податкової системи, пріоритетами якого мають стати: - посилення податкового адміністрування та правозастосування шляхом підвищення спроможності та ефективності податкових органів; - спрощення та раціоналізація податкової системи: скасування застарілих або надлишкових податків, гармонізація податкових ставок, запровадження чітких, прозорих і зрозумілих податкових норм; - сприяння розвитку конкурентоспроможного бізнес-середовища за рахунок зниження податкових ставок, особливо для малих і середніх підприємств (МСП), і впровадження цільових податкових пільг для окремих секторів або регіонів; - боротьба з ухиленням від оподаткування та агресивним податковим плануванням.

Список використаних джерел

1. Mario Mansour and Mr. Jean-Luc Schneider (2019) How to Design Tax Policy in Fragile States. Volume 2019: Issue 004. International Monetary Fund. 29 p. DOI: <https://doi.org/10.5089/9781513508153.061> URL: <https://www.elibrary.imf.org/view/journals/061/2019/004/article-A001-en.xml> (дата звернення 03.06.2023)

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ

Беновська Л.Я., Ставицький М.В.

Війна негативно вплинула на активність бізнесу, що призвело до падіння попиту бізнесу на кредити, а банки, в свою чергу, уникаючи ризиків, посилили стандарти кредитування для бізнесу. Відбулось зростання частки непрацюючих кредитів. Однак банківська система країни зуміла перелаштуватись до нових умов, ставши мобільнішою та діджиталізованою, проте кредитування розвитку бізнесу базувалось на державній підтримці, а частка інвестиційних кредитів звелась до мінімуму. Зросла роль держави, як основного кредитора реального сектору економіки. Ця тенденція відображається у прирості кредитів за державною програмою «Доступні кредити 5-7-9», що відбувся у всіх регіонах, (найбільше у центральних) на фоні зниження інших видів кредитів.

У перший рік війни половина працюючих гривневих кредитів бізнесу (понад 200 млрд грн.) - були пільгові кредити Державної програми «Доступні кредити 5-7-9». Кредити за державною програмою «Доступні кредити 5-7-9» мали стимулюючий вплив, адже у 2022 році діяли пільгові ставки в 0% та 3%. Це сприяло приросту кредитів навіть у регіонах, де ведуться бойові дії чи частина території є окупованою – темп зростання 146,3 %.

Більше половини (53 %) обсягу виданих кредитів за державною програмою «Доступні кредити 5-7-9» у лютому 2023 році були у сфері сільського господарства, 24 % торгівлі, 14 % - промисловості і лише 2% у сфері будівництва. Особливістю «аграрних» кредитів малого та середнього бізнесу є їх сезонність, що ускладнює роботу банківських установ.

Під час війни змінились напрямки за якими видавались кредити - зменшилась частка інвестиційних кредитів. Якщо до війни вона становила - 11,2%, то під час війни знизилась до 0,1%. В час війни в пріоритеті стали кредити на підтримку посівної, антивоєнний (рис.1).

Зауважимо, що до війни на найбільшу суму підписано антикризових кредитів (проти ковідні), а після війни – антивоєнні. Ці типи кредитів надавали новим позичальникам, як обігові та вони виконували роль пере кредитування клієнтів. Такий підхід допомагав банкам та зменшував тиск на клієнтів, але не мав впливу на економічне зростання, збільшення ВВП.

З ціллю скорочення державних видатків у березні 2023 р. Кабміном прийнято Постанову №229 «Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо надання фінансової державної підтримки суб'єктам підприємництва», в якій уряд по-суті оптимізував державні програми «Доступні кредити 5-7-9%» та «Доступний фінансовий лізинг 5-7-9%», адже було скасовано компенсаційні ставки за кредитами на рівні 0% - 3% річних, та введено мінімальну ставку для бізнесу на рівні 5%, максимальну на рівні 9 %.

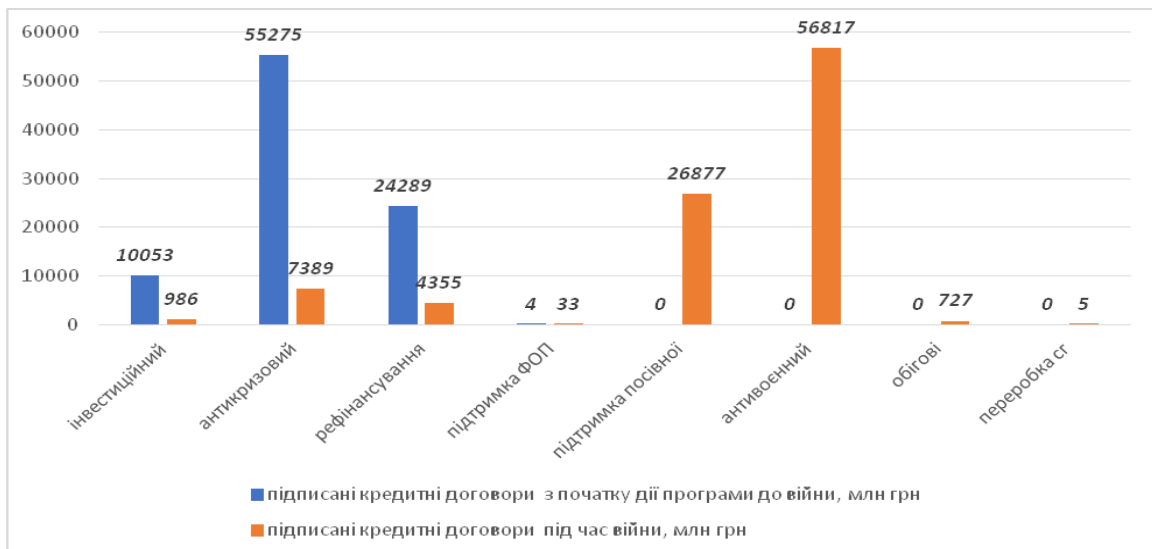


Рис.1 Напрямки виданих кредитів за державною програмою «Доступні кредити 5-7-9» до та під час війни, 2022р.

Джерело: [1]

Таке рішення дозволить оптимізувати витрати держбюджету на фінансування зазначених програм відповідно до викликів часу, але негативно відобразиться на економічному розвитку.

Отже доцільно зробити висновок, що за стабільністю кредитування бізнесу в умовах війни стоїть державна підтримка. Водночас під час війни зросла роль державних банків, які виступили основними кредиторами малого та середнього бізнесу.

Список використаних джерел

1. Інформація про результати державної програми доступні кредити 5-7-9. Фонд розвитку підприємництва. URL: <https://bdf.gov.ua/uk/informaciya-pro-rezultati-derzhavnoji-programi-dostupni-krediti-5-7-9>.

РОЗВИТОК СТРАХОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА РЕГУЛЯТОРНИЙ ВПЛИВ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКУ НА НЬОГО

В.С. Білошапка, к.е.н., доцент

професор кафедри банківської справи та страхування
Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана,

Т.Д. Кривошлик, к.е.н., доцент

професор кафедри банківської справи та страхування Київський
національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,

Страховий ринок України зазнав відчутних змін в умовах воєнного стану, адже страхові випадки тепер складно передбачити, а страхові ризики зросли в декілька разів. Тим не менш, провайдери ринку роблять все можливе, щоб громадяни України мали страховий захист, попри небезпеку, що прийшла в наш дім.

Основна цінність, яку страхові компанії України відчутно посилили в умовах воєнного стану, – це гнучкість та «реактивна» швидкість прийняття рішень. Довоєнні шаблони часто не працюють, стандартних «правильних» рішень іноді не існує у принципі. Тож рішення приймаються по совісті та відповідальності. Наприклад, у перші місяці війни було відстрочення платежів для клієнтів із КАСКО, а страхові події фіксувалися без виклику поліції, ґрунтуючись виключно на довірі клієнтам – для їхньої безпеки.

Говорячи про ключові проблеми розвитку страхового ринку України на сьогоднішній день і прогнози на майбутнє, насамперед виділимо зниження попиту як з боку корпоративних клієнтів, так і фізичних осіб. Безумовно, це не унікальна проблема страхового ринку, проте саме вона породжує невизначеність у страховій діяльності. Падають збори – треба оптимізувати витрати. Скорочення персоналу або відмова від будь-яких ресурсомістких процесів – веде до зростання операційних ризиків, зникають гнучкість та оперативність прийняття рішень. А це зрештою призводить до ще більшого скорочення продажів.

За результатами проведеного дослідження, виділимо 4 ключові проблемні напрямки, про які повідомляють учасники страхового ринку під час війни:

- 1) труднощі, пов'язані із зарубіжним перестраховуванням;
- 2) проблеми, пов'язані з автостраховуванням, які виникли через падіння продажів нових машин, скорочення обсягів кредитування, порушення логістичних ланцюжків, зростання цін на автомобілі та автозапчастини, а також їхній дефіцит.
- 3) падіння попиту та платоспроможності клієнтів у результаті війни;
- 4) інфляційне зростання збитків за всіма видами страхування та загальне збільшення витрат підприємств страхового бізнесу за всіма статтями, включаючи фонд оплати труда.

Як найбільш уразливий сегмент страхового ринку, на нашу думку, можна назвати добровільне страхування майна. Висока невизначеність, пов'язана з траєкторією розвитку економіки під час війни, безпосередньо впливає купівельну спроможність населення та його поведінкові звички.

Загальні тенденції та параметри розвитку страхового ринку визначає та регулює центральний банк. Впродовж 2023 року на страховому ринку відбуватиметься налаштування бізнес-процесів, пов'язаних із набранням чинності з 1 січня 2024р. Закону України «Про страхування» [1], та адаптацією до вимог нового Закону «Про ОСЦПВ» [2].

Завдяки регуляторному впливу центрального банку досягається розвиток платоспроможного, стійкого та прозорого страхового ринку, здатного виконувати зобов'язання перед клієнтами. Вимоги регулятора постійно адаптуються до потреб часу і поточних умов. Зокрема, НБУ для забезпечення стабільності страхового ринку в 2022 р. надав страховим компаніям певні регуляторні та наглядові послаблення. Ці заходи дозволили страховикам легше пройти період високої волатильності на фінансових ринках, адаптуватися до довгострокових структурних змін, а також зберегти

свою фінансову стійкість та платоспроможність, надаючи громадянам та бізнесу якісні страхові послуги. Послабленнями різною мірою скористалося близько половини учасників страхового ринку. Для більшості з них загальний ефект від застосування заходів підтримки є помірним. Це означає, що страховики готові впоратися зі скасуванням більшості з діючих послаблень.

Для підтримки прийнятного рівня доходу та його підвищення страхові компанії активно використовують цифрові технології. Це сприяє індивідуалізації взаємодії з клієнтами, і страховики можуть запропонувати їм нові, нестандартні продукти та послуги. Процеси цифровізації повинні враховуватися і центральним банком при регулюванні страхового ринку, щоб визначити доступність страхових послуг, конкурентну ситуацію на ринку, дозволяючи точніше розрахувати страховий ризик та фінансову стійкість.

Підкреслюючи значний позитивний вплив регуляторних заходів центрального банку, на завершення вкажемо, що великого значення набуває і супровід клієнта при настанні страхової події. Потрібна зацікавленість та співчуття – тобто «людяність» сервісу. Не всі страхові події можна стандартизувати, тим більше, під час воєнного стану, коли відчутний запит клієнтів на якісний (інколи навіть – нестандартний) сервіс. Саме такий сервіс актуалізується, щоб допомогти вирішити проблеми клієнта у нелегкий час. Тому найближча перспектива страхового ринку – це поєднання ІТ-рішень із професійною емпатією експертів.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про страхування» від 18.11.2021 № 1909 ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20#Text> (дата звернення 24.05.2023)
2. Новий закон про ОСЦПВ підвищить рівень захисту автовласників. URL: <https://mtsbu.ua/ua/presscenter/news/171678/> (дата звернення 26.05.2023).

ТРАНСФОРМАЦІЯ КРЕДИТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Бондаренко Н.В., к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Грицак О.І.

здобувач третього рівня вищої освіти (доктор філософії)

Уманський НУС

Оцінка різних підходів до визначення кредитного ринку вказує на те, що деякі автори фокусуються лише на одному аспекті цього явища, а саме на об'єктах або суб'єктах ринкових відносин. Це призвело до таких визначень поняття «кредитний ринок» як: сфера ринкових відносин, де накопичуються, розподіляються та перерозподіляються кредитні ресурси; або як сукупність фінансових інститутів, які здійснюють операції, пов'язані з кредитуванням.

Банківська система, що є частиною кредитного ринку, виконує дві основні функції: трансформаційну та стабілізаційну. Кредитний ринок є системним сформованим інститутом, що сполучає велику кількість тих хто

надає кредит і їх бере, між якими існують організаційно оформлені взаємовідносини. Природа ризиків, що існують на кредитному ринку, є об'єктивним та їх вплив може бути результатом комбінації або компенсації ризиків, які спільно несуть два чи кілька учасників ринку. Серед таких ризиків можуть бути процентний ризик та ризик ліквідності. Існує також наступна група ризиків, яка формується на кредитному ринку під впливом ризиків, що виникають на інших ринках. Наприклад, валютний ризик, який пов'язаний з ресурсами та міжнародний ризик. Ці ризики накопичуються під впливом валютного ринку, ринку кредитних або банківських ресурсів, міжнародного фінансового ринку та його окремих сегментів.

Основний обсяг кредитних ресурсів на українському кредитному ринку формується в межах банківської системи завдяки активній діяльності банків у процесах надання кредитів. Банки, як у ролі кредиторів, так і у ролі позичальників на кредитному ринку, формують залучений капітал банківського сектору, який представляє собою отримані кредитні ресурси.

Серед системних причин, які стримують кредитування банками України, можна вбачити високий ступінь відсоткових ставок, який обумовлений жорсткою монетарною політикою Національного банку України, велику частку проблемної кредитної заборгованості, наявність альтернативних інструментів з низьким ризиком розміщення кредитних ресурсів банків (зростання інвестицій в державні облігації та сертифікати Національного банку), незадовільну структуру залучених коштів, що ускладнює умови кредитування, повільний темп відновлення капіталізації банків (рис.1).

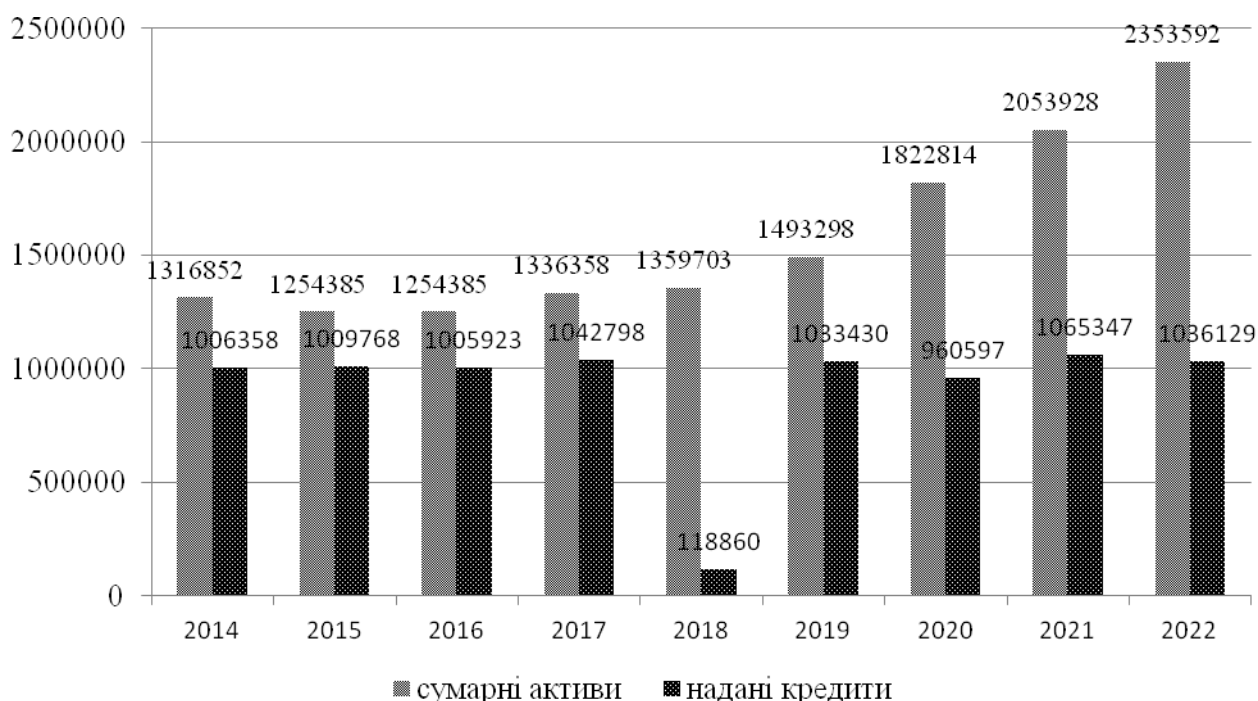


Рис. 1. Обсяги кредитів, наданих клієнтам та активи банків України у 2014-2022 роках

У побудові кредитного портфеля превалюють кредити, надані нефінансовому корпоративному сектору, які складають 77,6% від загального

обсягу. Кредити, надані на споживчі цілі, становлять 21,1% від загального обсягу, тоді як кредити іншим секторам складають незначну частку – трохи більше 1%. У той же час, протягом останніх п'яти років, динаміка величини кредитного портфеля практично не змінювалась, з незначним нахилом до зменшення елементу корпоративних кредитів і збільшення частини кредитів, наданих пересічним українцям.

За типом позичальника, кредитний ринок традиційно поділяється на дві категорії: ринок корпоративного кредитування і ринок роздрібного кредитування, який також часто називають ринком споживчих кредитів. Оскільки споживання переважно відноситься до фізичних осіб, які є позичальниками на роздрібному ринку кредитування.

Головною справою нинішнього кредитного ринку України є нестабільність національної валюти та зростання темпів інфляції. У таких умовах зазвичай надається перевага іноземній валюті, яка є світовою резервною валютою або валютою, яка користується високим рівнем довіри. Для України такою валютою є американський долар. Незважаючи на те, що долар не є офіційним платіжним засобом в Україні, більшість великих угод, таких як купівля нерухомості та цінних рухомих майнових цінностей, здійснюється у доларах. Це призвело до формування бімонетарної системи в Україні, яка має певні негативні наслідки.

МІНІМАЛЬНЕ ПОДАТКОВЕ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ З АГРОУГІДЬ: РИЗИКИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ В ПЕРІОД ВІЙНИ

Боровик П. М., к. е. н., доцент,

доцент кафедри геодезії, картографії і кадастру,

Удовенко І. О., к. е. н., доцент,

доцент кафедри геодезії, картографії і кадастру,

Шемякін М. В., к. с.-г. н., доцент,

доцент кафедри геодезії, картографії і кадастру, Уманський НУС;

Кирилюк В. П., к. с.-г. н., доцент,

доцент кафедри географії та методики її навчання,

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

В 2023 році фізичні та юридичні особи, у власності, чи користуванні яких є сільськогосподарські угіддя, вперше сплачують так-зване мінімальне податкове зобов'язання (МПЗ) [1]. За своєю сутністю, це граничний обсяг податків, який повинні сплатити за агроземлі землевласники та землекористувачі. Особливістю сплати МПЗ є те, що воно сплачується лише в тому разі, якщо річна сума сплачених землевласником чи землекористувачем податків є меншою від розрахункової величини мінімального податкового зобов'язання.

Розмір мінімального розрахункового податкового зобов'язання обчислюється, в більшості випадків, множенням нормативної грошової

оцінки земельної ділянки з урахуванням коефіцієнта індексації на умовний коефіцієнт у розмірі 0,05 та на кількість місяців перебування земельної ділянки в оренді, власності, чи користуванні, а також діленням отриманої величин на 12 місяців року [2]. Зважаючи на те, що розмір земельного паю в середньому по Черкаській області – 2,7 га [3], а нормативна грошова оцінка 1 га сільгоспугідь в середньому по Черкащині 33642 грн [4], середня величина мінімального податкового зобов'язання з земельного паю на території регіону відповідає 4541,67 грн ($2,7 \cdot 33642 \cdot 0,05 \cdot 12 / 12$).

Варто зазначити, що на період військових дій з агроугідь, розташованих на територіях, тимчасово окупованих московитами, або розміщених на лінії зіткнення, норма щодо МПЗ тимчасово не застосовується.

При цьому сума загального МПЗ порівнюється із розміром сплачених протягом звітного року податкових виплат та витрат на сплату орендної плати за земельні ділянки, до яких відносять лише єдиний податок; податок на прибуток підприємств; податок на доходи фізичних осіб та військовий збір з фізичних осіб, які перебувають з платником податку у трудових відносинах, з доходів за договорами оренди, суборенди, емфітевзису агроземель [2].

Крім того, якщо протягом року землевласник чи землекористувач конкретної ділянки змінився, то попередній власник, орендар, чи користувач сплачує МПЗ за період з 1 січня звітного року до початку місяця, в якому змінилися власник, орендар, чи користувач земельного ресурсу; новий власник, орендар чи користувач – з місяця, в якому він набув право власності або право користування на таку земельну ділянку [2]. Проте, для того, щоб мінімальне податкове зобов'язання перейшло до іншого землевласника, орендаря землі чи землекористувача, необхідністю є офіційна державна реєстрація переходу права власності або права користування на таку земельну ділянку. Відповідно до вимог чинної редакції Податкового кодексу України, до податкової звітності землевласників та землекористувачів внесені зміни, якими передбачено необхідність заповнення ними окремого додатку до річної податкової декларації зі сплати земельного податку, чи єдиного податку для платників IV групи, в якому вони самостійно розраховують розмір мінімального податкового зобов'язання, порівнюють його зі сплаченою за звітний період сумою податків та роблять висновок щодо необхідності додаткової сплати податку до бюджету, чи відсутності такої потреби [2].

Податковим кодексом України передбачені штрафні санкції за недотримання вимог щодо розрахунку та сплати МЗП, проте вони тимчасово не застосовуються, згідно з вимогами статті 123 Податкового кодексу України, під час визначення податкових зобов'язань платників з урахуванням МПЗ та статті 124 Податкового кодексу України, за несвоєчасну сплату узгодженого податкового зобов'язання з податку на доходи фізичних осіб, розрахованого податковим органом з врахуванням розрахункового розміру МПЗ [2].

Проаналізувавши норми Податкового кодексу України стосовно

запровадження мінімального податкового навантаження на земельні ділянки, земельні частки (паї), зазначимо, що, в умовах стабільності та миру його запровадження – це посилення рівня державного регулювання земельних відносин. В той же час, запровадження МПЗ під час війни може активізувати процеси монополізації агроугідь.

Список використаних джерел

1. Роз'яснення для громад: Мінімальне податкове зобов'язання – основні правила і вимоги законодавства. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/16130>. (дата звернення: 04.06.2023).
2. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755–VI (зі змінами та доповненнями). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (дата звернення: 04.06.2023).
3. Деякі питання удосконалення управління в сфері використання та охорони земель сільськогосподарського призначення державної власності та розпорядження ними. URL: <https://zakon.cc/law/document/read/413-2017-%D0%BF>. (дата звернення: 04.06.2023).
4. Розмір нормативної грошової оцінки на 2023 рік по областях: рілля, перелоги, пасовища, сіножаті. URL: <https://agropolit.com/news/25005-rozmir-normativnoyi-groshovoyi-otsinki-na-2023-rik-po-oblastyah-rillya-perelogi-pasovischa-sinojati>. (дата звернення: 04.06.2023).

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «BLOCKCHAIN» В АГРОСТРАХУВАННІ

Власюк С.А., к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Луценко А.С., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Уманський національний університет садівництва

Військові дії, пандемія, реформи, прискорення темпів умов кліматичних змін, підвищення середньорічної температури призвели до того, що аграрний сектор почав зазнавати все більш непередбачуваного впливу від різноманітних чинників. Це зумовлює потребу у широкому застосуванні сучасних інноваційних технологій і знань для подальшого ефективного розвитку аграріїв.

Дані та цифрові технології є каталізаторами глибоких змін і трансформацій у різних секторах і галузях економіки. Вони також мають значний вплив на функціонування та перспективи розвитку страхового ринку. Все більш широке використання цифрових технологій призводить до швидкого зростання ресурсів даних операційні та бізнес-дані, а також дані з навколишнього середовища, які відкривають нові можливості розвитку. Багато підприємств і стартапів використовують технологічні компетенції у сфері аналізу даних для створення нових страхових продуктів і послуг або для підтримки діяльності інших підприємств та суб'єктів господарювання у страховому секторі. Цей сегмент, який називають Insur Tech (від поєднання

англійських слів Insurance і Technology), наразі є одним із головних носіїв інновацій на страховому ринку. Запропоновано компаніями рішення та інновації в цьому сегменті підвищують як захист і зручність страхувальників, так і ефективність страхової галузі.

Особливо великі потреби в плані підвищення ефективності функціонування ринку страхування помітні в аграрному секторі. Неефективний ринок страхування в сільському господарстві обмежує можливості стабілізації сільськогосподарського виробництва. Водночас це сприяє нестачі фінансування та загостренню проблеми низьких доходів у секторі [1].

Однією з цифрових технологій, яка може відіграти особливо важливу роль у розвитку та зміцненні системи страхування в сільському господарстві, є технологія Blockchain.

Blockchain – це публічний реєстр, який розподілений і децентралізований, відповідає за технологію ведення записів. При кожній транзакції страхові компанії мають змогу використовувати депозити фінансових ресурсів для покращення ведення власного бізнесу [2].

Основними способами використання Blockchain в агрострахуванні є:

- управління виплатами – використання реєстру, який поєднує аналітичну інформацію з різних джерел (свідків з місця події, учасників страхування, протоколи поліції тощо) дає змогу уникнути шахрайські дії при отриманні відшкодування;
- перестраховування – перестраховики мають можливість отримати достовірну, актуальну інформацію, яка має вирішальне значення, без залучення контрагентів, без будь-якої фальсифікації зі сторони;
- Peer-to-Peer страхування або партнерське страхування – гарантування конкретних страхових операцій.

Blockchain є одночасно типом цифрової розподіленої бази даних, яка використовує вдосконалену криптографію для забезпечення безпеки, і достовірність даних та інформації, що зберігаються в ньому, а також інструменту для створення нових цифрових програм.

Привабливою альтернативою класичним договорам страхування може стати агрострахування, засноване на технології Blockchain. У деяких країнах страхові продукти, зареєстровані в Blockchain, вже пропонуються фермерам. Деякі продукти базуються на ідеї індексного (параметричного) страхування, які гарантують виплату фіксованих ставок компенсації після настання події, що описується певним параметром, інші використовують дані, записані в Blockchain.

Отже, криптоінвестори зможуть розміщувати фінансові ресурси у цьому сегменті та потенційно отримувати частину премій, які сплачують суб'єкти підприємницької діяльності аграрної сфери. Використання технології Blockchain для цієї мети значно знизить вартість капіталу та перестраховування, таким чином знизивши вартість страхування.

Список використаних джерел

1. Castillo M., Boucher S., Carter M. (2016) Index insurance: Using public data to benefit small-scale agriculture, «International Food and Agribusiness Management Review», Vol. 19(A), s. 94.
2. Як блокчейн-технології використовуються в страховому секторі? URL: <https://forinsurer.com/news/22/04/28/41197>

СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ МЕТИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Григоренко О.В., магістрантка

кафедри економіки та підприємництва

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Успішне управління бізнесом вимагає ретельно організованого режиму аналізу та прийняття стратегічних рішень для забезпечення прибутковості. Якісний менеджмент помітно впливає як і на теперішній, так і на майбутній стан компанії. Першочерговим завданням організації управління будь-яким процесом є визначення його мети, тобто формування уявлень власників бізнесу про бажаний результат їхньої підприємницької діяльності. Поширеною помилкою є ігнорування цього кроку або формування вузької нереалістичної мети. З огляду на це, дослідження специфіки формування мети управління процесом формування прибутковості підприємства залишається актуальною темою, що потребує додаткового дослідження класифікації та деталізації мети.

В загальному розумінні, управління процесом формування прибутковості підприємства повинно бути спрямованим на максимізацію прибутку. Однак, згідно з принципами SMART цілепокладання таке формулювання не достатнє для кінцевої мети підприємства [1], бо воно потребує деталізації:

- **Specific** – потрібно конкретизувати на скільки підприємству потрібно збільшити прибутковість (наприклад, на 25% більше, ніж у попередньому звітному періоді) або чого бізнес хоче досягнути в процесі нарощення прибутковості (наприклад, здійснити перший публічний продаж акцій (IPO)).

- **Measurable** – мета підприємства повинна вимірюватися кількісними показниками (наприклад, в грошових одиницях) або якісними (наприклад, зменшення собівартості продукції).

- **Achievable** – визначена мета, попри закладену в ній амбіційність, обов'язково має бути досяжною.

- **Realistic** – мета повинна бути актуальною. Якщо у підприємства змінився вектор діяльності, то повинна також змінитися мета.

• **Timed** – цілепокладання є обмеженим у часі. Мета управління процесом формування прибутковості може визначатися на інвестиційний період, квартал, рік, п’ятиріччя або декаду.

Подібний підхід транслює Глобальна ініціатива зі звітності (GRI), в стандартах якої велика значущість надається впливу стейкхолдерів на діяльність підприємства [3]. Звідси робимо висновок про те, що в процесі управління підприємство повинно досліджувати цілі всіх своїх стейкхолдерів, враховувати їх під час прийняття управлінських рішень та шукати джерела синергетичних ефектів в процесі спільного досягнення мети.

Формування мети управління процесом формування прибутковості є важливим та обов’язковим кроком для успішного ведення підприємницької діяльності. Це дозволяє підприємству визначити свої пріоритети, виробити стратегію розвитку, забезпечити стійкий фінансовий розвиток на довгостроковій основі та побудувати надійні зв’язки зі своїми стейкхолдерами.

На основі вище наведених рекомендацій можемо сформулювати приклад постановки мети управління процесом формування прибутковості підприємства: «Збільшити прибуток підприємства на 10% в гривневому еквівалентні відносно 2022 звітного року шляхом підвищення ефективності використання ресурсів до кінця 2023 звітного року».

Науковиця Кавтиш О.П. [2] у своєму дослідженні підкреслює, що часто загальна мета управління процесом формування прибутковості підприємства може видозмінюватися для різних груп стейкхолдерів (рис. 1).

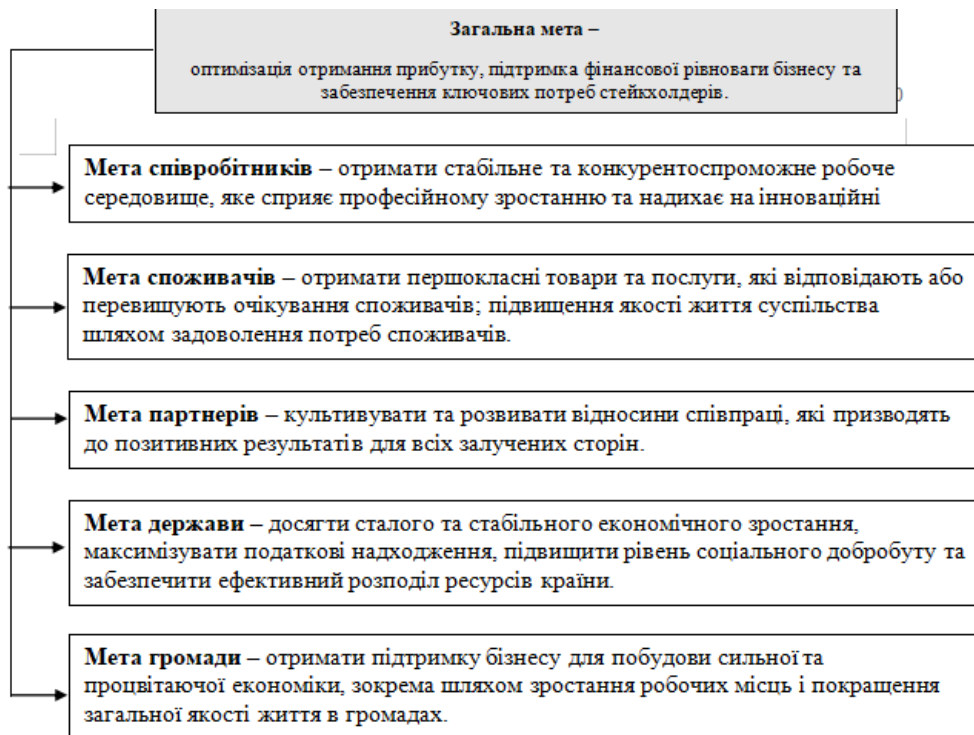


Рис. 1 – Деталізація мети управління процесом формування прибутковості підприємства відповідно до груп стейкхолдерів

Джерело: самостійна розробка автора

Список використаних джерел

1. Назарова Т.Ю., Шевченко М.М., Рибальченко І.А. Процес формування прибутку на підприємстві та оцінка управління ним. *Вісник Національного технічного університету "ХПИ" (економічні науки)*. 2022. № 4. С. 27–31.
2. Кавтиш О.П., Трохименко М.Ю. Стратегічні напрями підвищення ефективності управління прибутковістю промислових підприємств. *Економіка і суспільство*. 2016. №7. С. 335–340.
3. GRI – Global Reporting Initiative. URL: <https://www.globalreporting.org/standards/> (дата звернення: 04.06.2023).

ВІЙСЬКОВІ ОБЛІГАЦІЇ: ЇХ РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ В ЕКОНОМІЦІ

Мельник К.М., к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Дульський М.М., студент 31-е

Уманський НУС

Військові облигації є важливим інструментом фінансування оборони та безпеки країни. Вони дозволяють залучати необхідні кошти для військових потреб, забезпечуючи стабільне фінансування оборони та зміцнення національної безпеки.

Однією з ключових ролей військових облигацій є забезпечення фінансування військових потреб. Випуск облигацій дозволяє країні залучати фінансові ресурси на довгострокову перспективу, що дозволяє планувати та фінансувати стратегічні військові проекти, придбання зброї та іншого військового обладнання. Це особливо важливо в умовах загострення геополітичної ситуації та потреби в посиленні обороноздатності країни.

У позиції Національного банку України (НБУ) щодо фінансування бюджету відзначалося, що НБУ не повинен бути основним джерелом фінансування видатків уряду. Проте, у зв'язку зі значними оборонними, гуманітарними та соціальними потребами в умовах війни, спровокованої Росією, фінансування бюджету за допомогою НБУ стало необхідним. Міністерство фінансів не мало можливості виконувати бюджет без «друку» грошей НБУ. Незалежно від того, скільки коштів Україні переказували західні партнери, уряд не міг використовувати їх на війну, оскільки ці кошти передбачали фінансування виключно соціальних видатків. Тому для фінансування Міністерства оборони, Міністерства внутрішніх справ та Державної служби з надзвичайних ситуацій доводилося позичати кошти в Національному банку. Згідно з Постановою Кабінету Міністрів України № 156 «Про випуск облигацій внутрішньої державної позики «Військові облигації», передбачалося здійснення державних внутрішніх запозичень до 400 млрд гривень шляхом етапного випуску військових облигацій [1].

Військові облигації забезпечують стабільність фінансування оборони. Оскільки облигації можуть бути випущені на тривалий термін, вони гарантують постійний доступ до коштів для військових потреб. Це дозволяє

уникнути нестачі коштів у критичний момент і забезпечити безперервне функціонування армії та інших військових структур. Стабільність фінансування оборони сприяє підтримці національної безпеки та зміцненню обороноздатності країни [2].

Випуск військових облігацій надає можливість громадянам та інвесторам вкладати свої кошти в безпеку країни. Це сприяє патріотичному підтримуванню оборони та залученню широкого загалу населення до участі в оборонній справі. Крім того, військові облігації можуть мати вигідні умови для інвесторів, такі як висока процентна ставка або податкові пільги, що привертає нові інвестиції та сприяє зростанню економіки країни. Більшість військових облігацій, а саме 51,5% обсягу, утримуються серед юридичних осіб, зокрема банків – первинних дилерів та ліцензованих брокерів. Фізичні особи придбали 48,11% обсягу облігацій, тоді як нерезиденти володіють лише 0,39% обсягу [3].

Випуск військових облігацій стимулює розвиток військово-промислового комплексу країни. Залучення фінансування на великомасштабну виробничу діяльність, пов'язану з військовими потребами, сприяє замовленням на виробництво військової техніки, екіпірування та розробку нових технологій в цій сфері. Це сприяє розвитку промисловості, створенню робочих місць та зміцненню національної економіки[4].

Отже військові облігації відіграють важливу роль у фінансуванні оборони та безпеки країни. Вони забезпечують стабільність фінансування військових потреб, залучають громадян та інвесторів до підтримки оборони, сприяють розвитку військово-промислового комплексу та зміцненню національної економіки. Військові облігації є важливим інструментом, який допомагає країнам забезпечувати свою обороноздатність та зберігати національну безпеку.

Список використаних джерел

1. НБУ здійснив викуп військових ОВДП на 70 млрд грн та наголошує на необхідності активізації ринкових боргових залучень. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/nbu-zdiysniv-vikup-viyskovih-ovdp-na-70-mlrd-grn-ta-nagoloshuye-na-neobhidnosti-aktivizatsiyi-rinkovih-borgovih-zaluchen> (дата звернення: 03.06.2023).

2. Шубін В. Військовий збір та військові облігації як складники бюджетної політики під час воєнного стану. URL: [file:///C:/Users/work/Downloads/MDES-2022-N4+\(6\)+200-205.pdf](file:///C:/Users/work/Downloads/MDES-2022-N4+(6)+200-205.pdf) (дата звернення: 03.06.2023).

3. Висновки обігу ОВДП станом на 01.01.2023. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all> (дата звернення: 04.06.2023).

4. Чубка О. М., Скоропад, І. С. Роль військових облігацій у фінансуванні державного бюджету у воєнний період. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-08-02> (дата звернення: 04.06.2023).

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ З ВИКОРИСТАННЯМ ЕКОНОМІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАХУВАННЯ

Власюк С.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Наливана О.Г., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Уманський національний університет садівництва
м. Умань, Черкаська область, Україна

Страхування є важливим інструментом управління ризиками і часто використовується для захисту та управління фінансами від збитків. Оцінка ризиків повинна бути чітким підтвердженням того, як страхувальник користується або не використовує страхування як інструмент зниження ризику.

Слід зазначити, що під час натиску найсерйознішої економічної та фінансової кризи в час військових дій в Україні, потреба зрозуміти та визначити механізми, які майже поставили під загрозу міжнародні фінанси, була важливою для владних структур, регуляторів та професіоналів. Якщо з цього періоду було введено запобіжні заходи для регулювання фінансової системи, очевидно, що багато питань щодо загроз і ризиків залишаються.

Страховий сектор зазнав багатьох змін, здебільшого нормативних, безсумнівно, найбільших у фінансовому секторі. Перспективне збагачення теоретичних знань і практичного застосування сектору страхування з ризиків і невизначеності має достатньо ретроспективного досвіду для аналізу останніх змін у страхуванні.

Кількісна оцінка ймовірності та фінансового впливу подій, які відбуваються у клієнта та вимагають участі врегулювання страховиком; і здатність розподілити ризик виникнення цих подій серед інших страхових андеррайтерів на ринку – основна мета страхування. Робота з управління ризиками зазвичай включає застосування математичного та статистичного моделювання для визначення відповідного страхового покриття та вартості страхового ризику.

Метою програми управління страхуванням є мінімізація збитків і витрат, що виникають через певні операційні ризики, які бере на себе суб'єкт господарювання, наприклад прямі витрати на заходи із запобігання збиткам, страхові премії, понесені збитки та відповідні адміністративні витрати. Загалом, керівництво повинне визначати максимальний збиток, який готове прийняти та повинен, як мінімум виконувати та документувати щорічний огляд управління страхуванням.

Суб'єкт господарювання, який продає товари, роботи чи послуги виставляючи рахунки клієнтам, в той же час надає або короткий, або тривалий період надає можливість скористатися комерційним кредитом (або аванс, або плата після отримання/виконання товарів/робіт/послуг). Часто вважають, що коли наданий період платежу короткий, кредитний ризик клієнта знижується. Однак це не те, тому що кредитний ризик виникає, коли продавець передає контроль над продуктом або послугою покупцеві до того,

як узгоджена винагорода була сплачена. Тривалість періоду виплати не впливає на сам ризик. Кінцева мета страхування – запобігти або мінімізувати майбутні кредитні втрати.

Для мінімізації ризиків суперечок через гарантії щодо бізнес структур, у провідних світових економіках, зазвичай, використовують страхування відповідальності за гарантіями (representations and warranties insurance, R&W), особливо це стосується великих угод. В Україні, такий підхід не є поширеним, оскільки страховик і страхувальник узгоджують позиції щодо майбутніх гарантій здебільшого шляхом поступок і компромісів [1].

Підтримання адекватного страхування само по собі не слід розглядати як задовільну заміну інших елементів діяльності в управлінні ризиками. Крім того, кожна регульована установа повинна встановити стандарти, коли необхідне страхове покриття та встановити критерії відповідного страхового покриття.

Проте, страхування як інструмент управління ризиками, не є універсальним, оскільки має обмеження, які можуть, в свою чергу, бути пов'язаними з типом, підходом та ставленням зацікавлених сторін до фінансового ризику [2].

Цінність страхування полягає в захисті, який воно забезпечує від збитків, що виникають внаслідок хибного рішення в діяльності або з інших причин, які не залежні від діяльності. Конкретні страхові потреби необхідно оцінювати на від випадку до випадку. Лише шляхом перегляду кожної чинної політики того чи іншого господарюючого суб'єкту можна визначити фактичний ступінь покриття та захист. Крім того, має бути управління страхуванням відображено в планах безперервності бізнесу регульованої організації як потенціал захисту від втрат та помилок, які можуть настати через подію, що виведе з ладу діяльність суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел

1. Ігонін В. Як працює страхування ризиків в інвестиційних угодах. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/06/20/701340/>
2. Шостак Л.Б., Петровська І.О. Страхування як економічний інструмент управління ризиками у сфері індустрії гостинності та сталого розвитку. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2020. №7-8. С. 29-46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strahuvannya-yak-ekonomichniy-instrument-upravlinnya-rizikami-u-sferi-industriyi-gostinnosti-ta-stalogo-rozvitku>

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Власюк С.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Цибульський А.А., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Уманський національний університет садівництва
м. Умань, Черкаська область, Україна

Аграрний сектор складає основу економічної системи, але наразі, переживає час безпрецедентних змін, оскільки складнішим, але водночас, і важливим постає питання досягнення балансу між потребою у підвищенні продуктивності, захистом навколишнього середовища та цінністю для споживачів. Управління фінансами включає ведення бухгалтерського обліку, прогнози, фінансові звіти та фінансування, які є основою для досягнення цілей через обґрунтовані бізнес-рішення. Управління фінансами є одним із головних шляхів до успіху як власника бізнесу.

Фінансовий менеджмент є важливою частиною встановлення фінансових цілей і вимірювання ефективності, в розрізі оцінки надходжень, витрат і прибутків від сільськогосподарського виробництва. Управлінський персонал щоденно приймає рішення, які можуть стосуватися будь-якого аспекту сільськогосподарського бізнесу, включаючи, але не обмежуючись цим, виробництво, персонал або фінансування. Суть якого полягає в тому, що незалежно від розміру чи масштабу будь-якого окремого рішення, майже всі рішення можуть мати важливі наслідки для негайного та майбутнього успіху аграрного бізнесу. Основними цілями фінансового менеджменту в агробізнесі є: максимізація прибутку; видатки та розподіл коштів; ефективність; зменшення ризиків; конкурентоспроможність; збалансована структура.

Оскільки багато управлінських рішень мають важливий вплив, керівники повинні методично аналізувати альтернативи. Деякі альтернативи легко аналізуються, і рішення може бути прийнято швидко. В інших випадках керівники повинні витратити більше часу, щоб розпізнати та оцінити всі потенційні наслідки цього рішення. Для цього керівникам потрібна структура для аналізу відповідних компромісів.

Незважаючи на високий ступінь випадковості та невизначеності, пов'язаної з майбутнім, можна збільшити ймовірність успішного результату, плануючи наперед. Під час оцінки діяльності та/або оцінки реорганізації, бюджет підприємницької структури аграрного сектору є корисним інструментом для аналізу його минулого та потенційного фінансового впливу.

У сільськогосподарському бізнесі планування може бути ще важливішим через притаманну сільськогосподарському виробництву невизначеність. Деякі важливі джерела невизначеності включають виробничий ризик, ціновий ризик, фінансовий (або процентний) ризик і зміни в державних програмах. Виконання *SWOT-аналізу*, який визначає

сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, закладає основу для бюджетування. Варто проводити чотири окремі аналізи SWOT, кожен з яких стосується однієї з чотирьох функціональних сфер управління: маркетинг, виробництво/операції, фінанси та трудові ресурси.

Часткове бюджетування – це структура планування та прийняття рішень, яка використовується для порівняння витрат і переваг альтернатив, з якими стикається аграрний сектор. Він зосереджується лише на змінах доходів і витрат, які виникли б у результаті реалізації конкретної альтернативи. Таким чином, усі аспекти прибутку аграріїв, які не змінилися рішенням, можна сміливо ігнорувати. Таким чином, часткове бюджетування дозволяє краще зрозуміти, як рішення вплине на прибутковість окремого сегменту виробництва та, зрештою, на загальну прибутковість. Структуру часткового бюджетування можна використати для аналізу низки важливих рішень, зокрема: прийняття нової технології; зміна підприємств; вибір спеціалізації; вибір фінансування; оренда чи кредит; модифікація виробничої практики; проведення капітальних поліпшень та ін.

Складання бюджету в будь-якому випадку є важливою складовою фінансового успіху та здатності процвітати у важкі фінансові часи, оскільки це є відправною точкою не лише для визначення ваших фінансових потреб у наступному сезоні, а й для того, як має бути структурований борг, щоб найкраще відповідати виробничим можливостям підприємницької структури аграрного сектору.

Отже, сільськогосподарський прогрес є фундаментальним для досягнення загального сталого розвитку. Усі, хто бере участь в аграрному секторі, повинні працювати разом (сільськогосподарські товаровиробники, промисловість, наукові кола, переробники, роздрібні торговці та населення) поєднуючи інноваційне мислення та практичні дії, впроваджуючи стійкість у структуру аграрного сектору від науково-дослідних розробок до виробництва. Нині, як ніколи, аграрний сектор має збалансувати продуктивність і стійкість, застосовуючи інноваційні методи та нові технології.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ

Ролінський О.В. к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Власюк С.А. к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Лозовська В.О. здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Уманський національний університет садівництва

Сучасний іпотечний бізнес повинен значною мірою покладатися на інноваційні технології, щоб отримати прибутковість з меншими витратами.

Більшість позичальників сьогодні не усвідомлюють, що іпотечне кредитування значно розвинулося за ці роки.

«Оформлення іпотеки» передбачає фінансування іпотечної позики для власника житла. У цьому процесі часто беруть участь не тільки кредитор і позичальник, а й інші учасники.



Рис. 1. Основні учасники системи іпотечного кредитування

Банки – найвідоміший тип фінансових установ, які приймають депозити та використовують їх як джерело коштів для надання позик. Порівняно з іншими типами депозитних установ, банки часто мають ширшу сферу діяльності і часто надають позики в більш різноманітних сферах.

Заощаджувальні асоціації: організації спільної власності, вони зосереджувалися майже виключно на житловій нерухомості. Члени платили в установу та отримували відсотки за своїми депозитами (функція ощадливості або заощадження). Керівництво потім розгорне об'єднані кошти для оформлення іпотечних кредитів для членів [1].

S&L i thrifts – це депозитні установи, які зосереджуються на іпотечному кредитуванні житла [2].

Кредитні спілки – як і банки, кредитні спілки приймають депозити та надають позики. На відміну від банків, кредитні спілки є некомерційними і відкритими лише для членів, хоча останніми роками визначення членства стало менш обмежувальним.

Іпотечні брокери: як посередники між кредиторами та позичальниками. Іпотечні брокери працюють над встановленням зв'язку між позичальниками та кредиторами та займаються адміністративними аспектами кредитної операції, отримуючи комісію за закриття кожної угоди. Орієнтовані на споживача іпотечні брокери знаходять найкращі ставки для позичальників. Хоча вони безпосередньо не фінансують позики, брокери є важливим учасником багатьох іпотечних кредитів і стали більш значущими за останні десятиліття.

Іпотечні банкіри: іпотечні банківські компанії зазвичай залучають короткостроковий капітал для фінансування іпотечних позик, як правило, шляхом запозичень на ринках капіталу або організації складської кредитної лінії в комерційному банку. Оскільки іпотечні банки не беруть депозити для

фінансування позик, вони повинні продавати свої позики на вторинному ринку. Іпотечні банкіри бувають різних форм, а деякі нагадують іпотечних брокерів.

Небанківські кредитори: включно з фінансовими компаніями, ці кредитори зазвичай фінансують позики не через депозити, а натомість через механізми, включаючи складські кредитні лінії від банків, а іноді й більш складні механізми фінансування. Як правило, ці організації самі тримають іпотечні кредити протягом дуже обмеженого часу, перш ніж сек'юритизувати іпотечні кредити або продати їх для сек'юритизації. Подібно до іпотечного брокерства, за останні тридцять років небанківські кредитори стали більш важливою частиною історії виникнення [3].

В останні десятиліття, наприклад, іпотечні брокери служили посередниками між кредиторами та позичальниками. Крім того, організація, яка фінансує позику, залучає капітал з іншого боку, як у випадку з небанківським іпотечним кредитором, який використовує складську кредитну лінію в банку. Зміни в ширшій системі іпотечного фінансування періодично виникали внаслідок економічних потрясінь, державних постанов, коливань процентних ставок і впровадження нових технологій.

Пандемія COVID-19 змусила іпотечних кредиторів даного сегменту ще більше посилити свої стандарти кредитування. З початку пандемії COVID-19 іпотечна індустрія стала американськими гірками – і це несерйозно. Позичальники побачили, що неймовірно низькі ставки зросли майже на цілий пункт за лічені тижні. Звичайно, відсоткові ставки невдовзі після цього вирівнялися та залишаються сприятливими для позичальників.

Отже, з іпотечними кредитами все змінюється, будь то вимоги до кредитного рейтингу, вимоги до кредитної програми чи доступність кредитної програми. Іпотечні компанії вже виграють від відомих технологічних трендів, таких як хмарні платформи, блокчейн, системи автоматизації, аналітика даних і боти тощо. Ці рішення забезпечать такий рівень ефективності, який прискорює розширення глобального ринку для платформ електронної іпотеки.

Список використаних джерел

1. The Prolonged Resolution of Troubled Real Estate Lenders During the 1930s», Rose, Jonathan D., May 8, 2012, Federal Reserve Board.
2. Curry, Timothy, and Lynn Shibut. “The Cost of the Savings and Loan Crisis: Truth and Consequences.” *FDIC Banking Review*, 13, no. 2 (2000).
3. Mortgage Origination Channels for UberNerds. URL: <https://www.calculatedriskblog.com/2007/09/mortgage-origination-channels-for.html>

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

Ролінський О.В. к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Власюк С.А. к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Махиня А.С. здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Уманський національний університет садівництва

Сьогодні потреба в банківських послугах надзвичайно зростає; населення та господарюючі суб'єкти очікують від банків швидких результатів та більше послуг. Потрібне утримання поточних клієнтів, і залучення нових, вимагає ефективного багатомірного управління з упором на управління маркетингом. Тому аналіз впливу маркетингових досліджень на фінансові послуги в банках постає необхідністю.

Маркетингове дослідження є важливою частиною такої системи маркетингової інформації, оскільки допомагає покращити прийняття управлінських рішень шляхом надання актуальної, точної і своєчасної інформації. Кожне таке рішення породжує унікальні потреби в інформації, та відповідні стратегії розроблені на основі інформації, зібраної в ході маркетингових досліджень. Особливістю кожного маркетингового дослідження є те, що потрібно правильно визначити завдання, яке потрібно вивчити, зібрати відповідні дані і перетворювати необроблені дані на корисну інформацію. Саме тому, постає завдання дослідити наскільки актуальне маркетингове дослідження при проведенні фінансових послуг в банківських установах, та їх впливу на прибутковість.

Банківські установи відіграють вирішальну роль у заохоченні фізичних осіб до заощаджень, залученні інвестицій або застосування цих невеликих інвестицій у сферах обслуговування та виробництва. Маркетингове дослідження є важливим для кожного суб'єкту господарювання, який прагне працювати в перспективі в інтересах його зацікавлених сторін/акціонерів та окремого споживача, максимізувати свій прибуток, збільшити частку ринку і стати справжнім конкурентом на фінансовому ринку. Крім того, маркетингові дослідження надають суб'єктам господарювання та глибоке розуміння того, як працює ринок та допомагає управління в кращому та ефективнішому прийнятті рішень, тому це допомагає керівництву спрогнозувати як споживачі відреагують на продукт або послугу.

Маркетингове дослідження є систематичним і об'єктивне виявлення, збір, аналіз і поширення інформації відбувається з метою надання допомоги керівництву в прийнятті рішень. Дослідження ідентифікації проблеми проводиться для виявлення проблем, які не є очевидними на поверхні, але все ж існує або може виникнути в майбутньому, наприклад, ринковий потенціал, частка ринку, аналіз продажів, прогнозування та бізнес-тенденції.

Маркетинг банківських послуг полягає у виявленні потреб власників заощаджень і їх задоволенні; з іншого боку, це стосується розробки та надання банківських послуг, здійснюється через ідентифікацію та

класифікацію змінних і визначення значущості дієвих факторів впливу на переваги споживачів.

Банківський маркетинг, по суті, орієнтує маркетингові програми і діяльність та створює належну основа для інших маркетингових розвідок як невід'ємний елемент усіх банківських послуг.

Особливості банківського маркетингу: – невідчутність: банківський продукт особливий, його не можна побачити, як промислові продукти; – нерозривність: у маркетингових банківських продуктах: продукт і продавець нероздільні, вони разом визначають банківський продукт; – швидкодоступність: банківські продукти – створюються і надаються одночасно; вони не можуть бути створені заздалегідь; – мінливість: стандартизація банківського продукту складна і неоднозначна.

Комерційні банки мають важливу маркетингову місію залучення нових клієнтів. Вони використовують багато рекламних тактик і стратегій для досягнення своїх нових цілей клієнтів. Це часто включає телевізійну та радіорекламу, рекламу в друкованих виданнях і журналах, а також зусилля зі зв'язків з громадськістю для спонсорювання національних і місцевих заходів. Загальна мета полягає в тому, щоб збільшити кількість нових облікових записів як серед потенційних, так і серед існуючих клієнтів. Банки збирають інформацію, щоб оцінити та класифікувати нових клієнтів за допомогою інформації, що надається в кредитних заявках, щоб оцінити кредитоспроможність і затвердити нові заявки на рахунки.

Отже, важливість банківського маркетингу пов'язана з необхідністю розвитку теорії та практики, його особливостей та нових тенденцій, пов'язаних із цією концепцією. Перспективи розвитку банків та їх здатність швидко та ефективно вирішувати нові виклики, які ставить ринок, можна визначити через сучасні форми, методи управління та творче використання можливостей фінансового маркетингу.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРИНГУ В АГРАРНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ

Ролінський О.В. к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Власюк С.А. к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Параскун І.О. здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Уманський національний університет садівництва

Зазвичай діяльність сільського господарства не асоціюється з технологіями, але сучасні технології стали незамінними в цьому секторі, так як відіграють дедалі важливішу роль у допомозі агробізнесу залишатися конкурентоспроможними.

Нині, є багато чинників, що сприяють ефективному фінансовому результату діяльності, проте одним із потенційних факторів, який привертає все більше уваги, є поява аутсорсингу сільськогосподарського виробництва, нової сільської інституції, яка з'явилася в останні роки.

Гейко О.Л. розглядає аутсорсинг як передачу виконання будь-якого завдання або процесу відповідній спеціалізованій зовнішній інституції [1].

Агровиробники в основному зосереджують свою діяльність на виробництві продукції з низькою доданою вартістю. Саме тому і виникла гостра потреба передивитись наявні бізнес-моделі підприємницьких структур аграрної сфери та розглянути доцільність підвищення конкурентоспроможності за допомогою аутсорсингу певних специфічних процесів діяльності господарства.

Незгода О.К. та Тарнавська О.Б. досліджуючи аутсорсинг як інструмент ефективного стратегічного розвитку, розглядають управлінську стратегію, що втілюється під час делегування певних видів робіт сторонньому виконавцю. Аутсорсинг відбувається саме тоді, коли товаровиробник придбає товари, роботу чи послуги у стороннього виконавця, при цьому не використовуючи власні виробничі потужності. Аутсорсинг побудовано на принципі розподілу праці, мета якого є побудова стійкого виробництва, підвищення ефективності діяльності та зменшення витрат [2].

Використання аутсорсингу в сільському господарстві стимулюватиме капітальні інвестиції в сільське господарство через фінансовий ринок, сприятиме поширенню та застосуванню передової сільськогосподарської техніки, розвиток кооперації, масштабування та стійкості.

Аграрії займаються різними видами діяльності, такими як: збір інформації (інф.-збір), рішення про фермерський проект (проект-рішення) та закупівля засобів сільськогосподарського виробництва (засобів купівлі) у підготовці; оранка, посів, внесення добрив, зрошення, прополювання та внесення препаратів у виробництво; збір урожаю, зберігання, переробка, транспортування сільськогосподарської продукції; переробка та реалізація побічної продукції сільського господарства та ін. У відповідності зі ступенем самостійності здійснення діяльності, продажі повинні бути основним бізнесом аграрія.

І саме тому, аутсорсинг стає необхідним для аграріїв, які не мають достатньої кількості сільськогосподарської техніки, бракує певних ключових навичок та обмеженні в трудових ресурсах

Слід відмітити, що останні технологічні досягнення в сільськогосподарській галузі були досягнуті завдяки штучному інтелекту, який зараз прокладає шлях до нових і вдосконалених методів вирощування сільськогосподарських культур і ведення сільського господарства. Усі геопросторові дані, карти та навіть аерофотознімки, отримані з дронів, можуть надати агровиробникам цінну інформацію про стан їхніх посівів у режимі реального часу та вжити необхідних заходів для покращення ситуації.

Аутсорсинг сільського господарства є ефективним інструментом та механізмом раціоналізації виробництва для малого і середнього бізнесу, який

має на меті підвищення результативності діяльності завдяки конкурентним перевагам, таким як, підвищення продуктивності праці, розподіл виробничих і фінансових ризиків, здатність суттєво збільшити продуктивність наявних виробничих потужностей.

Список використаних джерел

1. Гейко О.Л. Аутсорсинг у сільському господарстві провідних країн світу – досвід для України. *Агросвіт*. 2021. № 3. С. 75–80. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.3.75
2. Незгода О.К., Тарнавська О.Б. Перспективи використання промислового аутсорсингу на підприємствах сільського господарства України. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2022. № 1 (32). С. 55-66. DOI: 10.32342/2074-5362-2022-1-32-6

ІНСТРУМЕНТИ ТА ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В БОРГОВІЙ ПОЛІТИЦІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ

Коблик І. І., к. е. н., старший науковий співробітник
відділу регіональної фінансової політики
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долішнього НАН України»

Боргова політика відіграє важливу роль у фінансовому управлінні територіальних громад. Адже, дозволяє громадам залучати додаткові фінансові ресурси для здійснення важливих інвестицій, розвитку інфраструктури та покращення якості життя мешканців. Боргова політика допомагає територіальним громадам забезпечити фінансову стабільність та вплинути на ефективність управління господарською діяльністю. При реалізації боргової політики територіальних громад можуть виникати ризики. Під ризиками слід розуміти ймовірність того, що недоцільне планування, неправильне управління боргом або зовнішні фактори можуть мати негативний вплив на фінансову стійкість громади, збільшуючи ризик невиконання боргових зобов'язань, зростання вартості боргу, недостатню ліквідність та загрозу фінансової нестабільності.

Основні види ризиків, пов'язані з борговою політикою, включають: ризик ліквідності, ризик рефінансування, відсотковий ризик, валютний ризик, економічний ризик, політичний ризик, законодавчий ризик, ризик непередбачуваних подій, ризик концентрації фінансування, ризик фінансової нестабільності, рейтинговий ризик.

Управління ризиками в борговій політиці територіальних громад в Україні включає в себе використання різноманітних інструментів для ідентифікації, оцінки, зниження та контролю ризиків. Інструментами управління ризиками, які використовуються в борговій політиці територіальних громад в Україні є:

- аналіз ризиків: проведення систематичного аналізу ризиків, що дозволяє виявити потенційні загрози, оцінити їх ймовірність та потенційний вплив на фінансову стійкість громади;

- диверсифікація джерел фінансування: зменшення ризику шляхом розподілу видів боргових зобов'язань між різними джерелами фінансування, такими як різні кредитори або види позик.;

- управління валютним ризиком: врахування можливості коливання валютних курсів та вживання заходів для зменшення валютного ризику, зокрема використання фінансових інструментів, таких як деривативи, або вибір оптимальної валютної структури зобов'язань;

- моніторинг ринкових умов: постійне спостереження за ринковими умовами, зокрема процентними ставками та кредитними рейтингами, щоб вчасно виявити можливі зміни, які можуть вплинути на вартість боргу або доступність нового фінансування;

- стратегії погашення боргу: розробка і виконання стратегій погашення боргу, включаючи розподіл платежів в часі, реструктуризацію боргових зобов'язань або рефінансування з метою зниження ризику невиклати та забезпечення фінансової стійкості громади.

- резервування фінансових коштів: створення резервних фондів або фінансових запасів для непередбачуваних подій або випадків невиклати боргових зобов'язань;

- залучення фахівців: залучення кваліфікованих фахівців з фінансів та ризик-менеджменту для розробки та впровадження ефективних стратегій управління ризиками в борговій політиці громади.

Ці інструменти управління ризиками в борговій політиці територіальних громад в Україні сприяють забезпеченню стійкості, ефективності та раціонального використання боргових ресурсів.

Враховуючи ризики, важливо, щоб територіальні громади розробляли ефективні стратегії управління ризиками та мали чітку боргову політику, яка сприятиме стійкому розвитку громади. Такі стратегії можуть включати:

- ретельне планування і контроль боргових зобов'язань: громади повинні ретельно аналізувати свою фінансову потребу та здатність погасити боргові зобов'язання;

- диверсифікація джерел фінансування: розподілення ризиків шляхом залучення коштів з різних джерел може допомогти зменшити залежність від одного джерела фінансування. Громади можуть розглядати можливості залучення позик від банків, емісії облігацій, отримання грантів або партнерства з приватними інвесторами.

- розвиток фінансової прозорості та участі громади: важливо, щоб громади забезпечували відкритість і прозорість у плануванні та управлінні борговою політикою. Це включає забезпечення доступу до фінансової інформації, залучення громадян до прийняття рішень щодо боргової політики та пояснення її впливу на фінансову стабільність громади. Широка участь громади у прийнятті рішень допомагає забезпечити врахування різних голосів та інтересів, а також збільшує рівень довіри до фінансових процесів.

- постійний моніторинг і оновлення боргової політики: громади повинні постійно оцінювати ефективність своєї боргової політики та адаптувати її до змінних умов і ризиків. Це включає періодичний аналіз фінансового стану, розгляд можливостей рефінансування, перегляд умов існуючих позик і залучення фінансових експертів для оцінки ризиків і рекомендацій.

- врахування сталого розвитку та соціальних вимог: при формуванні боргової політики важливо враховувати принципи сталого розвитку та соціальні вимоги громади. Це може включати врахування екологічних аспектів, сприяння соціальному розвитку та забезпечення рівних можливостей для всіх громадян.

Таки чином, оптимізація використання інструментів та управління ризиками в борговій політиці територіальних громад в Україні є надзвичайно важливими її складовими і мають значний вплив на фінансову стійкість та сталість розвитку громад.

СПІВРОБІТНИЦТВО ЄВРОПЕЙСЬКОГО БАНКУ РЕКОНСТРУКЦІ ТА РОЗВИТКУ З УКРАЇНОЮ

Мельник К.М., к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Запорожець В. О., студентка 21-ф

Уманський НУС

Питання особливостей співпраці України з Європейським банком реконструкції та розвитку в ході загострення внутрішніх проблем країни, таких як політична нестабільність, економічна криза, та головне, розпочате Російською Федерацією збройне вторгнення в Україну, на сьогодні набуває особливої актуальності. Оскільки для досягнення перемоги та подальшого відновлення економіки Україні необхідна економічна та фінансова підтримка світової спільноти і міжнародних інституцій. ЄБРР є одним із найбільших інвесторів України, фінансові ресурси якого забезпечують важливу підтримку економічних реформ в Україні. Тому підтримка Європейського банку реконструкції та розвитку є дуже важливою для нашої країни, особливо в сьогоднішній день.

Європейський банк реконструкції та розвитку – це міжнародна фінансова організація, яка спеціалізується на підтримці підприємств та розвитку ринків в країнах, які колись були частинами Союзу Радянських Соціалістичних Республік. Ця організація була створена в квітні 1991 року для «Підтримки переходу країн до відкритої ринкової економіки та сприяння приватній та підприємницькій ініціативі». На сьогоднішній день Європейський банк реконструкції та розвитку є фінансовою установою з найвищим кредитним рейтингом ААА, володіють якою 71 країна, Європейський Союз та Європейський Інвестиційний Банк [1].

Україна отримала членство в ЄБРР в серпні 1992 року, відповідно до Указу Президента «Про членство України в Європейському банку

реконструкції та розвитку» під номером 379/92 прийнятим від 14.07.1992. Відповідно до цього указу, представником України в ЄБРР виступає Міністр фінансів України, а його заступником – Президент Національного банку України [2].

Станом на 01.04.2023р. загальний обсяг фінансування, виділеного Україні ЄБРР, склав близько 18,1 млрд євро, які було розподілено на 529 проєктів. На стадії реалізації на сьогоднішній день знаходяться 196 спільних з ЄБРР проєктів фінансування яких складає 4 421 млн євро. З них в державному секторі – 11 проєктів, із загальним обсягом кредиту 2 421 млн євро. Обсяг кредитних коштів ЄБРР, використаних для проєктів у державному секторі, станом на 01 квітня 2023 року становить 1 203,32 млн євро (50,9% загальної суми кредитів) [3].

Як Україні, так і іншим країнам, ЄБРР пропонує фінансування проєктів у низці секторів, включаючи громадські роботи, агробізнес, фінансові установи, енергоефективність, виробництво, нерухомість, туризм, телекомунікації, природні ресурси, транспорт, інформаційні технології та муніципальну інфраструктуру.

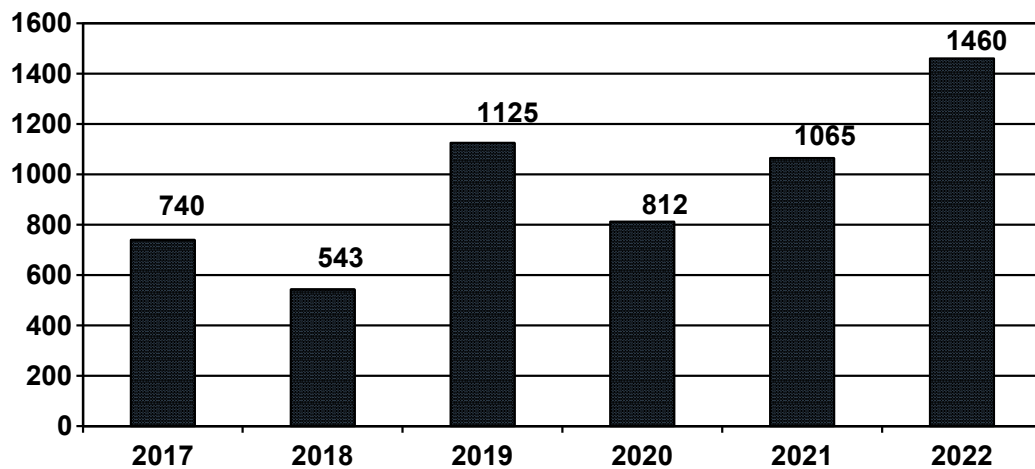
Станом на 31 березня 2023 року, найбільше коштів в Україну від ЄБРР надійшло на фінансування сталої інфраструктури – загалом близько 57% від усіх коштів, що становить 2 512 млн євро. Наступна за обсягом частка коштів надходить на промисловість, торгівлю та агробізнес – 1 361 млн євро (36% від усіх коштів). Найменше коштів для фінансування отримали фінансові установи, а саме 11% або 483 млн євро. Загальна сума поточного порт фоліо становить 4421 млн євро, включаючи невиконані зобов'язання [4].

З початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, в лютому ЄБРР виділив Україні понад 1 млн євро і має на меті потроїти цю цифру до кінця 2023 року. Як заявляють представники ЄБРР, основна увага фінансування буде зосереджена на підтримці «реальної» економіки країни, а саме: підтримці енергетичної та продовольчої безпеки, відновленні залізничної інфраструктури та підтримці фармацевтичної промисловості [5].

ЄБРР не робив нових інвестицій у Росію починаючи з 2014 року, хоча Росія все ще продовжує бути акціонером Банку. Вже в квітні 2022 року директори ЄБРР розпочали процедури призупинення доступу Росії та Білорусі до фінансування ЄБРР, та закриття своїх офісів в Москві та Мінську [6].

Інвестиції Європейського банку реконструкції та розвитку 2022 року включають фінансування електроенергетичної компанії «Укренерго» та газової компанії «Нафтогаз», для підтримки ліквідності якої було виділено до 500 млн євро. Також обговорюється можливість виділення додаткових коштів на невідкладний ремонт системи електропостачання та комунальні потреби Києва, Львова та Дніпра. Інвестиції ЄБРР забезпечуються донорськими фондами або гарантіями, наданими Сполученими Штатами, Європейським Союзом та іншими країнами, включаючи «Велику сімку» [5].

Порівнюючи заплановане фінансування з минулими роками спостерігається значне посилення інвестування ЄБРР в Україну. Це простежується на графіку річних інвестицій Європейського банку реконструкції та розвитку в Україну, в період від 2017 по 2022 роки (рис. 1).



Рис

. 1. Динаміка надання інвестицій ЄБРР в Україну за 2017-2022 рр., млн грн [7]

Однак існують певні проблеми для фінансування проектів ЄБРР в Україні, основними з яких є:

- недосконалість законодавчої бази в процесі набрання чинності кредитними угодами;
- неефективна діяльність державних інститутів, відповідальних за реалізацію проектів;
- непрозорість роботи з коштами міжнародних організацій.

Отже, для вирішення цих проблем уряду України необхідно приділяти більше уваги контролю за позиковими коштами, зниженню рівня корупції, а також ефективному впровадженню реформ.

Список використаних джерел

1. European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). URL: <https://www.ebrd.com> (дата звернення: 29.05.2023).
2. Про членство України в Європейському банку реконструкції та розвитку: | указ президента України від 14.07.1992. № 379/92 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/379/92> (дата звернення: 29.05.2023).
3. Європейський банк реконструкції та розвитку : URL: <https://mof.gov.ua/uk/ebrr#> (дата звернення: 28.05.2023).
4. Data on EBRD work in Ukraine. URL: <https://www.ebrd.com/where-we-are/ukraine/data.html> (дата звернення: 29.05.2023).
5. EBRD commits up to €3 billion to Ukraine URL: <https://www.ebrd.com/news/2022/ebrd-commits-up-to-3-billion-to-ukraine.html> (дата звернення: 29.05.2023).
6. The EBRD in Russia URL: <https://www.ebrd.com/russia.html> (дата звернення: 30.05.2023).

7. Проекти ЄБРР в Україні URL: <https://www.ebrd.com/where-we-are/ukraine/data.html> (дата звернення: 31.05.2023).

ПЛАН МАРШАЛЛА ЯК ІНВЕСТИЦІЙНА ОПЕРАЦІЯ

Нестор О.Ю., к.е.н.,

науковий співробітник відділу регіональної фінансової політики, Державна установа «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України»

План Маршалла, або ж Програма відновлення Європи - успішний та грандіозний за масштабами проект Сполучених Штатів Америки з допомоги постраждалій у Другій світовій війні Європі. Участь у ньому узяли 17 країн. У 1947 році промислове виробництво Західної Європи, де було на 17 мільйонів людей більше, ніж до війни, було на 15-20 % нижчим, ніж у 1938 році, а сільськогосподарське виробництво - на 20-25 % нижчим. Торгівля була на низькому рівні, резерви доларів скоротилися до небезпечної межі, рівень життя в багатьох країнах був нестабільним, і ситуація погіршувалася [1, с. 1].

Програму відновлення координувало незалежне урядове агентство Управління економічної співпраці (the Economic Cooperation Administration, ECA). Його адміністратор Пол Хоффман був підзвітний лише президенту США. Надана Сполученими Штатами Америки протягом чотирьох років реалізації Плану Маршалла допомога європейським країнам у розмірі приблизно 13,3 мільярда доларів дорівнює сумі 143 мільярди доларів у доларах 2017 року [1].

Те, що США у червні 1947 року через свого держсекретаря Джорджа Кетлетта Маршалла узяли на себе зобов'язання щодо економічної реконструкції, було величезним поштовхом для морального духу Європи. Відмовившись від ізоляціоністської політики періоду після Першої світової війни, США допомогли Європі вибратися з руйнувань та депресії після 1945 року. Оптимізм, який це викликало, важко виміряти кількісно, але варто враховувати його якісний вплив в оцінці програми відновлення [2, с. 33].

Відмінності Плану Маршалла від інших програм допомоги полягають у ретельному плануванні та чіткій зосередженості на економічному розвитку. Також важливими були обмеження у часі та коштах. Говорячи про досягнення Плану Маршалла у порівнянні з 1947 роком, можна констатувати, що до кінця 1951 року промислове виробництво було на 55% вище, аніж на початку періоду. Сукупне сільськогосподарське виробництво країн-учасниць зросло майже на 37%, а загальний середній ВВП зріс приблизно на 33%. Балансова вартість інвестицій США у Європі також значно зросла [1, с.16, 19].

Валовий національний продукт Європи за три роки піднявся на нове плато, отримавши приріст, еквівалентний понад 30 мільярдам доларів у цінах 1949 року. Це було зростання річного рівня виробництва в кілька разів

більше, ніж середньорічна вартість Плану Маршалла за той самий період. Сильний інфляційний тиск загалом було взято під контроль, і довіру до валют було відновлено. Обсяг торгівлі між країнами ОЕЕС збільшився приблизно на 70%. [3, с.399]. Завдяки інвестиціям вдалося значно наростити європейське виробництво. Однак, інвестиції могли бути максимально ефективно використані лише в комплексі з іншими чинниками, такими як сформована підприємницька культура, стабільне законодавство та захист прав інвесторів, зростання продуктивності праці та застосування прогресивних технологій у виробництві.

За даними Звіту про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України за рік від початку повномасштабного вторгнення, складеному аналітичною командою Київської Школи Економіки (КШЕ) [4], в Україні станом на 24 лютого 2023 року зафіксовано загальну суму прямих задокументованих збитків житловій та нежитловій нерухомості, іншій інфраструктурі - понад \$143,8 млрд (за вартістю заміщення). Втрати активів бізнесу становлять мінімум \$11,3 млрд і продовжують зростати. Ще \$8,7 млрд складають прямі втрати аграрного сектору внаслідок війни. Загалом від початку війни пошкоджено або зруйновано щонайменше 426 великих та середніх приватних підприємств, а також державних підприємств, плюс десятки тисяч малих приватних. За настільки значного розміру збитків (і, на жаль, зазначена цифра є далеко не остаточною) Україні варто скористатися досвідом відновлення Європи після Другої світової війни для ефективної відбудови.

Суттєвою для успіху зусиль із відновлення України є необхідність захисту прав інвесторів, розроблення ефективного механізму надання їм інвестиційних гарантій, зміцнення судової системи та її максимальна прозорість, неупередженість та справедливість для стимулювання зростання обсягу інвестицій у відновлення економіки України. Варто значну увагу приділити залученню приватних інвестицій, оскільки приватні інвестори зазвичай зацікавлені у максимальній ефективності вкладених коштів та їх швидкому поверненні, що сприятиме пошуку найкращих об'єктів для інвестування та докладенню зусиль до успішної реалізації проектів. Завдяки допомозі США країнам Європи, які були учасниками-реципієнтами під час реалізації Плану Маршалла, їм вдалося шляхом як спільних наднаціональних, так і індивідуальних національних зусиль відновити власні економіки та використати переваги, які надала реалізація Плану Маршалла.

Список використаних джерел

1. Tarnoff C. The Marshall Plan: Design, Accomplishments, and Significance. Congressional Research Service. 2018. 32 с. Режим доступу: <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R45079>
2. Machado B. F., In Search of a Usable Past: The Marshall Plan and Postwar Reconstruction Today. The George C. Marshall Foundation. 2007. 186 с.
3. Bayard P. H. The Marshall Plan and Its Meaning. Cornell University Press. 1955. 424 с.

4. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України за рік від початку повномасштабного вторгнення. 50 с. Київська школа економіки: сайт. 01.03.2023. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2023/03/UKR_Feb23_FINAL_Damages-Report-1.pdf

БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Мельник К.М., к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Олійник А.І., студентка 21-ф

Уманський НУС

Банківська система будь-якої країни є невід'ємною складовою виробничих та операційних процесів і за допомогою своїх особливих методів та інструментів, здійснює функціонування грошового ринку й економіки в цілому. Нині всі сфери бізнесу, в тому числі, нелегальні, залежать від стабільної роботи банківського сектору. Проте з початком війни в Україні цю залежність відчув не лише бізнес, а й звичайні громадяни.

У перші дні повномасштабного вторгнення більшість банківських відділень закрилось, адже працівники не могли вийти на роботу, а офіси на певних територіях були вщент зруйновані. Масові спроби зняття готівки в банкоматах також завдали удару по банківській системі України.

Незважаючи на певні труднощі, українська банківська система продовжувала повноцінно працювати, не припиняючи своїх операцій ні на день. А це означає, що громадяни, як і раніше, мають змогу здійснювати розрахунки з використанням карток, безготівково поповнювати мобільні рахунки, сплачувати за житлово-комунальні послуги та здійснювати безготівкові перекази.

24 лютого 2022 року» постановою № 18 «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану» було визначено основні правила роботи банків в умовах війни щодо надійності та стабільності функціонування банківської системи [1]. Відповідно до цієї постанови, банки забезпечують безперебійну роботу відділень, у випадку відсутності загрози життю та здоров'ю громадян.

Головним принципом, за яким працює банківська система, є збереження довіри громадян. Щоб зберегти достатній рівень довіри клієнтів НБУ розробив та впровадив низку заходів, щоб стабілізувати банківський ринок. Своєчасні заходи НБУ та банківських установ у перші місяці війни сприяли зменшенню збитків у фінансовому секторі України.

З 21 квітня 2023 року Національний банк пом'якшив низку адміністративних обмежень, зокрема розширив можливості банків здійснювати операції з продажу готівкової іноземної валюти населенню, з

метою зміцнення позитивних тенденцій у готівковому сегменті валютного ринку [2].

Для здійснення безготівкових розрахунків необхідна стабільна робота системи електронних платежів, яка охоплює всі банківські установи України. З 1 квітня 2023 року СЕП Національного банку України запустила свою роботу в новому поколінні. Зараз система працює відповідно до міжнародного стандарту ISO 20022 та доступна для міжбанківських розрахунків цілодобово, сім днів на тиждень. Застосування передових програмних і технічних засобів у новому поколінні СЕП дозволяє швидше, зручніше та забезпечити вищий рівень безпеки електронним платежам. Завдяки цьому, на території України, де не ведуться активні бойові дії і є зв'язок, можна використовувати платіжні картки, а також проводити безготівкові розрахунки за кордоном цілодобово [3].

Стабільність банківської системи залежить від різних факторів, у тому числі міжнародної фінансової підтримки. Особливо важливою є ця підтримка для суб'єктів економічної діяльності як в Україні, так і за кордоном. Однак не менш важливим є наявність внутрішніх ресурсів країни, які також впливають на стабільність банківської системи.

Особлива увага приділяється стійкості банківських установ до кібератак, завдяки яким вдалося забезпечити безперебійність фінансових операцій під час війни. Все це підтверджує необхідність продовжувати спільні зусилля Національного банку України та вітчизняних банків у розробці систем управління ризиками, що дозволяють передбачити, оцінити масштаб та наслідки кібератак, а також запобігати або зменшувати пов'язані з ними втрати.

Отже, робота банківської системи, особливо в період війни, має вирішальне значення, адже саме вона забезпечує проведення фінансових операцій населення та підприємств. Як і в мирний час так і зараз, її діяльність повинна ґрунтуватися на принципах законності, економічної самостійності, незалежності, відповідальності за власними зобов'язаннями, легальності банківських операцій, дотримання нормативів НБУ, забезпечення права вибору банківської установи та виконання взятих на себе зобов'язань. Проте найголовнішим принципом функціонування банківської системи є збереження довіри громадян.

Для забезпечення стабільної та ефективної роботи банківської системи під час війни необхідно розвивати ризик-менеджмент, сприяти процесу діджиталізації, популяризувати використання безготівкових рахунків, посилювати ефективність системи електронних платежів та залучатися міжнародною підтримкою. Реалізація всіх цих заходів допоможе відповідати вищезазначеним принципам та зберегти довіру до банківського сектору.

Список використаних джерел

1. Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану: постанова №18 від 24.02. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22> (дата звернення: 29.05.2023).

2. Нацбанк дозволив банкам продавати більше готівкової валюти URL: https://biz.ligazakon.net/news/219018_natsbank-dozvoliv-bankam-prodavati-blshe-gotvkovo-valyuti (дата звернення: 30.05.2023).

3. Запрацювало нове покоління СЕП – на базі стандарту ISO 20022 в цілодобовому режимі. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zapratsyuvalo-nove-pokolinnya-sep-na-bazi-standartu-iso-20022-v-tsilodobovomu-rejimi> (дата звернення: 01.06.2023).

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЯК ЧИННИК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Очеретяна О.В., аспірантка кафедри економіки та підприємництва
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

В глобальній економіці відбуваються значні зміни, що спричинені цифровізацією, екологізацією, насиченням міжнародних економічних відносин, ідентифікацією та реалізацією Цілей сталого розвитку. У цьому контексті інвестиційна діяльність постає ключовим компонентом стратегії зростання будь-якого бізнесу, а прямі іноземні інвестиції відіграють дедалі важливішу роль. Управлінці знаходяться в постійному моніторингу нових факторів для підвищення ефективності інвестиційної діяльності, одним із яких став сталий розвиток. На українському ринку цей підхід є недостатньо поширеним, тому потребує додаткових досліджень.

Сталий розвиток підприємства розглядається як спосіб організації усіх видів діяльності підприємства, при якому покращуються економічні показники, мінімізується негативний екологічний слід та здійснюється позитивний ефект на розвиток суспільства [1]. Оскільки термін «фактор» використовується для позначення рушія для якогось процесу, то сталий розвиток також варто розуміти як стимулятор підвищення інвестиційної привабливості або активізатор інвестиційної діяльності підприємства.

Аналізуючи підходи до імплементації сталого розвитку на підприємстві, було виділено ключові напрямки його позитивного впливу на інвестиційну діяльність:

1. *Привабливість для інвесторів.* Підприємства, які пріоритезували сталий розвиток у своїх стратегіях, привертають більше уваги інвесторів завдяки своїй стабільності та надійності. У результаті такого підвищеного інтересу ці компанії отримують інвестиційні можливості, які можуть підтримати їхні зусилля у сфері технологічного розвитку та модернізації, таким чином ще більше зміцнюючи їх репутацію як відповідальних і перспективних організацій.

2. *Розвиток нових можливостей.* Запровадження практик сталого розвитку підприємств відкриває безліч інвестиційних можливостей, водночас

сприяючи екологічній, соціальній та економічній відповідальності. Це, своєю чергою, створює основу для розробки інноваційних продуктів, передових технологій і нових ринків. Застосовуючи стійкі практики, підприємства можуть не лише зробити внесок у загальний добробут планети, але й отримати довгострокові фінансові вигоди.

3. *Мінімізація ризиків.* Інвестори, які надають пріоритет сталому розвитку підприємства, можуть отримати значну вигоду від стратегічної спрямованості на стале зростання та розумне управління. Роблячи це, компанії можуть ефективно пом'якшити невіддільні ризики, пов'язані з інвестиціями. У результаті інвестори можуть розраховувати на постійну та надійну віддачу від своїх інвестицій, що в кінцевому підсумку призведе до значного зниження загального інвестиційного ризику. Впроваджуючи стійкі практики у свої бізнес-моделі, компанії можуть створити міцну основу для зростання, надаючи інвесторам надійне та стабільне джерело доходу на тривалий період.

4. *Довгострокова перспектива.* Коли компанії вважають сталий розвиток пріоритетом, вони можуть приймати виважені рішення про те, як розподілити свої ресурси для довгострокового успіху та сталого зростання. Це передбачає інвестування в проекти, які надають пріоритет екологічній та соціальній відповідальності, що приносить користь не лише компанії, але й сприяє покращенню суспільства в цілому. Цей стратегічний підхід створює позитивну репутацію компанії, водночас гарантуючи, що вона залишається стійкою та здатною адаптуватися до мінливих умов ринку.

5. *Позитивний вплив на довкілля та соціальний аспект.* Для того, щоб бізнес отримав позитивну репутацію та завоював довіру інвесторів і споживачів, вкрай важливо віддавати пріоритет інтеграції методів сталого розвитку, які не лише враховують збереження навколишнього середовища, але й надають пріоритет соціальному добробуту. Це означає, що компанії повинні прагнути впроваджувати екологічні практики, які зменшують їхній вуглецевий слід, а також практики, які сприяють етичній поведінці та соціальній відповідальності перед своїми працівниками, клієнтами та широким суспільством. Роблячи це, компанії можуть утвердитися як відповідальні корпоративні громадяни та зробити внесок у глобальні зусилля щодо більш сталого та справедливого майбутнього.

Висновок. З метою забезпечення високої результативності підприємства, важливо зробити сталий розвиток ключовим пріоритетом у всій інвестиційній діяльності. Застосовуючи такий підхід, підприємство може не тільки залучити більше інвестицій, але й продемонструвати свою відданість етичним принципам і практикам, які підтримують екологічну стійкість. Це, своєю чергою, може допомогти підприємству створити позитивну репутацію та сприяти довгостроковому зростанню та успіху.

Список використаних джерел

1. Гречко А.В., Очеретяна О.В. Дослідження еволюції наукової думки в аспектах визначення сутності поняття «сталий розвиток підприємства». *Підприємництво та інновації*. 2020. Вип. 15. С. 37-41.

2. Масловська Л.Ц. Актуальні проблеми теорії і методології сталого розвитку України: системний підхід. *Економічні інновації*. 2004. №19. С. 101–108.

3. Карінцева О.І., Дегтярєва І.Б., Харченко М.О., Долгошеєва О.І., Кіріл'єва А.В. Залучення іноземних інвестицій як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку країни. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. № 3. 2020. С. 199-211.

ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ АГРАРНОГО КРЕДИТУВАННЯ

Колотуха С.М., к. е. н.

Переполка В.Ю., аспірант

Уманський національний університет садівництва

Кредитування агропідприємств є вагомим джерелом стимулювання розвитку реального сектору економіки, що призводить до насичення внутрішнього та зовнішнього ринку сільськогосподарською продукцією, зростання товарообігу та зміцнення продовольчої безпеки. Отже, фінансове забезпечення сільськогосподарських товаровиробників шляхом використання кредитних ресурсів належить до найважливіших питань стимулювання виробництва в умовах інтеграції економіки.

Ефективне фінансування аграрного сектору в нинішніх умовах є одним з найважливіших викликів для української банківської системи. Фінансування аграрного сектору в нашій країні залишається однією з головних проблем, що стримують розвиток одного з основних секторів економіки.

Аналіз розвитку кредитування в аграрній сфері економіки дозволив виявити його особливості та специфічні риси, а також розробити стратегічні напрями щодо його вдосконалення, які зводяться до наступних основних моментів:

- розвиток національної системи аграрного кредитування з оптимізацією та підвищенням ефективності діяльності банківських закладів;
- всебічна підтримка банківського капіталу;
- доступ сільськогосподарських товаровиробників до кредитних ресурсів та підвищення довіри позичальників до системи агрокредитування;
- організація аграрної кредитної системи.

В сучасний період, склалися всі умови щодо створення національної системи аграрного кредитування. Для цього необхідно розробити та прийняти Закон «Про аграрну кредитну систему», в якому необхідно обумовити основні напрями її розвитку:

- створення аграрної кредитної системи, в якій чільне місце належало б Земельному банку, а також сільськогосподарським товарно-кредитним спілкам, які б надавали кредити сільськогосподарським підприємствам під заставу майбутнього врожаю;

- надання з місцевих бюджетів державних кредитів для сільськогосподарських підприємств;
- дозволити Земельному банку здійснювати емісію цінних паперів, гарантованих Урядом, для створення статутного капіталу всієї аграрної кредитної системи;
- надати можливість поступового викупу державної частки капіталу Земельним банком та сільськими кредитними спілками;
- рекомендувати Земельному банку відновити видачу аграрною кредитною системою заготівельним та переробним підприємствам короткострокових кредитів для здійснення поточних платежів та надання підприємствам сільського господарства авансів під договори про державну закупівлю сільськогосподарської продукції.

Метою кредитної системи аграрного сектору є забезпечення безперервності кругообігу капіталу шляхом збільшення виробництва, прискорення реалізації сільськогосподарської продукції та стимулювання процесу відтворення й розвитку аграрного сектору економіки. Реалізація цієї мети виражається у своєчасному реагуванні на внутрішні та зовнішні перетворення, що відбуваються в аграрній галузі.

Сезонний характер сільськогосподарського виробництва, високі ризики, пов'язані з недоотриманням прибутку на вкладений капітал, і непередбачуваність природно-кліматичних умов відрізняють кредитування аграрного сектору від інших сфер економіки. Скорочення кількості кредитних інститутів, відсутність сучасної біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією, збільшення частки позикових коштів у корпоративних фінансах аграрного сектору економіки та використання неефективних технологій хеджування аграрних ризиків роблять актуальним вивчення специфіки бізнесу в аграрному секторі економіки й адаптації банківських продуктів під потреби села. У зарубіжних країнах набуло поширення кредитування сільськогосподарських підприємств під заставу землі (земельно-іпотечне кредитування). Згадана форма кредитування передбачає подальше рефінансування відповідних кредитних вимог на основі функціонування стабільної нормативно-правової бази, що визначає умови надання банківських позик і сек'юритизацію іпотечних активів. В Україні відсутність у сільськогосподарських товаровиробників ліквідної застави є перешкодою надання кредитів в аграрному секторі економіки.

Найбільш перспективним напрямом банківського кредитування, з точки зору витрат клієнтів, є операції з авалювання векселів та аграрних розписок, що дозволяють отримати відстрочку платежу за придбані ресурси (авалювання), або фінансові ресурси на придбання обігових фондів у разі забезпечення майбутнім урожаєм (використання фінансових аграрних розписок). Перевагами цих кредитних продуктів є простота оформлення, забезпечення заставою майбутнього врожаю, можливість розрахунку майбутнім урожаєм.

Кредитування через механізм аграрних розписок тільки набуває свого поширення в Україні. Основні причини, що гальмують розвиток цього інструменту кредитування наступні:

- серед великої групи фермерів бракує адекватної інформації про цей кредитний продукт;
- відсутність схеми оподаткування та податкового обліку для всіх учасників цього виду кредитування;
- правова, судова та виконавча системи вирішення спорів у процесі кредитування є недосконалими;
- низький рівень захисту прав кредиторів.

В Україні запроваджено систему іпотечного кредитування на селі, яка має бути включена в ринковий обіг, оскільки земельні ресурси є основним засобом виробництва. Оскільки багато фермерських господарств володіють землею, але не мають іншого майнового забезпечення, створення та розвиток системи кредитування під заставу землі сьогодні є складовою державної кредитної системи. Недосконалість методів оцінки ринкової вартості землі та загалом недосконалість економічних механізмів розвитку ринків обігу земель свідомо зробили сільськогосподарські землі менш ліквідними і суттєвим стримуючим фактором для залучення банківського капіталу та приватних інвестицій. Інвестиційна політика в сільському господарстві має бути спрямована на пошук кредитних механізмів, які є одним з елементів, що формують фінансову основу інвестиційної діяльності в аграрному секторі. Це вимагає планування фінансово-кредитних потреб підприємств з урахуванням агрегованих критеріїв забезпеченості власними обіговими коштами, використання середньострокових кредитів (до трьох років) для компенсації нестачі власних обігових коштів, а також запровадження єдиних процедур страхування виробничих та комерційних ризиків у сільському господарстві.

СУТНІСТЬ МИТНОЇ ПОЛІТИКИ

Прокопчук О.Т., д.е.н, професор,

завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Уманський національний університет садівництва

Митна політика є одним з найважливіших елементів регулювання міжнародних економічних відносин, що впливає як на бюджетні надходження, так і на обсяги та структуру імпорту та експорту. Незважаючи на те, що регуляторна роль тарифів наразі перевищує їх бюджетне значення, наслідки тарифної політики України оцінюються переважно у фіскальній сфері. Визначенню регуляторного впливу приділяється недостатньо уваги. Однак інтеграція української економіки в Європу означає лібералізацію митної політики України та спрощення транскордонного руху товарів, і цьому фактору надається підвищений пріоритет. У цьому контексті необхідно застосовувати такий тип митної політики, який би збалансовував

виконання міжнародних зобов'язань щодо лібералізації із захистом вітчизняних виробників від посилення конкуренції з боку іноземної продукції. Аналіз результатів реалізації тарифної політики органами державного управління не враховує її взаємозв'язок з розвитком вітчизняного виробництва. Відсутні принципи та методи оцінки, що дозволяють комплексно оцінити зовнішні та внутрішні ефекти тарифної політики на фінансову та регуляторну складові у їх взаємозв'язку та взаємодії. Тому важливо здійснювати оцінку та моніторинг реалізації тарифної політики України та її результатів, а також розробити оптимальну систему забезпечення позитивних тарифних ефектів та нівелювання негативних тарифних ефектів.

Питання оцінки ефективності митної політики є недостатньо розробленим з точки зору оцінки ефективності митної політики [1]. В умовах поглиблення глобалізаційних процесів, подальшої інтеграції української економіки у світовий простір та розширення міжнародної торгівлі, що призводить до посилення конкуренції на внутрішньому ринку, з метою забезпечення захисту та розвитку вітчизняного товаровиробника за допомогою інструментів митної політики необхідна розробка принципів і методів оцінки та моніторингу митних ефектів на очікуваному рівні обґрунтування є необхідним [2-3].

З огляду на вищевикладене, слід зазначити, що, по-перше, митна політика є державною діяльністю і, по-друге, вона стосується регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Митна політика – це, на нашу думку, діяльність держави у сфері переміщення товарів через кордони України з метою регулювання зовнішньої торгівлі. Вона є складовою державної економічної політики, спрямованої на стимулювання розвитку вітчизняної економіки і реалізується через Державну митну адміністрацію.

Підсумовуючи викладене слід зауважити, що основними завданнями митної політики є забезпечення сталого розвитку національного виробництва, конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світовому ринку та збалансованості експортних та імпорتنих потоків товарів з метою усунення залежності від іноземної продукції.

Список використаних джерел

1. Прокопчук О.Т., Улянич Ю.В., Бечко В.П. Особливості непрямого оподаткування в Україні: становлення та перспективи розвитку. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва* : збір. наук. досліджень / Редкол.: О.О. Непочатенко (відп. ред.) та ін. Умань : ВПЦ «Візаві» (Видавець «Сочінський»), 2014. Вип. 84. С. 249-256.

2. Герасимюк П.В. Ефект митної політики: поняття та класифікація. *Держава та регіони*. 2018. № 3 (102). С. 163-171.

3. Герасимюк П.В. Митні ефекти як індикатори стану реалізації митної політики помірною протекціонізму в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 7. С. 100-108.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІСКАЛЬНОГО МЕХАНІЗМУ: ВПЛИВ НА БЮДЖЕТНУ ПІДТРИМКУ АГРОСЕКТОРУ УКРАЇНИ

Радченко О.Д., к.е.н., с.н.с., доцент, п.н.с.

Зінчук А.В.

аспірант¹ відділ фінансово-кредитної та податкової політики
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

Регулювання агросектору здійснюється в рамках фіскального механізму (ФМ) за класичним набором інструментів. Це заходи, які використовуються урядом для впливу на стан галузевої економіки, її фінансових потоків та балансу фінансових ресурсів корпорацій. Основна мета ФМ – формування бази оподаткування доходів та ефективне управління державними видатками з метою досягнення економічних та соціальних цілей, зокрема для агросектору – сталого розвитку та забезпечення продовольчої безпеки, які зводяться до збереження життєдіяльності галузі за умов воєнного стану.

Інструментами ФМ є насамперед бюджетна політика (видатки, програми, кредитування); податкова політика (ставки податків, зборів та ін.); фінансові стимули та субсидії (пільгове оподаткування, спецфонди, керування боргом) для підтримки агросектору та його галузей/регіонів з метою зростання зайнятості, виробництва та інвестицій.

Зміна цілей породжує відповідні зміни ФМ і його трансформації відповідно до умов середовища. Як зазначають дослідники [1, с. 147], діє низка чинників: політичні, економічні, соціальні, ринкові, правові, природно-кліматичні, екологічні, технологічні, інформаційні та міжнародні. Важливою є гнучкість державного ФМ щодо чинників та спроможність трансформувати його з огляду на процеси, які відбуваються всередині країни [2], з врахуванням воєнних дій та економічного спаду.

Зміна обсягів та структури видатків Державного бюджету за 2014-2023 рр. приведена на рис. 1. Якщо в середньому в довоєнний період видатки на економіку склали 9,7%, то у 2022 році вони знизились до 3,5%, а за 4 місяці 2023 року – до 2,28%. Держава відмовилася від видатків, які мали піти на розвиток, а це близько 140 млрд грн за кошторисом плану Державного бюджету на 2022 рік, і практично кошти виділяються тільки за напрямками: оборона, соціальна сфера (пенсії і зарплати бюджетникам) та обслуговування державного боргу.

Видатки на агросектор 2022 року склали 9,3 млрд грн, або 85% річного плану. На кінець квітня 2023 року із запланованих на сектор 14,6 млрд грн спожито 1,95 млрд грн або 13,37% річного плану, що складає 8,5% видатків на економіку, тоді як за аналогічний період 2022 року спожито 2,0 млрд грн, що складає 19,7% річного плану і 9,1% видатків на економіку.

¹ Науковий керівник – Радченко О.Д., к.е.н., п.н.с. ННЦ ІАЕ

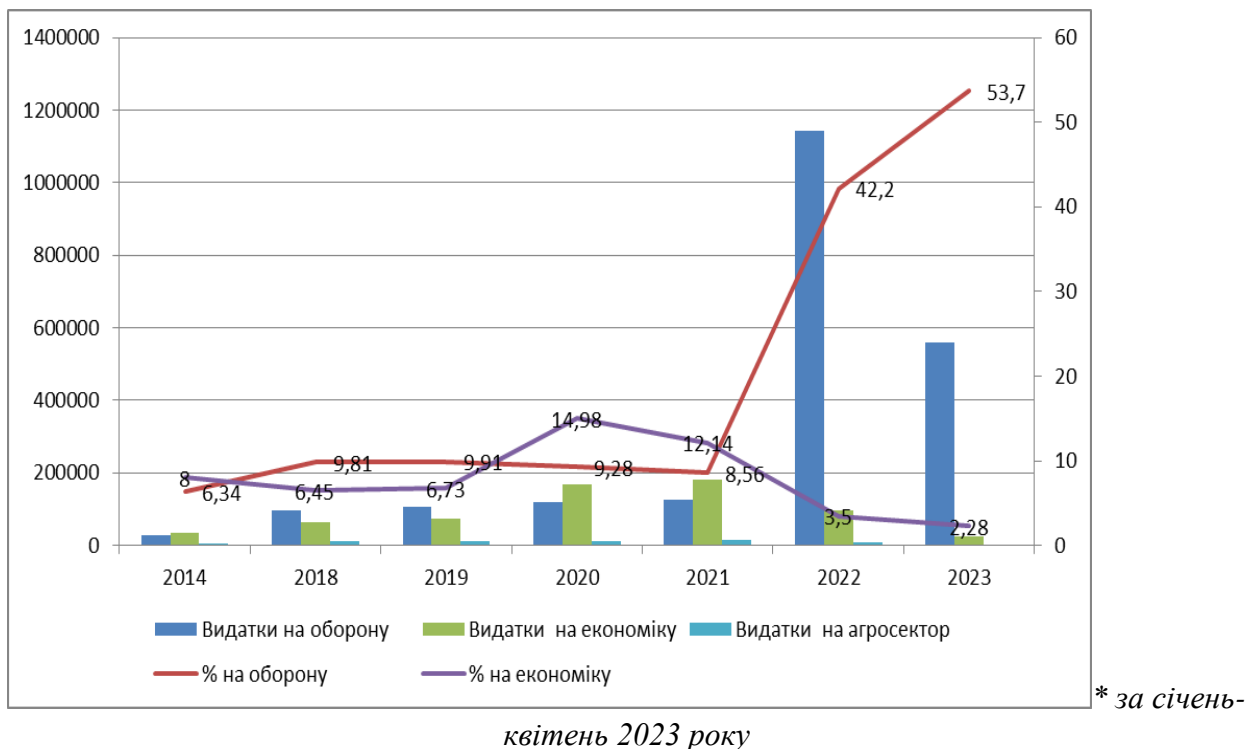


Рис. 1. Динаміка і структура окремих функціональних видатків Держбюджету України у 2014-2022 рр., млн грн

Джерело: Складено за даними НБУ. URL : <https://bank.gov.ua/>

У довоєнному 2018 році у структурі видатків на економіку агросектор займав 20,4%, а видатки на економіку у Держбюджеті – 10% .

Тобто, відбулось скорочення видатків на агросектор як за часткою у видатках на економіку, так і в обсягах у порівнянні з попередніми періодами. Разом з тим, за різними оцінками, прямі збитки агросектору на початок 2023 року перевищують \$6 млрд, додаткові економічні збитки – до \$22 млрд, а від зниження доходів по ланцюгу АПК – до \$30 млрд, обсяги яких зростають, а загалом збитки сягають 58 млрд доларів або 2143 млрд грн [3]. Для порівняння, у 2021 році обсяг виробництва продукції сільського господарства (у фактичних цінах) становив 1366 млрд грн, обсяг фінансових ресурсів агрокорпорацій (фінбаланс) – 1344 млрд грн.

Таким чином, дослідження фінансування аграрного сектору в умовах воєнного стану дозволило визначити, що корпорації не мають достатньо власних фінансових ресурсів, і не отримують підтримку з Державного бюджету. Тому трансформація ФМ має передбачати вдосконалення законодавства для отримання додаткових фінансових ресурсів шляхом оптимізації податкового, бюджетного та інвестиційного регулювання, спрощення вимог до ведення аграрного бізнесу, вирішення проблем з логістикою та експортом агропромислової продукції, пом'якшення впливу інфляції та валютного тиску.

Список використаних джерел

1. Квасниця, О., Неклюдова, Т. Вдосконалення фінансового механізму розвитку аграрного сектору. *Світ фінансів*. 2020. № 3 (64). С. 139-152.

2. Богдан Т. Нові фіскальні правила в ЄС: перспективні завдання для України. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/03/6/697731/>

3. Radchenko, O., Kiryan, S., Leontovych, S. (2023). Adaptability of Budget Instruments Under Military Conditions: Experience of Ukraine. *The latest foundations for the development of production, science and education – 2023*. Slovenská Republika,. Slovak publishing house NES Nová Dubnica s.r.o. pp.12-27.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

Ролінський О.В., к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Власюк С.А., к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Махиня А.С., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

Уманський національний університет садівництва

Сьогодні потреба в банківських послугах надзвичайно зростає; населення та господарюючі суб'єкти очікують від банків швидких результатів та більше послуг. Потрібне утримання поточних клієнтів, і залучення нових, вимагає ефективне багатомірне управління з упором на управління маркетингом. Тому аналіз впливу маркетингових досліджень на фінансові послуги в банках постає необхідністю.

Маркетингове дослідження є важливою частиною такої системи маркетингової інформації, оскільки допомагає покращити прийняття управлінських рішень шляхом надання актуальної, точної і своєчасної інформації. Кожне таке рішення породжує унікальні потреби в інформації, та відповідні стратегії розроблені на основі інформації, зібраної в ході маркетингових досліджень. Особливістю кожного маркетингового дослідження є те, що потрібно правильно визначити завдання, яке потрібно вивчити, зібрати відповідні дані і перетворювати необроблені дані на корисну інформацію. Саме тому, постає завдання дослідити наскільки актуальне маркетингове дослідження при проведенні фінансових послуг в банківських установах, та їх впливу на прибутковість.

Банківські установи відіграють вирішальну роль у заохоченні фізичних осіб до заощаджень, залученні інвестицій або застосування цих невеликих інвестицій у сферах обслуговування та виробництва. Маркетингове дослідження є важливим для кожного суб'єкту господарювання, який прагне працювати в перспективі в інтересах його зацікавлених сторін/акціонерів та окремого споживача, максимізувати свій прибуток, збільшити частку ринку і стати справжнім конкурентом на фінансовому ринку. Крім того, маркетингові дослідження надають суб'єктам господарювання та глибоке розуміння того, як працює ринок та допомагає управління в кращому та ефективнішому прийнятті рішень, тому це допомагає керівництву спрогнозувати як споживачі відреагують на продукт або послугу.

Маркетингове дослідження є систематичним і об'єктивне виявлення, збір, аналіз і поширення інформації відбувається з метою надання допомоги керівництву в прийнятті рішень. Дослідження ідентифікації проблеми проводиться для виявлення проблем, які не є очевидними на поверхні, але все ж існує або може виникнути в майбутньому, наприклад, ринковий потенціал, частка ринку, аналіз продажів, прогнозування та бізнес-тенденції.

Маркетинг банківських послуг полягає у виявленні потреб власників заощаджень і їх задоволенні; з іншого боку, це стосується розробки та надання банківських послуг, здійснюється через ідентифікацію та класифікацію змінних і визначення значущості дієвих факторів впливу на переваги споживачів.

Банківський маркетинг, по суті, орієнтує маркетингові програми і діяльність та створює належну основа для інших маркетингових розвідок як невід'ємний елемент усіх банківських послуг.

Особливості банківського маркетингу:

- невідчутність: банківський продукт особливий, його не можна побачити, як промислові продукти;
- нерозривність: у маркетингових банківських продуктах: продукт і продавець нероздільні, вони разом визначають банківський продукт;
- швидкодоступність: банківські продукти – створюються і надаються одночасно; вони не можуть бути створені заздалегідь;
- мінливість: стандартизація банківського продукту складна і неоднозначна.

Комерційні банки мають важливу маркетингову місію залучення нових клієнтів. Вони використовують багато рекламних тактик і стратегій для досягнення своїх нових цілей клієнтів. Це часто включає телевізійну та радіорекламу, рекламу в друкованих виданнях і журналах, а також зусилля зі зв'язків з громадськістю для спонсорювання національних і місцевих заходів. Загальна мета полягає в тому, щоб збільшити кількість нових облікових записів як серед потенційних, так і серед існуючих клієнтів. Банки збирають інформацію, щоб оцінити та класифікувати нових клієнтів за допомогою інформації, що надається в кредитних заявках, щоб оцінити кредитоспроможність і затвердити нові заявки на рахунки.

Отже, важливість банківського маркетингу пов'язана з необхідністю розвитку теорії та практики, його особливостей та нових тенденцій, пов'язаних із цією концепцією. Перспективи розвитку банків та їх здатність швидко та ефективно вирішувати нові виклики, які ставить ринок, можна визначити через сучасні форми, методи управління та творче використання можливостей фінансового маркетингу.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРИНГУ В АГРАРНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ

Ролінський О.В., к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Власюк С.А., к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Параскун І.О., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Уманський національний університет садівництва

Зазвичай діяльність сільського господарства не асоціюється з технологіями, але сучасні технології стали незамінними в цьому секторі, так як відіграють дедалі важливішу роль у допомозі агробізнесу залишатися конкурентоспроможними.

Нині, є багато чинників, що сприяють ефективному фінансовому результату діяльності, проте одним із потенційних факторів, який привертає все більше уваги, є поява аутсорсингу сільськогосподарського виробництва, нової сільської інституції, яка з'явилася в останні роки.

Гейко О.Л. розглядає аутсорсинг як передачу виконання будь-якого завдання або процесу відповідній спеціалізованій зовнішній інституції [1].

Агровиробники в основному зосереджують свою діяльність на виробництві продукції з низькою доданою вартістю. Саме тому і виникла гостра потреба передивитись наявні бізнес-моделі підприємницьких структур аграрної сфери та розглянути доцільність підвищення конкурентоспроможності за допомогою аутсорсингу певних специфічних процесів діяльності господарства.

Незгода О.К. та Тарнавська О.Б. досліджуючи аутсорсинг як інструмент ефективного стратегічного розвитку, розглядають управлінську стратегію, що втілюється під час делегування певних видів робіт сторонньому виконавцю. Аутсорсинг відбувається саме тоді, коли товаровиробник придбає товари, роботу чи послуги у стороннього виконавця, при цьому не використовуючи власні виробничі потужності. Аутсорсинг побудовано на принципі розподілу праці, мета якого є побудова стійкого виробництва, підвищення ефективності діяльності та зменшення витрат [2].

Використання аутсорсингу в сільському господарстві стимулюватиме капітальні інвестиції в сільське господарство через фінансовий ринок, сприятиме поширенню та застосуванню передової сільськогосподарської техніки, розвиток кооперації, масштабування та стійкості.

Аграрії займаються різними видами діяльності, такими як: збір інформації (інф.-збір), рішення про фермерський проект (проект-рішення) та закупівля засобів сільськогосподарського виробництва (засобів купівлі) у підготовці; оранка, посів, внесення добрив, зрошення, прополювання та внесення препаратів у виробництво; збір урожаю, зберігання, переробка, транспортування сільськогосподарської продукції; переробка та реалізація побічної продукції сільського господарства та ін. У відповідності зі ступенем

самостійності здійснення діяльності, продажі повинні бути основним бізнесом аграрія.

І саме тому, аутсорсинг стає необхідним для аграріїв, які не мають достатньої кількості сільськогосподарської техніки, бракує певних ключових навичок та обмеженні в трудових ресурсах

Слід відмітити, що останні технологічні досягнення в сільськогосподарській галузі були досягнуті завдяки штучному інтелекту, який зараз прокладає шлях до нових і вдосконалених методів вирощування сільськогосподарських культур і ведення сільського господарства. Усі геопросторові дані, карти та навіть аерофотознімки, отримані з дронів, можуть надати агровиробникам цінну інформацію про стан їхніх посівів у режимі реального часу та вжити необхідних заходів для покращення ситуації.

Аутсорсинг сільського господарства є ефективним інструментом та механізмом раціоналізації виробництва для малого і середнього бізнесу, який має на меті підвищення результативності діяльності завдяки конкурентним перевагам, таким як, підвищення продуктивності праці, розподіл виробничих і фінансових ризиків, здатність суттєво збільшити продуктивність наявних виробничих потужностей.

Список використаних джерел

1. Гейко О.Л. Аутсорсинг у сільському господарстві провідних країн світу – досвід для України. *Агросвіт*. 2021. № 3. С. 75–80. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.3.75
2. Незгода О.К., Тарнавська О.Б. Перспективи використання промислового аутсорсингу на підприємствах сільського господарства України. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2022. № 1 (32). С. 55-66. DOI: 10.32342/2074-5362-2022-1-32-6

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ АУТСОРИНГУ В АГРАРНИЙ СЕКТОР УКРАЇНИ

Ролінський О.В., к.е.н., доцент

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Параскун І.О. здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Уманський національний університет садівництва

Зазвичай діяльність сільського господарства не асоціюється з технологіями, але сучасні технології стали незамінними в цьому секторі, так як відіграють дедалі важливішу роль у допомозі агробізнесу залишатися конкурентоспроможними.

Нині, є багато чинників, що сприяють ефективному фінансовому результату діяльності, проте одним із потенційних факторів, який привертає все більше уваги, є поява аутсорсингу сільськогосподарського виробництва, нової сільської інституції, яка з'явилася в останні роки.

Гейко О.Л. розглядає аутсорсинг як передачу виконання будь-якого завдання або процесу відповідній спеціалізованій зовнішній інституції [1].

Агровиробники в основному зосереджують свою діяльність на виробництві продукції з низькою доданою вартістю. Саме тому і виникла гостра потреба передивитись наявні бізнес-моделі підприємницьких структур аграрної сфери та розглянути доцільність підвищення конкурентоспроможності за допомогою аутсорсингу певних специфічних процесів діяльності господарства.

Незгода О.К. та Тарнавська О.Б. досліджуючи аутсорсинг як інструмент ефективного стратегічного розвитку, розглядають управлінську стратегію, що втілюється під час делегування певних видів робіт сторонньому виконавцю. Аутсорсинг відбувається саме тоді, коли товаровиробник придбає товари, роботу чи послуги у стороннього виконавця, при цьому не використовуючи власні виробничі потужності. Аутсорсинг побудовано на принципі розподілу праці, мета якого є побудова стійкого виробництва, підвищення ефективності діяльності та зменшення витрат [2].

Використання аутсорсингу в сільському господарстві стимулюватиме капітальні інвестиції в сільське господарство через фінансовий ринок, сприятиме поширенню та застосуванню передової сільськогосподарської техніки, розвиток кооперації, масштабування та стійкості.

Аграрії займаються різними видами діяльності, такими як: збір інформації (інф.-збір), рішення про фермерський проект (проект-рішення) та закупівля засобів сільськогосподарського виробництва (засобів купівлі) у підготовці; оранка, посів, внесення добрив, зрошення, прополювання та внесення препаратів у виробництво; збір урожаю, зберігання, переробка, транспортування сільськогосподарської продукції; переробка та реалізація побічної продукції сільського господарства та ін. У відповідності зі ступенем самостійності здійснення діяльності, продажі повинні бути основним бізнесом аграрія.

І саме тому, аутсорсинг стає необхідним для аграріїв, які не мають достатньої кількості сільськогосподарської техніки, бракує певних ключових навичок та обмеженні в трудових ресурсах

Слід відмітити, що останні технологічні досягнення в сільськогосподарській галузі були досягнуті завдяки штучному інтелекту, який зараз прокладає шлях до нових і вдосконалених методів вирощування сільськогосподарських культур і ведення сільського господарства. Усі геопросторові дані, карти та навіть аерофотознімки, отримані з дронів, можуть надати агровиробникам цінну інформацію про стан їхніх посівів у режимі реального часу та вжити необхідних заходів для покращення ситуації.

Аутсорсинг сільського господарства є ефективним інструментом та механізмом раціоналізації виробництва для малого і середнього бізнесу, який має на меті підвищення результативності діяльності завдяки конкурентним перевагам, таким як, підвищення продуктивності праці, розподіл виробничих і фінансових ризиків, здатність суттєво збільшити продуктивність наявних виробничих потужностей.

Список використаних джерел

1. Гейко О.Л. Аутсорсинг у сільському господарстві провідних країн світу – досвід для України. *Агросвіт*. 2021. № 3. С. 75–80. DOI: 10.32702/2306-6792.2021.3.75
2. Незгода О.К., Тарнавська О.Б. Перспективи використання промислового аутсорсингу на підприємствах сільського господарства України. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2022. № 1 (32). С. 55-66. DOI: 10.32342/2074-5362-2022-1-32-6

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Мельник К.М., к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Шпірко В. Ю., студентка 21-ф

Уманський НУС

Одним з головних показників фінансової безпеки банків є їх капіталовкладення та ліквідність. Багато банків звертають особливу увагу на підвищення свого капіталу та забезпечення високого рівня ліквідності. Це вимагає виконання строгих капіталовкладень та ліквідності, які встановлюються фінансовими регуляторами. Такі заходи спрямовані на забезпечення стабільності фінансової системи та захисту інтересів клієнтів.

Банки в I кварталі 2023 року отримали 34 млрд грн чистого прибутку проти 152 млн грн збитку в I кварталі 2022 року, а також збільшили операційний дохід на 48% у річному вимірі. Чистий процентний дохід за I квартал у річному обчисленні збільшився на 41%. Чистий комісійний дохід зріс на 20% порівняно з результатом I кварталу 2022 року. Чистий операційний прибуток до відрахувань у резерви збільшився у I кварталі 2023 року вдвічі – до 45,9 млрд грн. Темпи відрахувань у резерви під збитки від активних операцій знизилися порівняно з показниками I кварталу 2022 року на 82%, зокрема, в резерви під кредити – на 90%. Загалом із початку повномасштабного вторгнення банки сформували резерви під кредитні втрати на 108 млрд грн [1]. Рентабельність капіталу банківського сектору на 01 квітня 2023 року становила 58% порівняно з (– 0,25%) у 2022 р. Нарахований за квартал податок на прибуток перевищив відповідний річний показник історично найприбутковішого 2021 року [2].

Якщо взяти для прикладу один місяць, то за даними НБУ, у січні 2023 року чистий прибуток банківської системи становив 14,7 млрд грн, майже удвічі перевищивши відповідний показник 2022 року (7,1 млрд грн). Покращення фінансового результату банків мало місце через збільшення чистих процентних доходів (до 16,5 млрд грн у січні 2023 року або +28% порівняно із січнем 2022 р.) та позитивний результат від переоцінки операцій купівлі-продажу цінних паперів (6 млрд грн у січні 2023 р.). Крім того, відрахування у резерви за активними операціями, що були основним чинником погіршення фінансових результатів у 2-4 кварталах 2022 р., у січні

2023 р. були помірними (2,5 млрд грн), що обумовило зниження їх негативного впливу на фінансові результати банків. Позитивні фінансові результати діяльності дозволяють банківській системі України демонструвати високі показники адекватності капіталу, які за результатами січня залишалися на рівні близькому до попереднього місяця: 19,8% для регулятивного та 13,1% – для основного капіталу банків [3]. Відповідні значення майже удвічі перевищують мінімальні нормативні вимоги (10% та 7% відповідно) та створюють запобіжний простір від негативного впливу воєнних дій на платоспроможність банківської системи.

Зростання ВВП, стабільність ринків, рівень безробіття та інфляції, також впливають на фінансову безпеку банків.

Пандемія та військове напруження створили нові виклики щодо операційної безпеки банків. Збільшений обсяг онлайн-операцій та цифрових послуг підвищив ризик кібератак, шахрайства та використання клієнтських даних. Банки мусили приділити більшу увагу захисту своїх систем та даних клієнтів, щоб забезпечити високий рівень операційної безпеки.

Уряди та регуляторні органи впроваджували заходи фінансової підтримки для зменшення негативного впливу пандемії на економіку. Банки були задіяні в процесі надання фінансової допомоги підприємствам та домогосподарствам, а також у реструктуризації позик, щоб забезпечити стійкість боржників та знизити ризики неплатоспроможності.

Загальна економічна рецесія та обмеження на рух людей призвели до зниження активності в бізнес-секторі. Це мало вплив на доходи банків від комісійних операцій, таких як операції з картками, послуги зберігання та інвестиційні послуги.

В останні роки загострення воєнних конфліктів призвели до зменшення економічної активності, зростання безробіття та загрози фінансової стійкості підприємств і домогосподарств. Це тенденцією є збільшення ризику дефолту та неплатоспроможності у кредитному портфелі банків. Банки мають здійснювати додатковий моніторинг своїх позикових операцій та робити адекватні резервування для зменшення можливих збитків [4].

Ще однією тенденцією останніх років стали низькі процентні ставки. Багато країн світу зберігали низькі процентні ставки для підтримки економіки під час пандемії.

Зміни в ринковій динаміці, зокрема в цінах на активи, валютних курсах та вартості цінних паперів. Не всі банки виявилися готові до таких змін.

Посилення вимог до ліквідності та капіталу. Регуляторні органи можуть змінювати правила та стандарти, щоб забезпечити фінансову стійкість банківської системи в умовах нестабільності під час війни.

Особлива увага приділяється якості капіталу, його легкодоступності, стійкості та спроможності погасити зобов'язання. Банки мають відповідати регуляторним стандартам, таким як Basel III, що забезпечують високий рівень фінансової стійкості.

Регуляторні органи проводять стрес-тести, щоб оцінити стійкість банківської системи. Ці тести допомагають виявляти вразливості банків та розробляти плани резолюції для неплатоспроможних банків.

Банки формують резерви для покриття можливих збитків та непередбачуваних подій (резерви на покриття неповернутих кредитів, на покриття ризиків та покриття зобов'язань). Наявність достатніх резервів є важливим фактором для фінансової безпеки банку [5].

Отже, для зміцнення фінансово-економічної безпеки банкам потрібні наступні заходи: підвищення кібербезпеки; запровадження ефективної системи виявлення та запобігання шахрайствам; диверсифікація портфеля; ефективне управління запасами капіталу; резервування; ефективне управління капіталовкладеннями; постійне навчання персоналу; забезпечення стійкості систем; посилення внутрішнього контролю; впровадження двофакторної аутентифікації.

Список використаних джерел

1. Зведення Національного Банку України за 1 квартал 2023 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/bankivskiy-sektor-u-i-kvartali-2023-roku-otrimav-34-mlrd-grn-pributku> (дата звернення: 01.06.2023).

2. Офіційний сайт Національного банку України / Наглядова статистика URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> (дата звернення: 01.06.2023).

3. Високий рівень ліквідності банківської системи створює можливості для розвитку кредитування. URL: https://lb.ua/blog/bogdan_danylysyn/547532_visokiy_riven_likvidnosti.html (дата звернення: 01.06.2023).

4. Барановський О.І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення). Київський національний торговельно-економічний ун-т. К. : КНТЕУ, 2004. 760с.

5. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : монографія / за ред. В. М. Геєця. Х. : «ІНЖЕК», 2006. 240 с.

РИНОК СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ

Улянич Ю.В., к.е.н., доцент

Уманський національний університет садівництва

Ринок страхування життя в Україні почав своє становлення у 1996 році, після набуття чинності Законом України «Про страхування», де страхування життя виділялось, як окрема галузь страхової діяльності. Становлення цього виду відносин продовжується і сьогодні. Страхова діяльність змінюється, удосконалюється й усе більше впливає на економіку країни, розширюється сфера страхування, з'являються і розвиваються нові його види [18].

І навіть після повномасштабного вторгнення рф на територію України ринок страхування життя продовжив свою роботу та протягом 2022р. демонстрував відновлення показників своєї діяльності. Обсяги ринку

страхування життя за 1 півріччя 2022 р. відновлювались: як у страхових преміях (-21% у порівнянні із початком війни (-57%)), так і у страхових виплатах, де має місце вихід на обсяги аналогічного періоду попереднього року (-52% та - 65% проти +6% та +10% у страхових виплатах та виплатах викупних сум відповідно). Під час дії військового стану компанії зі страхування життя накопичують ліквідність, одночасно інвестуючи у військові облигації, рис. 1.

ТОП-5 страховиків життя за преміями, 6М2022

№	Страховик	Премії, тис. грн.	Темп росту, %
1	МЕТЛАЙФ	941 968	-1,30
2	ТАС	247 555	-31,23
3	УНІКА ЖИТТЯ	220 124	-12,91
4	РЗУ УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	205 581	-31,22
5	ARX LIFE	136 954	-13,92
	.		

ТОП-5 страховиків життя за виплатами, 6М2022

№	Страховик	Виплати, тис. грн.	Викупна сума
1	МЕТЛАЙФ	142 929	50 401
2	ТАС	79 693	25 162
3	ARX LIFE	24 095	28
4	РЗУ УКРАЇНА СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	20 708	8 514
5	УНІКА ЖИТТЯ	16 142	12 315
	.		

Рис. 1.Топ-5 страховиків життя на страховому ринку України

До вторгнення РФ на територію України і нині проблемою, що стримує розвиток страхування життя, є надзвичайно низький рівень фінансової спроможності потенційних страхувальників та страхової культури вцілому. Більша частина населення країни вбачає необхідність у страхуванні власного життя, чи життя своїх близьких, і робить це тільки в крайньому разі, коли цього вимагає ситуація.

Деякі науковці наголошують на домінуванні банківського страхування життя (зокрема, страхування життя позичальників споживчих кредитів) у структурі страхових премій (понад 90%) [1].

Ще однією причиною низького рівня проникнення страхування в Україні є незначний рівень довіри до страхових компаній, спричинений негативним досвідом страхування у радянські часи, а також відсутністю реальних державних гарантій отримання страхових виплат у результаті банкрутства страховика або його шахрайських дій.

Дотепер на ринку страхування життя має місце недобросовісна практика агентів, яка шкодить розвитку страхової культури та підтриманню високого рівня страхування. Ще до факторів, що негативно впливають на ринок страхування життя в Україні, також слід віднести: різкі коливання валютного

курсу, нестабільність політичної ситуації всередині країни, недостатній рівень капіталізації страховиків, відсутність надійних інвестиційних проектів. Позитивні зрушення у сфері страхування життя напряму залежать від економічної та політичної ситуації в країні. Страхування життя є одним з найбільш перспективних напрямів страхового ринку, що має стати потужним механізмом розвитку вітчизняної економіки.

Список використаних джерел

1. Незалежний рейтинг страхових компаній URL: <https://forinsurer.com/rating> (дата звернення: 29.05.2023)
2. Борисова В.А. Страхування життя як інструмент підвищення рівня життя населення. Економіка і менеджмент культури. 2016. № 2. С. 31–38.

*СЕКЦІЯ 2. Інноваційна та інвестиційна діяльність в умовах розвитку
глобальних процесів економіки України*

КРАУДФАНДИНГ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ

Ковтун Л. А., здобувач вищої освіти ОС Бакалавр

Науковий керівник – Єгорова О.В.,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Полтавський державний аграрний університет

Фінансування будь якого бізнесу є дуже важливою складовою його розвитку. Одним із джерел фінансування бізнесу, особливо молодого, є краудфандинг.

Краудфандинг (з англійської «фінансування громадою») – це залучення коштів від великої кількості осіб для фінансування певного проєкту.

Вважається, що цей термін з'явився у 2006 році, його автором є Джефф Хаун. Але, звичайно, фінансування проєктів громадою спостерігалось і раніше. Так, багато пам'яток архітектури, зокрема, Статуя Свободи у Нью-Йорку (США), Храм Святого Сімейства у Барселоні (Іспанія) збудовані за рахунок пожертвувань. За однією з версій, краудфандинг зародився у 1949 році, коли за 16 годин було зібрано понад 100 тис. доларів для підтримки Фонду досліджень раку імені Д. Раніона [1, с.132]. За іншою, найбільш поширеною версією, дане джерело фінансування зародилося у 1997 році, коли фанати рок гурту Marillion збирали кошти на їх тур. Однак масовий характер краудфандинг отримав з появою і розвитком інтернету.

Існують такі види краудфандингу: [4]

- Благодійний – люди вкладають свої внески у проєкт на безповоротній основі, нічого не отримуючи натомість.
- За винагороду – вкладники через певний час отримують певну винагороду (невеличка грошова винагорода, символічний сувенір тощо) від автора проєкту.
- За частку в проєкті – кожен може вкласти свої кошти в проєкт в обмін на частину акцій даної компанії.
- Позиковий або краудлендінг – фінансування, за якого вкладені гроші вкладника через деякий час повернуться до нього з мінімальним відсотком.
- Роялті – це вид краудфандингу за якого спонсори через деякий час отримують частку прибутку.

Наразі краудфандинг відбувається переважно через інтернет мережу за допомогою краудфандингових платформ. На них діють наступні суб'єкти: автор проєкту, якому необхідне фінансування, краудфандинг платформа, яка допомагає в просуванні, рекламі даного стартапу чи проєкту та спонсори – люди, які мають бажання та можливість вкласти в той чи інший проєкт певну незначну суму коштів, але за рахунок масовості однодумців незначними вкладеннями можна досягти певної цілі та навіть більше. [3]

Найвідомішими світовим краудфандинговими платформами є KickStarter, IndieGoGo, RocketHub. KickStarter це найпопулярніша платформ

у сфері краудфандингу, яка стала поштовхом для створення інших платформ. Створена у 2009 році, вона не працює з бізнесами, які давно функціонують, а направлена на відкриття нових ідей, стартапів та бізнесу. За розміщення ідей на сайті бере 5% від загальної суми збору. На Kickstarter якщо проєкт не набирає необхідної суми коштів всі внески повертаються до вкладників. Прикладами, українських ідей, які втілилися за допомогою даної платформи є LaMetric на цей проєкт було зібрано 369 тис. дол., Petcube – зібрано 251 тис. дол. та iBlazr - 156 тис. дол. [4]

Спільнокошт це перша онлайн платформа краудфандингу в Україні заснована в 2012 році. Платформа бере 10% від загальної суми за свої послуг, в разі не закриття збору проєкту, всі кошти повертаються спонсорам. RazomGo – це платформа яка заснована у 2018 році, спрямована на проєкти освіти, охорони здоров'я та спорту. Обмежень терміну збору коштів нема.[2]

На нашу думку, краудфандинг має багато переваг: можливість інвестувати невеликі суми у будь-який проєкт, чим забезпечується нижчий рівень ризиковості; доступ до інвестування; безповоротність фінансування, або вигідніші умови повернення; також важливе значення має можливість розповсюджувати інформацію про інноваційний проєкт до його появи на ринку та відстежити попит на нього. Він дозволяє залучити кошти у масштабі планети від безлічі небайдужих інвесторів і, що найголовніше – досить часто на безповоротній основі. Але, звичайно, краудфандинг має й свої недоліки, перш за все, це доступ до повного опису стартапу, що загрожує його копіюванням чи використанням конкурентами; недостатня розповсюдженість. Недоліками краудфандингу в Україні є мала обізнаність населення щодо такого фінансування, обмеженість фінансових ресурсів населення, що не дозволяє зібрати великі суми та відсутність законодавства. [1]

Отже, краудфандинг відносно нова та вигідна форма фінансування бізнесу. Адже, краудфандинг дає можливість розвитку нових свіжих ідей власники, яких не мають змоги самостійно фінансувати свої проєкти. Надзвичайно гарним є те, що бізнес проєкти можна висвітлювати не лише на вітчизняних платформах, а й на світових, що збільшує шанс втілення у реальність різних ідей.

Список використаних джерел

1. Корнух О.В., Донських Ю.А. Краудфандинг як інноваційне джерело фінансування в Україні. 2018. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2018/85.pdf.
2. Краудфандинг: як отримати фінансування для стартапу бізнесу? Школа бізнесу нова школа. 2021. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/kraudfanding-v-ukraine#12300>
3. Повод Т.М., Остапенко А.С. Краудфандинг як перспективне джерело фінансування. 2018. С. 235-240. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/16_2018/43.pdf.

4. Толуб Н. Краудфандинг в Україні: як він працює та чим корисний у бізнесі. *Бізнес кейс*. 2021. URL: <https://thepage.ua/ua/business/kraudfanding-ukrayina-sho-ce-take-yaki-platformi-isnuyut-ta-yaki-perevagi>.

ІННОВАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Ткач Л.Л.

Дендебера О.П.

наукові співробітниці відділу

організації наукових досліджень та інноваційного розвитку
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

Економіка знань (англ. Knowledge Economy) – це спосіб виробництва, коли рушійною силою прогресу є знання, зосереджені в людському капіталі [1]. Перехід до економіки знань стосується практично всіх сторін діяльності та функціонування суспільства. Становлення економіки знань в Україні регулює «Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року», схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України № 526-р від 10 липня 2019 р. [2]. та Закон України від 15.07.2021 р. «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» №1667-ІХ [3].

Інформаційний вимір наразі здійснюється за показниками стану галузі інформації та телекомунікацій (ІТК). Так, стан галузі за обсягом створеного нею ВВП у 2016-2021 рр. приведено в табл. 1.

Таблиця 1

Обсяги створеної продукції окремими галузями економіки України за 2016-2021 рр., млн грн

Галузь	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Сільське господарство	279701	303419	360998	356563	393077	593367
Добувна промисловість	131650	176851	214158	222210	193120	351148
переробна промисловість	291471	357160	410646	429084	426483	560527
Інформація та телекомунікації	89268	110296	138828	182667	209394	255635
Частка ІТК у ВВП, %	3,74	3,70	3,90	4,59	4,96	4,69

Джерело: Державна служба статистики України. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

Частка галузі у національному ВВП за аналізований період була найвищою у 2020 р., проте знизилася на 0,30 відсоткових пункти у 2021-му. Структуру аналізованої галузі за видами діяльності у 2020 р. наведено на рис. 1, аналіз якого свідчить, що найбільшу питому вагу має комп'ютерне програмування – 61%.

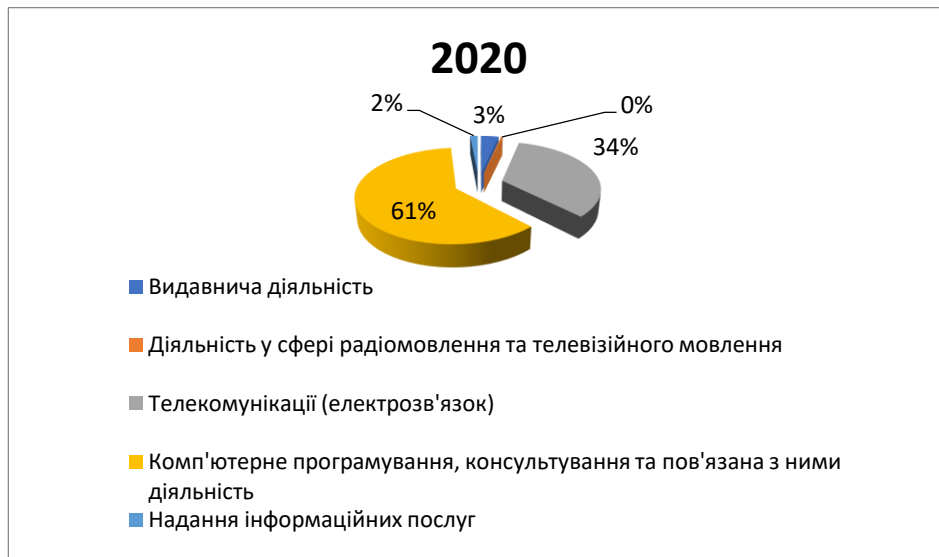


Рис. 1. Структура галузі інформації та телекомунікацій у 2020 рр., %

Джерело: Державна служба статистики України. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

До 2012 року розраховувався міжнародний Індекс економіки знань (The Knowledge Economy Index, KEI), який формувався з індексів економічного і інституціонального режиму, освіти, інновацій та інформаційних технологій і комунікацій. Це комплексний показник для оцінки ефективності використання країною знань з метою її економічного і суспільного розвитку, сукупний індекс, який відображає загальний рівень розвитку країни або регіону в напрямку економіки знань. Індекс показує, чи є сприятливим середовище для ефективного використання знань для економічного розвитку. Значення Індексу економіки знань для України у 2000 р. становило 5,65, у 2012 р. – 5,73, а за цей же період, наприклад, для Польщі, його значення вимірювалось у 7,23 та 7,41 бали.

У Стратегії № 526-р [2] про стан інноваційної системи України відносно світового рівня на основі міжнародних індексів зазначено, що наша країна має високий освітній та науковий потенціал, здатний продукувати різноманітні нововведення у вигляді ідей, наукових розробок, патентів. Але серед основних бар'єрів для розвитку інновацій в Україні постають: недосконалість інституцій, недостатньо розвинута інфраструктура, низький рівень валового нагромадження капіталу тощо. При цьому треба врахувати, що основні категорії економіки знань: еволюція наукових уявлень, складові та чинники формування в новітніх умовах напрацьовувались дослідниками у довоєнний період [4], а на період воєнного стану за відсутністю даних оцінити її стан доволі складно. Тому завданням наукових розвідок є визначення шляхів відновлення позицій нашої держави у світових рейтингах та їх подальший випереджувальний розвиток у період післявоєнної відбудови.

Список використаних джерел

1. Економіка знань. Енциклопедія сучасної України. URL: <https://esu.com.ua/article-18730> (дата звернення: 20.05.2023).

2. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України № 526-р від 10 липня 2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/526-2019-%D1%80> (дата звернення: 20.05.2023).

3. Закон України від 15.07.2021 р. «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» №1667-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1667-20> (дата звернення: 22.05.2023).

4. Маслак О. І., Данилко В. К., Гришко Н. Є., Скрипнюк К. О. Економіка знань: еволюція наукових уявлень, складові та чинники формування в новітніх умовах. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8457> (дата звернення: 22.05.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.17.

УКРАЇНСЬКІ КОМПАНІЇ НА РИНКУ ІРО

Чеховська В.В., студентка першого (бакалаврського) рівня

Кущик А.П., к.е.н., доцент

професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Запорізький національний університет

Первинне розміщення акцій на фондових біржах є сучасним інструментом для залучення фінансових ресурсів для бізнесу. Останні роки виявилися для компаній нелегкими. Спочатку вони вимушені були подолати наслідки пандемії Covid-19, а зараз – підтримувати свою діяльність в умовах війни, тому проблема залучення додаткового фінансування є вкрай важливою як зараз, так і в майбутньому для відновлення економіки країни. Ефективним інструментом для підтримки не тільки певної компанії, а й економіки в цілому є первинне публічне розміщення акцій або Initial Public Offering (IPO).

IPO передбачає первинний продаж акцій необмеженому колу інвесторів на фондовій біржі. Хоча IPO є найпривабливішим методом залучення інвестиційних коштів, в той же час він ризиковий та дорогий. Тому виходити на IPO варто тим компаніям, які мають досить високу капіталізацію та операційний прибуток, щоб мати змогу покрити усі фінансові витрати, які викликані складністю процесу та залученням багатьох посередників. Виходячи на IPO, компанія не тільки залучає додатковий (довгостроковий) капітал, вона також підвищує свою репутацію та популярність, оскільки котирування на відомих біржах свідчить про надійність та позитивні фінансові результати компанії, а отже викликає довіру у потенційних інвесторів. Публічні компанії контролюють регуляторні органи, які присвоюють вищі рейтинги, а обов'язкова щоквартальна звітність підвищує прозорість бізнесу. Також компанія зменшує вартість капіталу і має змогу залучити дешевші позикові кошти, її капіталізація зростає та знижується кредитний ризик. Якщо казати про ризики, то варто зазначити, що ніхто не може точно передбачити ринкові тенденції та результати

продажу акцій. Компанії треба уважно обирати час для IPO та у разі потреби скоригувати його відповідно до настроїв ринку [1, 2].

Для українських компаній найуспішнішим роком у проведенні IPO став 2007, в якому було зроблено 7 розміщень та залучено 905 млн дол. Хоч у 2011 році також було 7 розміщень, проте залучили компанії 289 млн дол, що втричі менше, ніж у 2007 році. У 2008 році було лише 2 IPO, але залучено 668 млн дол (рис. 1). У 2009 році після світової економічної кризи не було розміщень. З 2014 року українські компанії не проводили IPO внаслідок кризового економіко-політичного становища в Україні, спричиненого військовою агресією РФ [1].

Загалом починаючи з 2005 року проведено 28 публічних розміщень акцій (на 2 635 млн дол) українських компаній на закордонних фондових біржах, серед них 13 на Варшавській фондовій біржі, 14 на Лондонській фондовій біржі та 1 на фондовій біржі Торонто. Якщо дивитися у розрізі галузей, то найбільшу частку займають компанії з аграрного сектору (39%), на другому місці нерухомість (18%), далі металургійна та гірничодобувна (14%) [3].



Рис. 1 Кількість та обсяги залучених коштів (млн дол США) від проведених IPO українськими компаніями у 2005-2013 роки [3].

Загалом починаючи з 2005 року проведено 28 публічних розміщень акцій (на 2 635 млн дол) українських компаній на закордонних фондових біржах, серед них 13 на Варшавській фондовій біржі, 14 на Лондонській фондовій біржі та 1 на фондовій біржі Торонто. Якщо дивитися у розрізі галузей, то найбільшу частку займають компанії з аграрного сектору (39%), на другому місці нерухомість (18%), далі металургійна та гірничодобувна (14%) [3].

Якщо розглядати світовий ринок IPO, то 2021 рік став найкращим та найактивнішим за останні 20 років, було здійснено 2388 угод та отримано 453,3 млрд дол прибутку. Очікувалося, що показники 2022 року перевершать 2021, але у зв'язку з нестабільною ринковою кон'юнктурою, зростаючими відсотковими ставками та інфляцією, кількість угод скоротилася до 1333, майже на 45%, доходи скоротилися на 61% до 179,5 млрд дол. Винятком став сектор енергетики, адже через підвищення цін на нафту та газ, компанії

проводили IPO та залучили 39,9 млрд дол, частка доходів цього сектору зросла до 22% у порівнянні з 6% минулого року. Також лідером у 2022 році залишився технологічний сектор (310 угод та 23% від загальних надходжень). Щодо 2023 року, то прогнозують слабке перше півріччя та зростання активності у другій половині року [4].

Тож, можна зробити висновок, що IPO доцільніше для більш великих компаній, які зможуть інвестувати свій час та кошти в високовартісну процедуру. Хоча й IPO супроводжується певними ризиками, майбутня вигода все таки є більшою, тому ризики є виправданими.

Список використаних джерел

1. Шевчук О.І., Юр'єва П.Б. IPO: Загальносвітові тенденції розвитку та українські реалії. *Цифрова економіка та економічна безпека*, Вип. 2(02). С. 21-26.

2. Вороніна О.О., Москвіна А.О. IPO як спосіб підвищення конкурентоспроможності компанії на міжнародних ринках капіталу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»* : науковий журнал. Острог : Вид-во НаУОА, 2020. № 16(44). С. 30–33.

3. Полякова А. Огляд ринку первинного публічного розміщення акцій та перспективи виходу українських компаній на IPO. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/oglyad-rinku-pervinnogo-publichnogo-rozmishennya-akcij-ta-perspektivi-vihodu-ukrayinskih-kompanij-na-ipo> (дата звернення: 25.05.2023).

4. Mozée C. Global IPO launches sank by 45% in 2022 as rate hikes and geopolitical tensions kept companies away. URL: <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/ipo-volume-global-2022-rates-hikes-inflation-nasdaq-nyse-markets-2022-12> (дата звернення: 25.05.2023).

УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ

Ю.О. Нестерчук, д.е.н., професор

І.М. Синенко, здобувач третього рівня вищої освіти (доктор філософії)
Уманський національний університет садівництва

В Україні інформаційно-комунікаційний ринок динамічно розвивається та має досить значний потенціал, щоб зарекомендувати себе як важливу частину інформаційного суспільства світу. Проте, зіштовхнувшись з руйнівними наслідками пандемії COVID-19, повномасштабним вторгненням росії в Україну 24 лютого 2022 р. внутрішній ринок інформаційно-комунікаційних технологій переживає спад, як і всі галузі економіки України.

Український ринок інформаційних технологій є однією із ключових складових інформаційно-комунікаційного ринку, який мав значний ріст до

повномасштабного вторгнення. Сфера послуг інформаційних технологій увійшла в трійку за експортом, щорічний ріст складав 26 %, на ринку працювало біля 2000 сервісних компаній інформаційних технологій, кількість спеціалістів у цій індустрії налічувала більше 185 тисяч, а також Україна входила у топ-20 експортерів послуг інформаційних технологій у світі у 2017-2021 рр. [1].

У 2022 р. за даними НБУ ІТ-індустрія забезпечила валютні надходження до української економіки на суму 7,34 млрд дол. Обсяг експорту збільшився на 400 млн дол. у порівнянні з довоєнним 2021 р., приріст склав 5,8 %. Проте вже у січні 2023 р. прибутки від ІТ-послуг значно знизилися і принесли на 223 млн дол. менше, аніж у грудні минулого року [2].

Ситуація виглядає не критично, але спостерігається динаміка сповільнення темпів зростання ІТ-галузі, війна тягне за собою негативні економічні наслідки, негативний вплив має кризова економічна ситуація у світі, адже ресурси стають дорожчими; інтенсивно розвивається штучний інтелект. Усе це величезні виклики для індустрії ІТ загалом у світі та в Україні зокрема.

Ця індустрія почала свій активний ріст одразу після початку політичної кризи та війни у 2014 р. і стала привабливою для інвесторів. Основні показники, якими вимірюється внесок індустрії в економіку, є частка у ВВП, кількість спеціалістів та рівень експорту.

З 2015 р. розмір частки інформаційно-комунікаційної галузі у ВВП України в абсолютному вимірі зріс майже вдвічі – з 2.7 до 5 млрд дол. у 2019р.

З 2017 р. кількість спеціалістів у інформаційно-технологічній галузі зростає і у 2021 р. перевищило позначку у 200 тис. У 2022 р. спостерігається скорочення на 13 % наймання ІТ-персоналу, внаслідок чого найбільше потерпають початківці з мінімальним досвідом або ж узагалі без нього. Вакансій, на які вони можуть претендувати, за останній рік стало на 70 % менше, а конкуренція зросла більш ніж утричі.

Згідно з показниками Світового Банку, рівень експорту послуг України в сфері інформаційних технологій не піддався впливу війни з росією після 2014 р., але зазнав змін в бік зменшення з моменту повномасштабного вторгнення.

Отже, інформаційно-комунікаційний ринок України має позитивні показники розвитку, навіть попри негативні наслідки повномасштабного вторгнення росії в Україну. Для продовження позитивної тенденції його розвитку уряд України після завершення війни має зосередитись на створенні сприятливого бізнес-середовища, щоб новітній клас спеціалістів інформаційних технологій залишався в країні, та потенційні інвестори були зацікавлені вкладати кошти у вітчизняні продукти інформаційно-комунікаційного ринку.

Список використаних джерел

1. Skavronska, I. V. (2017), Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development, Economics and Sociology, Vol. 10, No. 2, pp. 87-106. DOI: 10.14254/2071-789X.2017/10-2/7
2. Veselovsky S. IT during the war: an island of stability and a growth point for the economy. URL: <https://focus.ua/uk/economics/519314-it-pid-chas-vyniostriv-stabilnosti-ta-tochka-rostu-dlya-ekonomiki>

*СЕКЦІЯ 3. Облік та оподаткування діяльності суб'єктів господарювання:
проблеми та напрями удосконалення*

**ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА
ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ**

Мірошніченко Є.М.², здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
спеціальності Облік і оподаткування
Полтавський державний аграрний університет

Успішне функціонування підприємства завжди залежить від якості, достовірності, повноти та об'єктивності отриманої інформації про зміни в зовнішніх умовах діяльності, а також про внутрішній стан підприємства. Внутрішня інформаційна система має задовільняти потреби всіх зацікавлених користувачів, що стосуються обґрунтування та прийняття необхідних управлінських рішень.

У системі управлінських рішень підприємства, що функціонує в реальному секторі економіки, особливе місце посідають фінансові рішення, наслідки яких безпосередньо чи опосередковано впливають на всі напрямки діяльності підприємства: матеріальне забезпечення, виробництво, збут, інвестиційну діяльність, кадрову політику тощо. Фінансові рішення потрібні для забезпечення фінансових ресурсів, функціонування та розвитку підприємства, а також відповідно до цього рішення стосуються ефективного використання наявного капіталу. Прийняття таких рішень базується на результатах фінансового аналізу [1].

Фінансовий аналіз – це процес оцінки фінансового стану підприємства за допомогою різноманітних методів та інструментів, який дозволяє зробити висновки про ефективність його діяльності, фінансову стійкість та потенціал. А запорукою достовірного та ефективного аналізу є наявність джерел аналітичної інформації, найголовнішим з яких є саме фінансова звітність. Фінансова звітність представляє собою бухгалтерську звітність, яка містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та грошові потоки підприємства за певний звітний період.

Основним призначенням для складання фінансової звітності є надання користувачам повної, точної та об'єктивної інформації про фінансовий стан, результати діяльності та грошові потоки підприємства [2].

Помітки у фінансовій звітності можуть призвести до неточностей у прийнятих управлінських рішеннях користувачами інформації, а в управлінській звітності - до неправильних дій менеджерів і керівників на різних рівнях внутрішнього підприємства.

В цілому, це може призвести до зниження ефективності підприємства і, відповідно, до його зниження прибутковості. Інформація, яка міститься у фінансовій звітності, надає можливість розробляти необхідні стратегії та

² Науковий керівник – Тютюнник Ю.М., кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування.

процедури, спрямовані на забезпечення виживання підприємства в умовах конкурентної боротьби, запобігання банкрутства та фінансових невдач, досягнення лідерства у конкурентному середовищі, зростання економічного потенціалу, максимізацію прибутку та мінімізацію витрат, а також забезпечення рентабельної діяльності підприємства.

Фінансова звітність складається з набору показників, які взаємодіють між собою логічно та інформаційно. Уніфікованість даних у фінансовій звітності забезпечує такі можливості [3]:

- за однаковими формулами визначати сукупність фінансово-аналітичних показників вітчизняних підприємств та іноземних підприємств бізнес-партнерів;
- за однаковими формулами (тестами) визначати кредитні рейтинги й імовірність банкрутства вітчизняних та іноземних підприємств;
- використовувати однакові методи розрахунку загальних показників фінансового стану вітчизняних та іноземних підприємств з метою оцінки їх привабливості для інвестування;
- створювати програмні продукти з фінансового аналізу.

Переваги показників фінансової звітності включають також встановлену нормативну регулярність надання інформації та високий рівень її надійності. Фінансова звітність спрямована на зовнішніх користувачів, є публічною та підлягає зовнішньому аудиту, що забезпечує забезпечення її достовірності.

Крім того, інформація, яка містить в обов'язкових формах державної статистичної звітності, що затверджуються Державною службою статистики України, широко використовується для аналізу фінансового стану підприємств різних галузей народного господарства та дослідження кількох залежностей фінансово-економічних показників на макрорівні.

Фінансова звітність надає дані для проведення різноманітних видів аналізу, включаючи аналіз балансу, аналіз прибутків та збитків, аналіз готівкових потоків та ін. Крім того, фінансова звітність також містить інформацію про зобов'язання та діяльність компанії, її кредитний рейтинг, фінансові ресурси та можливості для розвитку, що є факторами для оцінки фінансового стану компанії.

Фінансова звітність є необхідною складовою фінансового аналізу, після чого надає важливу інформацію для прийняття рішень щодо діяльності компанії та визначення її майбутньої перспективи. Правильний та своєчасний фінансовий аналіз, заснований на фінансовій звітності, дозволяє уникнути ризиків і забезпечує стабільність та успішність бізнесу [4].

Список використаних джерел:

1. Батракова Т.І., Конєв В.В. Рання діагностика та фінансовий аналіз стану підприємства як частина антикризисного управління. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Сер.: Економічні науки. 2016. Вип. 17(2). С. 57-59. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2016_17\(2\)_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2016_17(2)_16) (дата звернення 05.05.2023).

2. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник. Київ: КНЕУ, 2013. 779 с.

3.Тютюнник Ю.М.,Дорогань-Писаренко Л.О.,Тютюнник С.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2020. 434 с.

4. Сокольська Р.Б., Зелікман В.Д., АкімоваТ.В. Фінансовий наліз: навч. посіб. Частина І. Аналіз фінансової звітності. Дніпропетровськ: НМетАУ, 2015. 92 с.

*СЕКЦІЯ 4. Сучасний маркетинг: проблеми, гіпотези, дослідження***ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Бирка О.А., здобувач вищої освіти бакалаврського рівня
Державний біотехнологічний університет

Соціальні медіа перетворилися на важливий інструмент у сфері маркетингових комунікацій, який має значний потенціал для підтримки розвитку та просування аграрних підприємств. Сучасні технології та цифрова революція дозволяють агробізнесу знаходити нові шляхи для досягнення цільової аудиторії, збільшення своєї видимості та підвищення конкурентоспроможності. Перш за все, важливо розуміти, що соціальні медіа – це онлайн-платформи, які дозволяють користувачам обмінюватися інформацією, думками та враженнями [1, с. 78]. Це можуть бути популярні соціальні мережі, блог-платформи, форуми, відеохостинги та багато іншого. Соціальні медіа мають величезну активність користувачів та вплив на формування суспільної думки.

Маркетингові комунікації аграрних підприємств включають у себе всі дії, спрямовані на залучення, утримання та стимулювання споживачів агропродукції. Використання соціальних медіа в маркетингових комунікаціях аграрних підприємств дозволяє ефективно спілкуватися з аудиторією та збільшити розпізнаваність бренду [2, с. 114]. Основні переваги використання соціальних медіа в маркетингових комунікаціях аграрних підприємств включають:

1. Збільшення свідомості бренду. Соціальні медіа дозволяють аграрним підприємствам показати свою унікальність та цінність через створення цікавого та привабливого контенту. Вони надають можливість розповісти про історію бренду, його цінності, участь у соціальних проектах та інше. Це сприяє збільшенню свідомості про бренд серед цільової аудиторії.

2. Залучення цільової аудиторії. Соціальні медіа є потужним інструментом для залучення цільової аудиторії. Вони дозволяють аграрним підприємствам встановити прямий контакт зі споживачами, сприяють взаємодії та обміну ідеями. Завдяки соціальним мережам, аграрні підприємства можуть швидко реагувати на запити та питання споживачів, що сприяє встановленню довіри та лояльності.

3. Моніторинг та аналіз результатів. Соціальні медіа надають можливість аграрним підприємствам моніторити та аналізувати результати своїх маркетингових кампаній в реальному часі. Це дозволяє ефективно налаштовувати стратегії та кампанії, вносити необхідні корективи та забезпечувати максимальний розвиток бренду.

4. Розширення географічного охоплення. Соціальні медіа дозволяють аграрним підприємствам розширити своє географічне охоплення, залучивши клієнтів з різних регіонів. Це дає можливість розширити потенційний ринок

збуту і залучити нових клієнтів. Широкий охоплення соціальних мереж дозволяє аграрним підприємствам просувати свої продукти та послуги на місцевому, національному та навіть міжнародному рівні.

5. Конкурентна перевага. Використання соціальних медіа стає важливим фактором для збереження та розширення конкурентних позицій аграрних підприємств. Бренд, який активно працює в соціальних мережах, має більшу ймовірність бути поміченим та вибраним споживачами, ніж ті, які не використовують цей канал комунікації. Важливо зрозуміти, що соціальні медіа стають однією з основних платформ спілкування з молодіжним сегментом споживачів, який зазвичай має значний вплив на ринкові тренди та прийняття рішень щодо покупок.

Використання соціальних медіа в маркетингових комунікаціях аграрних підприємств є невід'ємною складовою успішної стратегії розвитку бренду. Цей інструмент дозволяє підприємствам залучати та утримувати цільову аудиторію, збільшувати свідомість про бренд, а також аналізувати та оптимізувати маркетингові кампанії [3]. З максимальним використанням можливостей соціальних медіа аграрні підприємства можуть зайняти конкурентну позицію на ринку та досягти стабільного росту. Однак, важливо пам'ятати про виклики, пов'язані з контролем та управлінням іміджу, захистом від негативних коментарів та керуванням кризовими ситуаціями. Розуміння цих викликів та вміння ефективно впоратися з ними допоможуть аграрним підприємствам максимізувати користь від використання соціальних медіа.

Список використаних джерел

1. Романюк І.А., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Квятко Т.М. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
2. Сєвідова І.О., Мандич О.В., Квятко Т.М., Бабко Н.М., Романюк І.А. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 200 с.
3. Романюк І.А. Вплив конкурентної боротьби на управління маркетинговою діяльністю сучасних підприємств. Молодь і сільськогосподарська техніка у XXI сторіччі: Зб. матер. XVI-й Міжнар. форум молоді. Харків: ХНТУСГ. 2020. С. 206.

ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Іваненко В.О., к.е.н., доцент

доцент кафедри економіки, менеджменту,
маркетингу та готельно-ресторанної справи

Христенко А.В., здобувач вищої освіти

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Маркетинг визначає призначення, стратегію бізнесу, стає комплексом організаційних важелів та дій, що забезпечують здійснення виробничих та

управлінських функцій для досягнення цілей компанії, її конкурентоспроможності та розвитку. Зокрема, маркетинг чинить вирішальний вплив на всі аспекти діяльності підприємства: підбір персоналу, обладнання, асортимент послуг, вироблених товарів, їх якість, привабливість та багато іншого. Вочевидь, від успішного маркетингу залежать вирішальною мірою фінансові результати діяльності підприємства.

Погоджуємось із І. Петровою та Є. Лойко, які зазначають, що «підприємства активно шукають нові стимули маркетингової політики, які б призвели до успіху у продажі своєї продукції та послуг» [3, с. 98].

Слід зазначити, що маркетингова складова охоплює всі стадії руху товару в умовах ринку, починаючи з вивчення потреб покупців та прогнозування попиту, розробки асортиментної політики та програм виробництва ринкових продуктів, а також надання послуг, пов'язаних з доведенням їх до кінцевого споживача, та завершуючи організацією післяпродажного обслуговування. Маркетинг дозволяє здійснити максимальну адаптацію до ринку шляхом вироблення стратегії та тактики, орієнтованих на споживача.

За висновком М. Волкової, «маркетинг як базова функція управління підприємством (фірмою) в умовах ринку пропонує керівнику-підприємцю деякі перевірені практикою рецепти досягнення позитивних результатів господарської діяльності в ринкових сегментах із мінімальним ризиком» [1, с. 281].

Інструментом реалізації маркетингу, як економічного явища, є маркетингова діяльність, яка передбачає активні дії на шляху утвердження певного підприємства на певному ринку.

Зазначимо, що маркетингова діяльність сьогодні є невід'ємною частиною підприємницької діяльності будь-якого підприємства.

У найзагальнішому сенсі під маркетинговою діяльністю розуміється узгоджена робота відділів і служб підприємства з вирішення різних питань щодо збуту товару, які неминуче постають перед будь-яким підприємством.

На думку Г. Гузенко, «маркетингова діяльність підприємства спрямована на те, щоб досить обґрунтовано, враховуючи попит ринку, встановлювати поточні і, головне, довгострокові (стратегічні) цілі, шляхи їх досягнення та реальні джерела ресурсів господарської діяльності, визначати асортимент і якість продукції, її пріоритети, оптимальну структуру виробництва і бажаний прибуток» [2, с. 228].

Для маркетингової діяльності властива різнорідна діяльність (багатоаспектність), що включає і маркетингові дослідження, і економічний аналіз, і планування, і фінансові обчислення, і облік, інші напрями. Всі ці напрями мають самостійне значення.

Маркетингова діяльність підприємства дозволяє здійснити максимальну адаптацію такого підприємства до ринку шляхом вироблення стратегії та тактики, орієнтованих на споживача. Основне завдання організації маркетингової діяльності на підприємстві полягає у невпинному розвитку товарного ринку, а також ринків робочої сили та послуг. Для цього

проводиться оцінка та переоцінка потреб споживачів та проводяться заходи щодо задоволення цих потреб.

Процес управління маркетинговою діяльністю будь-якого підприємства в сучасних складних та швидко мінливих умовах з високим ступенем невизначеності має особливе значення для бізнесу. Адже, ключем до виживання організації у конкурентній боротьбі є постачання цінних продуктів споживачам, оскільки у обмін на вироблені товари та послуги підприємство отримує кошти на своє існування і продовження подальшої діяльності.

Управління маркетинговою діяльністю підприємства може бути представлене аналізом, плануванням, впровадженням та моніторингом реалізації відповідних програм, призначених для створення, підтримки та розвитку вигідних відносин між організацією та цільовим покупцем (цільова група) для досягнення своїх цілей.

Маркетингова діяльність підприємства здійснюється за заздалегідь оформленим планом маркетингу, який може бути короткостроковим, а також передбачати низку заходів на довгострокову перспективу.

На думку О. Шульги, «стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності – це процес управління діяльністю підприємства, який включає у себе аналіз, планування, втілення у життя і контроль за проведенням маркетингових заходів, та постійне вдосконалення цих процесів, спрямованих на отримання довгострокових вигід, таких як: отримання прибутку, зростання обсягу збуту, збільшення частки ринку» [4, с. 110].

Отже, організація маркетингової діяльності підприємства є важливим управлінським процесом. У цьому процесі вирішується низка завдань, зокрема, цілепокладання на коротко-, середньо- та довгострокову перспективи, детальний стратегічний аналіз маркетингового середовища, створення глобальної стратегії маркетингового розвитку підприємства.

Головна мета маркетингової діяльності – вдосконалення чи підтримка існуючих позицій підприємства на ринку. Для того, щоб досягти цієї мети, необхідно створення сучасної структури управління маркетинговою діяльністю та безперервне вдосконалення управління цією діяльністю.

На невеликих підприємствах за процес організації маркетингової діяльності, зазвичай, відповідає один співробітник.

На великих підприємствах ускладнюється структура маркетингової діяльності, що потребує долучення до штату працівників більшої кількості професійних маркетологів, які, зрештою, об'єднуються у службу маркетингу підприємства, кількість маркетологів у якій може досягати трьох-п'яти осіб, кожен із яких відповідає за певну ділянку роботи. Є менеджери, які відповідають за певний сегмент ринку та фахівці, відповідальні за післяпродажне обслуговування клієнтів. Виконання всіх маркетингових функцій покладено на відділ маркетингу.

Отже, маркетинг, як збалансована система, спрямована на налагодження ефективної діяльності будь-якого підприємства у сучасних ринкових умовах. Також зазначимо, що систему маркетингової діяльності слід розглядати як

підсистему ефективного управління підприємством в ринкових умовах господарювання. Основні напрями маркетингової діяльності підприємства в рамках цієї системи передбачають здійснення уповноваженими працівниками підприємства (співробітниками служб маркетингу) певних заходів у сфері поліпшення якості та асортименту продукції, формування цін, організації збуту і комунікацій тощо.

Список використаних джерел

1. Волкова М. В. Напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. *Економіка та управління підприємствами. Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. №16. С. 281-286.
2. Гузенко Г. М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2017. № 12. С. 227-234.
3. Петрова І., Лойко М. Методичні засади розробки маркетингової стратегії підприємства. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2022. №1 (65). С. 95-104.
4. Шульга О. А. Напрями удосконалення системи стратегічного управління розвитком маркетингової діяльності підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2022. №25. С. 110-113.

КОДУВАННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ ПРИ ІМПОРТІ В УКРАЇНУ ЗГІДНО УКТ ЗЕД

Макаринська О.В., к.е.н., доцент

доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Уманський НУС

В непрогнозованих умовах України через війну актуальними є дослідження не лише теоретичних, а й практичних аспектів процедури кодування і класифікації імпортованих товарів згідно УКТ ЗЕД (української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності) в нашу державу.

Метою нашого дослідження є обґрунтування напрямів спрощення процедури кодування та класифікації товарів при імпорті в Україну.

Класифікація товарів і визначення їх коду при імпорті з метою митного оформлення в нашій державі здійснюється по УКТ ЗЕД, яка є невід'ємною частиною Закону України «Про Митний тариф України» [1]. В статті 1 даного закону є гіперпосилання на УКТ ЗЕД {групи 01-49; групи 50-97}, за якими можна детально ознайомитись з описом груп товарів та ставками мит на них.

З 1 січня 2023 року в нашій державі діє Закон України № 2697-ІХ «Про Митний тариф України» [1], відповідно до якого змінились класифікації окремих товарів згідно з УКТ ЗЕД, а ставки ввізного мита на товари не зазнали змін. Нова версія УКТ ЗЕД розроблена на основі нових версій Гармонізованої системи опису та кодування товарів і Комбінованої номенклатури Європейського Союзу 2022 року та сприятиме усуненню розбіжностей УКТ ЗЕД та країн-торгівельних партнерів. Для полегшення використання оновленої УКТ ЗЕД Державною митною службою України

було затверджено перехідні таблиці від УКТ ЗЕД версії 2017 року до УКТ ЗЕД версії 2022 року [3]. Перехідні таблиці представляють собою два стовпчики з кодами один навпроти одного версій УКТ ЗЕД 2017 року ліворуч та 2022 року праворуч. Між кожною парою кодів містяться позначки «=», «ex» або «-», які допомагають розібратись з переходами версій УКТ ЗЕД.

В Україні імпортер чи митний брокер, який займається розмитненням імпортованого товару, при поданні митної декларації самостійно визначає код УКТ ЗЕД, на основі даних щодо технічних характеристик товару. Якщо ж виявлені порушення правил класифікації декларантом, то інспектори Державної митної служби України можуть самостійно визначити код задекларованого товару.

Щоб зменшити ризики зміни коду товару інспекторами митниць важливим, на нашу думку, є визначення коду товару імпортером перед заключенням зовнішньоторговельного контракту та виставленням йому інвойсу. При визначенні коду товару суттєво може допомогти, на нашу думку, сервіс «Пошук класифікаційних рішень» державного інформаційного веб-порталу “Єдине вікно для міжнародної торгівлі” [3], який розміщено на сайті Державної митної служби України. Цей сервіс дозволяє знайти код та опис товару за ключовими товарами. Додатково можна вказати будь-яку початкову частину коду товару та переглянути останні класифікаційні рішення, прийняті митницями.

Для визначення коду товару важливо також фахівцям, які готують документи на імпорт, запросити в іноземного партнера технічні паспорти на товари. Якщо товар імпортується, як комплектний об'єкт в Україну (певні технологічні лінії по виробництву продукції, молокопроводи чи розібрана техніка по запчастинах), то присвоєння йому товарного коду та ідентифікація займають дуже багато підготовчої роботи, оскільки даний товар складається з великої кількості деталей (може бути більше 2000), які потрібно перевірити на митниці та по технічному паспорту підтвердити, що вони відносяться саме в цю лінію по виробництву продукції.

Слід зазначити, що між підприємствами країн Європейського Союзу постачання товарів відбувається по внутрішній інструкції до їх складання, наприклад, якщо це лінія для виробництва певної продукції. В Україні ж при розмитненні товарів для фахівців Митної служби України важливими є технічні паспорти товарів, які імпортуються, в яких повинні зазначатися всі складові до цього товару з артикулами і кресленнями. Крім того, на кожен запчастину, повинен бути наклеєний стікер з його внутрішнім артикулом, який має бути обов'язково описаний в технічному паспорті на товар і вказаний на кресленні даного товару чи технологічної лінії. По опису в технічному паспорті встановлюється код товару згідно товарної номенклатури ЗЕД України. Доцільно розрізняти артикулярні номери товарів, які імпортуються, та код ТН ЗЕД України. Артикулярні номери товарів присвоюються на підприємстві і допомагають відслідковувати дані по переміщенню, зберіганню та реалізації їх на підприємстві. В замовленнях, інвойсах, специфікаціях, технічних паспортах, упаковочних

листах по зовнішньоторгівельному контракту зазначаються артикулярні номери товарів. Код ТН ЗЕД присвоюється товару при перетині ним митного кордону і зазначається в митній декларації. Важливою є перевірка внутрішніх артикулів в усіх товаросупроводжуючих документах по імпорту, що дозволить правильно визначити код товару і сприятиме швидшому розмитненню товару.

Отже, основними напрямками спрощення процедури кодування та класифікації товарів при імпорті товарів в Україну є: визначення коду товару УКТ ЗЕД ще до підписання зовнішньоторгівельного контракту, скориставшись державним сервісом класифікаційних рішень та технічними паспортами на товар; фахівцям, які готують поставки імпорту товарів, перевіряти ідентичність артикулярних номерів складових товарів в усіх товаросупроводжуючих документах.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про Митний тариф України» № 2697^a-IX від 19.10.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-20#n9> (дата звернення: 01.06.2023).

2. Наказ Державної митної служби України № 513 «Про затвердження Перехідних таблиць від УКТЗЕД версії 2017 р. до УКТЗЕД версії 2022 р.» від 25.11.22. URL: <https://customs.gov.ua/documents/pro-zatverdzhennia-perekhidnikh-tablits-vid-uktzed-versiyi-2017-r-do-uktzed-versiyi-2022-r-319> (дата звернення: 01.06.2023).

3. Єдиний державний інформаційний веб-портал “Єдине вікно для міжнародної торгівлі” Державної митної служби України URL: <https://cabinet.customs.gov.ua/cld> (дата звернення: 01.06.2023).

ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙ КОМПАНІЙ

Романюк І.А., д.е.н., доцент

доцент кафедри туризму та економіки

Криворізький державний педагогічний університет

У сучасному світі, де цифрові технології стають все більш інтегрованими в повсякденне життя, компанії мають змогу використовувати різноманітні цифрові маркетингові інструменти для підвищення ефективності своїх комунікаційних зусиль. Ці інструменти надають широкі можливості для залучення, збереження та взаємодії зі споживачами, що створює нові перспективи для розвитку бізнесу.

Сучасний цифровий маркетинг пропонує різноманітні інструменти, які дозволяють компаніям створювати персоналізовані та ціленаправлені комунікації зі споживачами. Одним з основних інструментів є соціальні медіа, які дозволяють компаніям побудувати активну спільноту споживачів та взаємодіяти з ними в реальному часі [1]. Завдяки соціальним медіа, компанії можуть відповідати на запитання, вирішувати проблеми і

отримувати фідбек від клієнтів швидко та ефективно. Крім того, електронна пошта є також потужним інструментом для комунікації з клієнтами. Вона дозволяє відправляти персоналізовані листи з актуальною інформацією про товари, послуги та спеціальні пропозиції. Це дозволяє компаніям підтримувати постійний контакт зі своїми клієнтами, нагадувати про нові продукти та пропозиції, а також стимулювати продажі.

Додатково, веб-сайти та блоги є важливими інструментами для комунікації компаній зі споживачами. Це майданчик, де компанії можуть розміщувати корисну інформацію, контент, новини та статті, що сприяють залученню та утриманню уваги споживачів. Веб-сайти також дозволяють збирати дані про відвідувачів, що дає змогу компаніям аналізувати та покращувати свої комунікаційні стратегії.

За допомогою аналітики та використання даних, компанії можуть зрозуміти потреби та інтереси своїх клієнтів і надавати їм релевантну інформацію. Наприклад, за допомогою сегментації аудиторії, компанії можуть надсилати спеціальні пропозиції та рекламу тільки тим споживачам, які мають відповідні інтереси та потреби [2, с. 43]. Це дозволяє збільшити ефективність комунікацій та підвищити шанси на успішні продажі.

Цифрові маркетингові інструменти також стимулюють взаємодію та залучення споживачів до комунікації компаній. Наприклад, блоги та соціальні медіа дозволяють споживачам коментувати, виражати свої думки та спілкуватися з представниками компаній. Це створює можливість для компаній не тільки поширити інформацію про свої продукти і послуги, але й отримати цінний фідбек від своїх споживачів. Компанії можуть використовувати цей фідбек для вдосконалення своїх продуктів, послуг та комунікаційних стратегій, що сприяє підвищенню ефективності їхнього бізнесу.

Однією з переваг цифрових маркетингових інструментів є можливість вимірювати результати та аналізувати ефективність комунікаційних зусиль компаній. Завдяки різноманітним аналітичним інструментам, компанії можуть відстежувати та аналізувати дані про взаємодію споживачів з їхніми комунікаціями. Це дозволяє їм розуміти, які канали та стратегії є найефективнішими, і вносити необхідні зміни для поліпшення своїх комунікаційних зусиль.

Впровадження цифрових маркетингових інструментів відкриває широкі можливості для підвищення ефективності комунікацій компаній [3]. Вони дозволяють створювати персоналізовані та ціленаправлені комунікації, взаємодіяти зі споживачами та залучати їх до процесу комунікації. Крім того, цифрові маркетингові інструменти надають можливість вимірювати результати та аналізувати ефективність комунікаційних стратегій. Реалізація цих інструментів допоможе компаніям досягти більшої ефективності своїх комунікаційних зусиль, залучити нових клієнтів, зберегти існуючих та підвищити рівень задоволеності клієнтів. Однак, важливо пам'ятати, що успіх впровадження цифрових маркетингових інструментів залежить від грамотного планування, аналізу результатів та постійного вдосконалення

стратегій. У подальшому розвитку цифрових технологій можна очікувати ще більші можливості для підвищення ефективності комунікацій компаній. Наприклад, розширена та віртуальна реальність можуть стати потужними інструментами для створення іммерсивних та захоплюючих комунікаційних досвідів для споживачів.

Загалом, впровадження цифрових маркетингових інструментів є необхідним кроком для компаній, що бажають залишатися конкурентоспроможними та ефективними в сучасному бізнес-середовищі. За допомогою цих інструментів компанії можуть побудувати сильні комунікаційні зв'язки зі споживачами, адаптуватися до їхніх потреб та пропонувати персоналізовані рішення.

Список використаних джерел

1. Ігнатенко М.М., Леваєва Л.Ю., Романюк І.А. Інформаційне забезпечення організаційно-економічних пріоритетів розвитку фермерських господарств і сільськогосподарських підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7854> (дата звернення: 30.05.2023)

2. Романюк І.А., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Квятко Т.М. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.

3. Мандич О.В. Удосконалення рекламних та маркетингових продуктів для розвитку підприємств сільського зеленого туризму. Боголібські читання: матер. І Всеукр. конф., 18 вересня 2020 р., Переяслав : ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2020. С. 200-201.

*СЕКЦІЯ 5. Економічна та фінансова безпека бізнесу***АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В
УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: БЕЗПЕКОВИЙ АСПЕКТ**

Копійка С.В., магістрант кафедри економіки та підприємництва
Національний технічний університет України «Київський політехнічний
інститут імені Ігоря Сікорського»

Проблематика конструювання ефективних управлінських моделей провадження зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких утворень характеризується комплексністю та багатоаспектністю, що перш за все виявляє себе у необхідності врахування поліфункціонального впливу факторів ендогенного (особливості організаційної структури, параметри функціонування виробничої системи, індикатори фінансової стійкості, прийняті підходи до організації управління кадрами, логістикою, маркетингом тощо) та екзогенного (кон'юнктурні параметри макросередовища та ринкового оточення, географія поставок, особливості та тенденції зміни митного законодавства тощо) походження. Більш того, на сьогоднішній день, першочерговим фактором, який детермінує пріоритетну спрямованість та ключові завдання системи управління зовнішньоекономічною діяльністю та усією господарською системою підприємства в цілому є дія правового режиму воєнного стану та сукупність відповідних ризик-факторів спричинених повномасштабною війною. У таких умовах відбувається загальна репріоритезація напрямків розвитку управлінської системи у бік безпекової проблематики функціонування у відповідних фінансових та економічних аспектах.

Перш за все, слід розуміти, що можливість ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю напряду залежить від актуального стану макроекономічного (інфляційні процеси, податкове навантаження, рівень ділової активності, розвинутість фінансового ринку, ефективність системи правового захисту тощо) та метоекономічного (стабільність ключових ресурсних ринків, наявність геополітичних конфліктів, загальні тенденції розвитку глобальної економіки тощо) середовища, що в умовах повномасштабної військової агресії зазнали впливу широкого спектру деструктивних факторів, знайшовши своє відображення у наступних проблемах: (1) деформація структури національної економіки унаслідок істотної руйнації національного виробничо-технічного потенціалу та фізичної деструкції значної кількості підприємств; (2) зниження рівня платоспроможного попиту, як на національному, так і глобальному рівнях; (3) актуалізація потреби у використанні більш гнучких адаптивних підходів у логістиці, унаслідок розриву сформованих ланцюгів постачань, неможливості використання окремих видів транспорту, розриву усталених виробничо-

коопераційних зв'язків; (4) знищення логістичних центрів та складських приміщень [1, с. 67]; (5) поглиблення існуючих асиметрій ринку трудових ресурсів як наслідок активізації міграційних процесів (біженці, внутрішньо переміщені особи), у т.ч. зростання гендерних диспропорцій, обмеженості матеріального стимулювання працівників підприємницькими суб'єктами; (6) прискорених характер інфляційних процесів, жорстка монетарна політика центрального регулятора націлена на утримання фіксованого курсу; (7) руйнація національного інфраструктурного потенціалу, зокрема у частині важливих інженерно-комунікаційних та енергетичних об'єктів; (8) зростання імпортозалежності національної економічної системи в результаті припинення діяльності значної кількості господарських суб'єктів унаслідок їх фізичного зниження або окупації.

Таким чином, можна констатувати, що функціонування національної економіки в умовах воєнного часу спряє істотному погіршенню параметрів макроекономічного середовища і як наслідок відповідним чином впливає на потенціал підприємницьких структур до ефективної організації політики управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Конкретизуючи безпекову проблематику управління зовнішньоекономічною діяльністю суб'єктів господарювання пропонуємо ідентифікувати наступні ключові проблеми: (1) обмеження логістичних можливостей до реалізації продукції унаслідок об'єктивної неможливості використання окремих видів транспорту; (2) обмеженість до здійснення контрахтування (нормативне ототожнення воєнного часу як форс-мажорної обставини); (3) активізація впливу екологічних чинників [2, с. 114]; (4) складності ресурсного забезпечення імпортною сировиною та комплектуючими унаслідок розриву сформованих логістичних шляхів; (5) актуалізація ризиків фізичної руйнації підприємства, необхідність формування превентивного плану релокації; (6) обмеженість до залучення кредитних ресурсів паралельно зростанню потреби в оперативному капіталі; (7) активізація протекціоністських настроїв серед національних товаровиробників інших країн; (8) об'єктивізація загроз інформаційної безпеки (кібератак, кібертероризму, несанкціонованому інформаційному втручанню), необхідність протидії ним.

Підсумовуючи викладені вище результати дослідження, можна стверджувати, що можливості до ефективного здійснення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств вимагає комплексних рішень на макро- та мікроекономічному рівні, що є перспективним напрямком подальших наукових пошуків.

Список використаних джерел

1. Шугалій А. М. Сучасні тенденції і проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах воєнного стану. *Економічний вісник університету*. 2023. № 56. С. 65-76.
2. Красовська Ю. В., Швець О. Ф. Вплив воєнного стану на планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2022. № 98. С. 80-88.

ЗАГРОЗИ БЕЗПЕКИ БІЗНЕСУ

Лайчук С. М., к.е.н., доц. кафедри інформаційних систем в управлінні та обліку

Зузанська В.А., студентка 1 курсу ОР “Магістр”, спеціальність “Облік і оподаткування”

Державний університет «Житомирська політехніка»

Нинішня ситуація є надзвичайно складною для розвитку економіки України, що, в свою чергу, потребує створення ефективної системи управління з метою швидкого реагування на динамічні зміни та прогнозування діяльності підприємства за різних обставин. При цьому оцінювання рівня безпеки бізнесу і використання важелів їх забезпечення є одним з найважливіших завдань, виконуваних задля їх тривалого і стабільного функціонування.

Для початку варто розглянути саме сутність терміну «економічна безпека підприємства». Це такий стан суб’єкта господарювання, за якого завдяки протидії негативному впливу зовнішніх і внутрішніх загроз і небезпек забезпечується його стабільне і максимально ефективно функціонування і високий потенціал в майбутньому. Ефективне використання всіх видів ресурсів підприємства забезпечує стійкий розвиток, що означає безпеку такого підприємства. [1]

Варто зазначити, що економічна безпека підприємства є багатоаспектною системою, центральне місце у якій належить фінансовій складовій, тому доцільним буде згадати і поняття «фінансова безпека». Це система кількісних і якісних параметрів фінансового стану підприємства, що відображає рівень його фінансової захищеності, це здатність здійснювати свою господарську та фінансову діяльність, ефективно та стабільно протягом невизначеного періоду часу, шляхом використання сукупності взаємопов’язаних діагностичних, інструментальних та контрольних заходів фінансового характеру, що мають оптимізувати використання фінансових ресурсів, забезпечити належний їх рівень та нівелювати вплив ризиків внутрішнього та зовнішнього середовища. [2]

В сучасних умовах, після повномасштабного вторгнення в Україну, ще більш гостро постало питання безпеки бізнесу. Найпершим питанням є

оцінка безпеки, що дозволить своєчасно виявити прогалини у фінансовому стані та виправити їх без загрози втрати фінансової стійкості та платоспроможності.

Тому актуально буде розглянути всі загрози і ризики, що виникли в наслідок воєнного стану в Україні. Класифікація загроз починається із місця їх виникнення, тобто існують зовнішні та внутрішні. Серед них зовнішні становлять більшу загрозу бізнесу, оскільки не завжди їх можна спрогнозувати завчасно. Проте якщо вони вчасно ідентифіковані, тоді можливо зменшити їх негативний вплив і врахувати у фінансово-господарській діяльності.

З початком війни, безпека бізнесу мала ряд загроз, як зовнішніх, так і внутрішніх, серед яких доцільно виділити наступні :

1. Місце розташування підприємства. Якщо розташування підприємства не є безпечним, доцільно розглядати переміщення бізнесу в інше місто чи область.

2. Мобілізація керівництва. Хоча задля підтримання бізнесу, керівників підприємств, після постановки на облік у ТЦО, намагаються не залучати до виконання обов'язку з несення військової служби, що передбачено умовами процедури бронювання військовозобов'язаних.

3. Відповідальність керівника. Під час воєнного стану кожна санкція статті Кримінального кодексу на порядок суворіша. Особливу увагу приділяють таким :

- несплата податків у великому розмірі (ст. 212 КК України);
- ошукання контрагентів чи клієнтів шляхом умисного невиконання своїх зобов'язань (ст. 190 КК України);
- неякісна/неповне виконання держзамовлень (ст. 189 КК України);
- не виплата заробітної плати (ст. 175 КК України).[4]

4. Кадрові ризики. Найпершим питанням є зберігання колективу співробітників. Постає питання про незаконні звільнення, не виплату заробітної плати та неоформлених працівників. А також важливим є зберігання критичного числа співробітників, тому керівництву підприємства обов'язково варто детально вивчити процедуру бронювання, особливо якщо більшість є військовозобов'язаними та підлягають мобілізації.

5. Податкові ризики. З початком війни відбувалось багато змін в податковому законодавстві. Наприклад, значно змінились ставки податків щодо окремих операцій, умови оподаткування, проте на даний час спостерігається повернення до умов довоєнного податкового законодавства. Саме тому важливим є оперативне реагування на будь-які зміни.

6. Виконання зобов'язань. Оскільки війна має вплив на весь бізнес без виключень, підприємство повинно оцінювати платоспроможність своїх контрагентів. Для мінімізації ризиків потрібно звернути увагу на наступне :

- переукласти договір та переглянути умови щодо регулювання спільної діяльності в умовах воєнного часу;
- виключити можливість співпраці на умовах відстрочки платежів, або чітко визначити коротші терміни;

- регулярно перевіряти наявність підписаних первинних документів та пролонгованих договорів. [3]

Таким чином, регулярний контроль та спостереження за можливими ризиками та загрозами дасть змогу оперативно реагувати на негативний вплив на безпеку підприємства, що особливо актуальним є на даний час, оскільки російсько-українська війна завдає колосальної руйнівної дії на економіку не тільки України та всього світу. Масштаби впливу наразі важко навіть відстежити, проте варто зазначити, що зосереджені вони у фінансовій, енергетичній і продовольчій безпеці, відповідно, мають значний вплив на інвестиції, торгівлю та фінансовий ринок, на рівень росту ВВП, баланси зовнішнього боргу, перерозподіл сфер експорту та імпорту.

Список використаних джерел

1. Вергун А. М., Стріжко К. В. Сучасні підходи до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4142>

2. Забезпечення фінансово – економічної безпеки підприємництва: навчальний посібник/ Соломіна Г.В. – Дніпро/ URL: <https://er.dduvs.in.ua/bitstream/123456789/1694/1/Posibnik%20ZFEBP.pdf>

3. Ріяко Є. Безпека бізнесу під час війни: ТОП-10 порад керівнику. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/212816_bezpeka-bznesu-pd-chas-vyni-top-10-porad-kervniku

4. КРИМІНАЛЬНИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ. URL: Кримінальний кодекс України | LIGA:ZAKON (ligazakon.net)

5. Ортинський В.Л., Керницький І.С., Живко З.Б., Керницька М.І., Гук О.В., Шимечко Г.І., Живко М.О. Економічна безпека підприємства. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/673/1/%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0%20%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf>

СЕКЦІЯ 6. Методи та технології обліку, аналізу та управління підприємствами в умовах трансформаційної економіки

ВІДМІННОСТІ У ПРОЕКТУВАННІ ПРОДУКТУ ТА ПОСЛУГИ В ОПЕРАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Микитюк О. І., здобувач вищої освіти

Науковий керівник – **Капінос Г. І.**, к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Хмельницький національний університет

Сучасний бізнес стає все більше орієнтованим на клієнта, від нього вимагається надання продуктів та послуг, які відповідають їх потребам та очікуванням. При проектуванні послуг, на відміну від процесу проектування продукції, необхідно враховувати такі фактори: неможливість зберігання послуг; участь покупця; мінливість попиту на послуги; індустріалізація у розробці послуг означає усунення клієнта від виробництва; якість сервісу; ефективність сервісу; покупця можна розглядати, як робочу силу (процес самообслуговування); можливість гнучкого використання робочої сили (використання неповного робочого графіку); автоматизація надання послуг (використання торгових автоматів); централізація процесів надання послуг [1]. Крім того, слід зазначити також такі особливості процесів проектування послуг:

- нематеріальний результат надання послуг;
- особливості циклу проектування – у випадку проектування послуги головна увага зосереджується на процесі, що включає визначення самої послуги, проектування процесу, розробку програми дій та створення команди, яка забезпечуватиме надання відповідної послуги;
- результат для користувача – в процесі розробки послуг, основною метою є створення процесу, що забезпечує найвищий рівень задоволення клієнтів;
- структура команди – у разі проектування послуг команда складається з фахівців з розробки бізнес-процесів, експертів, що займаються наданням послуги, та інших спеціалістів, які активно працюють над процесом надання послуги;
- цикл життя послуги – послуга не має визначеного терміну експлуатації та може тривати, поки є попит на неї. У разі задоволення клієнтами наданої послуги, її можна розширювати та вдосконалювати;
- модель монетизації – послуга зазвичай пропонується на платній основі. Клієнт оплачує послугу за використання та не отримує власність на надану послугу;
- ризики та відповідальність – ризики та відповідальність при проектуванні продукту та послуги можуть відрізнятися. З урахуванням проектування послуги, виникають ризики, пов'язані з неякісним її наданням, втратою даних або іншими негативними наслідками.

Суттєвим аспектом належного розуміння є те, що розробка продукту та надання послуг є постійним процесом, який вимагає докладного аналізу ринкових потреб та потреб клієнтів, а також постійного вдосконалення та модернізації продукту або послуги, щоб відповідати вимогам сучасного ринку і забезпечувати високу якість та задоволення клієнтів. На ринку існує безліч компаній зі світовим ім'ям, які є прикладом успішної стратегії проектування продукту або послуги (Apple, Uber, Grammarly, Nova Poshta тощо). Їх досвід щодо проектування та успішної реалізації проектування продукції або послуг є неоціненним з точки зору реалізації операційного менеджменту на практиці.

На наш погляд, для вдосконалення процесів проектування послуг на підприємствах України в сучасних реаліях з урахуванням відмінностей у проектуванні продукту та послуги в процесі формування оперативної системи підприємства, варто додатково враховувати такі напрямки практичної діяльності:

- більше уваги приділяти визначенню потреб та уподобань клієнтів, тобто зосередитися на ретельному дослідженні та аналізі потреб цільової аудиторії;

- розробка сервісних концепцій: В процесі формування оперативної системи підприємства слід враховувати, що послуги мають свої особливості порівняно з продуктами. Розробка сервісних концепцій, які визначають цінність послуги для клієнта, комунікаційні канали, способи доставки та інші аспекти, допоможе забезпечити ефективно проектування та надання якісних послуг;

- впровадження сучасних технологій. Використання цифрових інструментів, таких як автоматизовані системи управління, штучний інтелект, онлайн-платформи та інші, дозволяють підвищити ефективність процесів, забезпечити зручність для клієнтів та оптимізувати витрати;

- управління якістю: Важливим аспектом вдосконалення процесів проектування послуг є впровадження системи управління якістю на підприємстві. Використання стандартів якості, таких як ISO 9001, допоможе забезпечити стандартизацію процесів проектування послуг і встановити контрольні точки для забезпечення якості в кожному етапі;

- залучення мультидисциплінарних команд: У процесі проектування послуг на підприємстві важливо створити мультидисциплінарні команди з фахівців різних областей, таких як маркетинг, фінанси, інформаційні технології тощо. Це дозволяє враховувати різні аспекти та перспективи при проектуванні послуг;

- застосування методологій проектного менеджменту. Для прикладу використання таких методологій проектного менеджменту, як Agile або Scrum, дозволить ефективно управляти процесами, зменшити час розробки і впровадження послуг, а також забезпечити більшу гнучкість для внесення змін у процесі роботи;

- постійне вдосконалення та впровадження інновацій.

Враховуючи вищезазначені пропозиції, підприємства в Україні можуть вдосконалити процеси проектування послуг і покращити ефективність діяльності власної операційної системи. Це може сприяти досягненню конкурентної переваги і задоволенню потреб клієнтів.

Список використаних джерел

1. Капінос Г. І. Операційний менеджмент : навчальний посібник / Г. І. Капінос, І. В. Бабій. – К. : ЦУЛ, 2013. – 375 с.
2. Шан Янькун, Лі Юй. Розробка стратегії проектування продуктів та послуг в умовах індустрії 4.0. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2021. № 31(7). С. 68-75.

ДЕЯКІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Семенчук І.В., здобувач вищої освіти першого бакалаврського рівня за спеціальністю 073 «Менеджмент» Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Науковий керівник:

Синчак В.П., д.е.н, професор кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

Глобалізація, технологічний прогрес та зміни в суспільних уявленнях впливають на вимоги до управління персоналом. Ефективне управління персоналом дозволяє підприємствам залучати, розвивати і зберігати талановитих співробітників, що створює конкурентну перевагу в сучасному бізнес-середовищі і навпаки. Тому ефективне управління персоналом має вирішальне значення для досягнення стратегічних цілей та забезпечення конкурентоспроможності організації [4].

За останні роки дослідники у сфері управління персоналом зосереджували свою увагу на аналізі та ефективному використанні різних форм зайнятості [2], розвитку лідерських якостей у керівників та співробітників і ефективних методах їх підготовки [3], управлінні різноманітністю на робочому місці у взаємозв'язку з продуктивністю та задоволеністю працівників та підходах до розвитку навичок та компетенцій працівників [5]. Однак не меншої уваги потребують ключові аспекти управління персоналом з метою набуття розуміння їх впливу на успішність та конкурентоспроможність підприємства.

Першим критичним компонентом управління людськими ресурсами є підбір персоналу. Сьогодні рекрутери мають чудову можливість знайти таланти, які потрібні їхнім компаніям. Тому рекрутери зазвичай віддають перевагу кандидатам з досвідом роботи, хоча не всі компанії діють так [6].

Мотивація є наступним за значимістю фактором управління персоналом. Належна мотивація персоналу може бути однією з ключових умов успіху компанії. Окрім питань мотивації та найму, компанії стикаються з багатьма проблемами, пов'язаними з управлінням людськими ресурсами. В умовах

сучасної ринкової економіки це одне з основних. У найближчому майбутньому найкращого розвитку досягнуть компанії, які орієнтуються на людські ресурси та управління ними [5]. У цьому випадку всі фактори залежать від оцінки кадрової забезпеченості підприємства. Для її оцінки використаємо дані АТ «Хмельницькгаз», за даними якого здійснювався розрахунок (табл.1).

Таблиця 1

Оцінка забезпеченості АТ «Хмельницькгаз» персоналу підприємства у 2018-2022 р.р.(у %)

Персонал	Роки				
	2018	2019	2020	2021	2022
Керівники	100	80	100	100	100
Спеціалісти	100	96	92	96	100
Службовці	100	93	87	93	100
Виробничий персонал	100	90	95	98	100
Всього	100	90	92	97	100

Примітка: Складено на основі даних АТ «Хмельницькгаз» [1].

З даних табл. 1 очевидно, що забезпеченість персоналу на підприємстві постійно збільшувалась з 2018 по 2022 роки. Всі категорії персоналу були повністю забезпечені у 2022 році, що свідчить про стабільну кадрову ситуацію на підприємстві. Загальна ж тенденція забезпеченості персоналу підприємства показує позитивну динаміку, зростаючи з 90% у 2019 році до 100% у 2022 році. Це свідчить про те, що підприємство звертає увагу на забезпечення необхідного кадрового потенціалу для своєї діяльності і успішного функціонування. Для більшого бачення можна скласти графік зміни оцінки забезпеченості (рис. 1).



Рис. 1. Оцінка забезпеченості АТ «Хмельницькгаз» персоналу підприємства з 2018-2022 р.р., (у %)

Примітка. Систематизовано автором [1].

Аналізуючи рис.1, видно, що загальна оцінка забезпеченості персоналом підприємства АТ "Хмельницькгаз" зростала протягом років. Найнижча ж забезпеченість була зафіксована у 2019 році (90%), після чого відбувалося поступово зростання до 97% у 2021 році та до рівня 100% у 2022 році.

Ці коливання пов'язані зі змінами в потребах підприємства, тимчасовими складнощами в пошуку та залученні персоналу.

Отже, управління персоналом є ключовим фактором для успішності та конкурентоспроможності підприємства. Глобалізація, технологічний прогрес та зміни в суспільних уявленнях ставлять нові вимоги, які підприємства повинні враховувати. Означене підтверджується проведенням аналізом за даними АТ "Хмельницькгаз", яке має позитивну тенденцію у забезпеченості персоналом, що свідчить про здатність задовольняти свої кадрові потреби та забезпечувати необхідні кадрові ресурси.

Список використаних джерел

1. Акціонерне товариство газорозподільної системи «Хмельницькгаз». URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/05395598/ (дата звернення 01.06.2023)
2. Гук Л. П. Стандартні та нові форми зайнятості. Диверсифікація можливостей в умовах цифровізації та глобалізації: навч. посіб. Київ, 2021. 224 с.
3. Ефективність управління персоналом підприємства. URL: https://pidru4niki.com/18210712/menedzhment/efektivnist_upravlinnya_personalom_pidpriyemstva (дата звернення 01.06.2023)
4. Сигайлов А.О., Шинкарок О.В. «Людський потенціал» та «людський капітал» як категорії механізму управління національним господарством. Київ: КПІ, 2015. с. 203.
5. Офіційна сторінка компанії АТ «Хмельницькгаз». URL: <https://km.dsoua.com/ua/> (дата звернення 01.06.2023)
6. Секрети ефективного управління персоналом. URL: <https://uayakfaq.ru/rizne/23145-sekreti-efektivnogo-upravlinnja-personalom.html> (дата звернення 01.06.2023)

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК МЕТОД ОТРИМАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ

Ступницька С.П., здобувач

вищої освіти першого (бакалаврського) рівня

НУВГП, м. Рівне

Науковий керівник: Кроль В.В.,

PhD, старший викладач кафедри трудових ресурсів і підприємництва

НУВГП, м. Рівне

Хоча підприємство здійснює свою діяльність самостійно, в умовах ринкової економіки конкуренція між підприємствами за залучення споживачів до їх продукції змушує їх постійно вдосконалюватися. В сучасних умовах важливим залишається питання відповідального ставлення підприємства до споживачів, конкурентів, держави, постачальників, персоналу та суспільства в цілому, одночасно з досягненням фінансових результатів діяльності, що ставить питання корпоративної соціальної відповідальності в центр уваги.

Сучасні наукові дослідження в Україні зосереджені на вивченні управління акціонерними товариствами в умовах ринкової економіки та оцінці зарубіжних систем корпоративного управління з метою підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Однак, питання впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність вітчизняних підприємств залишається недостатньо вивченим. У сучасній літературі науковці визначають чинники соціальної відповідальності, які є важливим інструментом в конкурентній боротьбі, а також фактори конкурентоспроможності, які визначають місце підприємства у галузі. Тому, є необхідність в дослідженні впливу практики відповідального ведення бізнесу на розподіл сил на ринку.

Підприємства (організації) є основними суб'єктами соціально відповідальної діяльності в економічній сфері, а їх відповідальність виявляється через індивідуальні дії. Учасники, такі як працівники, акціонери, кредитори, споживачі, ділові партнери, територіальна громада та суспільство, не є лише отримувачами соціально відповідальних дій підприємств, але й активними суб'єктами у відносинах з бізнесом.

Створення діяльності на основі принципів соціально відповідального підходу може призвести до ряду переваг для підприємства, таких як покращення репутації, збільшення інвестиційної привабливості, забезпечення лояльності споживачів та персоналу, зміцнення конкурентної позиції, стійкість в довгостроковій перспективі тощо. Однак, використання корпоративної соціальної відповідальності в бізнесі сприяє перш за все веденню відкритої, етичної, екологічної та нешкідливої діяльності [1].

Сьогодні, корпоративна соціальна відповідальність є актуальним методом отримання конкурентної переваги на ринку. Конкуренція, яка є зовнішньою силою, змушує підприємства підвищувати ефективність своєї діяльності, розширювати асортимент продуктів та послуг, здійснювати активну інвестиційно-інноваційну, науково-технічну та технологічну діяльність [2].

Корпоративна соціальна відповідальність проявляється як модель стратегії розвитку компанії безпосередньо у сфері економічної діяльності, а також у природоохоронній і соціальній сферах. При цьому підприємство здійснює свою діяльність як відповідальний: виробник, роботодавець, учасник соціальних відносин, учасник економічних і політичних відносин із державою, діловий партнер. Тому можна стверджувати, що корпоративна соціальна відповідальність являє собою системний вплив на організацію [3].

Побудова діяльності на принципах соціально відповідального ведення бізнесу принесе підприємству низку переваг: покращення іміджу, підвищення інвестиційної привабливості, лояльність споживачів та персоналу, посилення конкурентних позицій, стійкість у довгостроковій перспективі та ін. [2].

Покращення чинників корпоративної соціальної відповідальності за напрямками підвищення конкурентоспроможності підприємства загалом сприяють [3] :

- поліпшенню фінансових показників;
 - підвищенню кваліфікації і розвиткові компетенцій працівників;
- зростанню прихильності персоналу;
- вдосконаленню бізнес-процесів;
 - посиленню мотивації праці; зниженню плинності кадрів;
 - поліпшенню іміджу та ділової репутації бренду;
 - можливості залучення інвестицій у важливі суспільні сфери;
 - підвищенню продажів та лояльності споживачів;
 - прозорого, етичного ведення бізнесу перед усіма стейкхолдерами;
 - підвищення відданості споживачів;
 - зниження тиску з боку контролюючих органів;
 - впровадженню інновацій; налагодження довгострокових партнерських відносин та іншим позитивним наслідкам.

Все це у системній дії активно впливає на конкурентоспроможність підприємства через підвищення якості продукції, зростання продуктивності праці, прогресивний розвиток виробництва, поліпшення іміджу підприємства, збільшення капіталу, підвищення ефективності тощо.

Список використаних джерел

1. Oliinyk O. O. Social Responsibility Assessment in the Field Of Employment (Case Study Of Manufacturing). Scientific Bulletin of National Mining University, 2020, 3.
2. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. –180 с.
3. Грішнова О.А., Міщук Г.Ю., Олійник О.О. Соціальна відповідальність у трудових відносинах: теорія, практика, регулювання ризиків: Монографія. – Рівне: НУВГП, 2014. – 218 с.

СЕКЦІЯ 7. Особливості ділового іноземного мовлення в сучасному фінансово-економічному середовищі

СТРАТЕГІЇ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ В УМОВАХ КОМПЕТЕНТІСНО-МОДУЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

**Пономаренко О.В., викладач
Уманський національний університет садівництва**

У сучасних умовах існує очевидна потреба у перегляді способів викладання іноземної мови, особливо у вищих навчальних закладах, де іноземні мови не є профільним предметом. У цьому контексті важливим залишається питання вибору методів навчання. У зв'язку з обмеженими часовими рамками, процес вивчення іноземної мови організовується в інтенсивному режимі, а зміст курсів є спеціалізованим.

У другій половині 20 століття підходи до викладання іноземних мов почали трансформуватися, з'явилися нові теорії та практики, були розроблені нові методики. Ці підходи зосереджувалися на методах вивчення мови, спрямованих на підвищення якості навчання та розвиток більш ефективного іншомовного спілкування. Вони стали предметом інтенсивних дискусій, а для їх вибору використовувалися різні критерії [1].

Компетентісно-модульна організація навчального процесу - це підхід до навчання, що базується на формуванні компетенцій студентів, які можуть бути досягнуті завдяки модульній структурі навчання.

Модуль - це невелика навчальна одиниця, яка зазвичай включає певну тему, набір знань і навичок, необхідних для її засвоєння, а також методи оцінювання. Кожен модуль спрямований на розвиток певних компетентностей, таких як аналіз, синтез, критичне мислення, комунікація, самоменеджмент, соціальна відповідальність тощо. Компетентісний модульний підхід забезпечує більш ефективне навчання, оскільки дозволяє студентам навчатися в контексті реальних завдань і застосовувати свої знання та навички на практиці. Він також сприяє інтеграції теорії та практики, що покращує розуміння матеріалу та його використання в реальних ситуаціях. Загалом, компетентісний модульний підхід до навчання є ефективним інструментом для підготовки компетентних і кваліфікованих фахівців у різних галузях знань і професіях.

Сучасна педагогічна наука розрізняє стратегії викладання іноземної мови з урахуванням характеру навчального процесу. До розгляду пропонуються наступні методики:

- Активна методика, яка спрямована на активізацію взаємодії між викладачем і студентом. Вона передбачає всебічний розвиток особистісних якостей студента в процесі оволодіння мовою, акцентуючи увагу на розвитку

комунікативних і пізнавальних функцій, посиленні мотиваційної та регулятивної діяльності.

- Особистісна методика. Поєднання активних та особистісних методів. Таке поєднання розвиває міжособистісні стосунки, гнучкі навички та вміння працювати в парах, групах, вдосконалення емоційної, духовної та вольової сфер особистості.

- Інтерактивна методика спрямована на підвищення ефективності та інтенсивності навчання іноземної мови за допомогою безперервного спілкування між учасниками освітнього процесу, у тому числі із застосуванням інтерактивних технологій.

Спираючись на наявні підходи до опису стратегій і відомі принципи навчання за компетентісно-модульної організації навчального процесу (паритетність, свідомість і відповідальність того, хто навчається, за результати навчання, індивідуалізація навчання), пропонується виокремлювати такі стратегії навчання: лінгвістичні (мовні), комунікативні, інтегративно-креативні (творчі) [2].

Лінгвістично-граматичні стратегії. Це основні стратегії, які використовуються у викладанні англійської мови для розвитку мовної компетенції. Вони базуються на лексичних та граматичних знаннях. Збагачення словникового запасу, відпрацювання граматичного матеріалу, застосування цих навичок у контекстній роботі, робота зі словником, аудіювання, використання текстів та автентичних матеріалів.

Комунікативні стратегії необхідно застосовувати під час формування іншої мовленнєвої компетенції. тобто приділяти увагу функціональній стороні: ті чи інші лексичні та граматичні явища слід обирати та включати в мовлення. Цілі мають відповідати адекватно поставленим комунікативним завданням. Тому застосування мовних стратегій навчання англійської мови немислиме без упровадження комунікативних стратегій, вони становлять єдине ціле.

Інтегративно-творчі стратегії навчання спрямовані на формування компетенцій, необхідних для самостійного розв'язання поставлених завдань (пізнавальних, практичних, творчих), через критичне переосмислення отриманої інформації та примноження знань і вмінь. Застосування цих стратегій дає змогу учням в умовах навчальних ситуацій набути та застосувати універсальні пізнавальні дії через створення атмосфери співтворчості у спілкуванні, за допомогою включення емоційної сфери студента, особистої зацікавленості, самооцінювання і самокорекції.

Очевидно, що успіх застосування даних стратегій при навчанні мовленнєвої діяльності залежить від методів відпрацювання, а саме тих завдань і вправ, які пропонуються студентам. Вправи, що застосовуються для професійно-орієнтованого навчання іншомовного спілкування, надзвичайно

багатопланові, об'ємні й багатофакторні. Відповідно до запропонованих стратегій навчання іноземної мови на основі компетентнісно-модульної організації доцільно виокремити три типи навчальних вправ: підготовчі, комунікативні, креативні. Підготовчі, як правило, спрямовані на відпрацювання лексичного та граматичного матеріалу, накопичення спеціальної лексики, вправи з текстовим матеріалом, які спонукають студента до побудови висловлювання в усному або письмовому мовленні, а також формують навички самостійної наукової роботи з джерелами інформації на основі певних правил. Комунікативні вправи спрямовані на формування вмінь заснованих на імітації мовленнєвої комунікації в штучних умовах. Це опис ситуацій, складання діалогів, висловлення своєї думки, використовуючи активну лексику та граматичний матеріал модуля. Креативні передбачають природну комунікацію зі зверненням до різних видів мовленнєвої діяльності, це обмін інформацією з певними цілями в пропонованих ситуаціях. У "штучних умовах" навчання іноземної мови креативні вправи найскладніші, тому вони завершують усю систему вправ і використовуються, як правило, для розвитку мовленнєвих умінь [3].

Саме реалізація в освітньому процесі різних навчальних стратегій створює сприятливі умови для активної, творчої та продуктивної діяльності студентів, що не може не дати позитивних результатів під час навчання іноземної мови.

Список використаних джерел

1. Котовська, А. Основні тенденції сучасної методики викладання іноземних мов / А. Котовська // English. – 2011. – №17. – С. 4-7
2. Сергеєва Т. В., Демидюк О. Б., Турлакова Н. Б. Розвиток пам'яті студентів на основі інноваційних мнемотехнік е-курсу smartenglishonline. Проблеми оптимального функціонування особистості у сучасних умовах: тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2018. С. 171-172.
3. Леган В. П. До проблеми методів викладання іноземної мови // Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Педагогіка. Соціальна робота. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2011. Вип. 23. С. 72–74

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

*МАТЕРІАЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ «РОЗВИТОК ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ СИСТЕМ:
ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ», 6-7 ЧЕРВНЯ 2023 Р. УМАНСЬКИЙ НУС.
УМАНЬ. 99 С.*

Технічний редактор, художнє оформлення і комп'ютерна верстка Юлія Улянич