

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ, ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ



# *Студентські наукові читання 2024*

*матеріали конференції  
першого туру Всеукраїнського конкурсу  
студентських наукових робіт  
Поліського національного університету*

**28 листопада 2024 року**

**Житомир – 2024**

**Редакційна колегія:**

- Ковальчук О. Д.** - декан факультету інформаційних технологій, обліку та фінансів, к. е. н., доцент;
- Малюга Н. М.** – зав. кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту, д. е. н., професор;
- Недільська Л. В.** – в.о. зав. кафедри фінансів і кредиту, к. е. н., доцент;
- Ковальчук М. О.** - заступник декана факультету інформаційних технологій, обліку та фінансів з наукової роботи, зав. кафедри комп'ютерних технологій і моделювання систем, к. пед. н., доцент;
- Віленчук О. М.** – професор кафедри фінансів і кредиту, доктор
- Сус Ю. Ю.** – доцент кафедри фінансів і кредиту, к. е. н.
- Шубенко І. А.** – доцент кафедри фінансів і кредиту, к. е. н.
- Сус Л. В.** – доцент кафедри фінансів і кредиту, к. е. н.  
(відповідальний секретар).

Рекомендовано до розміщення на сайті кафедрою фінансів та кредиту  
протокол № 11 від 03 лютого 2025 року.

Студентські наукові читання 2024. Матеріали конференції першого туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт Поліського національного університету, 28 листопада 2024 р. Житомир : Поліський національний університет. 2024. 259 с.

*Матеріали друкуються в авторській редакції.*

*Відповідальність за науковий рівень публікацій, обґрунтованість висновків,  
достовірність результатів несуть автори.*

|                                                                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ЗМІСТ .....                                                                                                                           | 3  |
| СИСТЕМНЕ УПРАВЛІННЯ ТРАНСПОРТНИМИ ПЕРЕВЕЗЕННЯМИ ПІДПРИЄМСТВА<br>ОЛЕКСАНДР АКСЮК .....                                                 | 7  |
| АНАЛІЗ ДОХОДІВ І ВИТРАТ ТОВ «ЖИТОМИРСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ»<br>ОЛЕКСАНДР АЛЕКСАНДРОВ .....                                               | 10 |
| ІННОВАЦІЙНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ЗАВДАННЯ ТА<br>ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ<br>АНДРІЙ АЛЕКСАНДРОВ .....             | 12 |
| ФУНКЦІОНУВАННЯ АТ КБ "ПРИВАТБАНК" В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ФІНАНСОВИЙ<br>АСПЕКТ<br>ВІТАЛІЙ БАШИНСЬКИЙ .....                           | 15 |
| СМАРТ-ТЕХНОЛОГІЇ В ОБЛІКУ: ШЛЯХ ДО ЕФЕКТИВНОСТІ<br>ЯНА БЕЖЕВЕЦЬ .....                                                                 | 19 |
| ОСОБЛИВОСТІ НАДАВАННЯ ПОДАТКОВИХ ПІЛЬГ АГРАРНИМ ПІДПРИЄМСТВАМ В КРАЇНАХ ЄС ..<br>НАТАЛІЯ БЛАЖКО .....                                 | 22 |
| SBC: КЛЮЧ ДО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ СИСТЕМ<br>ІЛЛЯ БОРОВСЬКИЙ .....                                                                          | 25 |
| ХРОНОЛОГІЧНІ ЕТАПИ БЮДЖЕТУВАННЯ<br>ОЛЕКСАНДР БОРОДІН .....                                                                            | 28 |
| ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ: ПЕРЕВАГИ ДЛЯ БІЗНЕСУ<br>ДМИТРО ГЛАДКОВ .....                                                       | 29 |
| ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ<br>МИХАЙЛО ГОВОРУН .....                                                                     | 32 |
| ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ РОЗРАХУНКІВ З КОНТРАГЕНТАМИ<br>БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ<br>ПАВЛО ГОЛУБ'ЄВ .....                          | 35 |
| ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ<br>ОЛЕКСАНДР ГОНЧАРОВ .....                                                               | 38 |
| РОЛЬ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА<br>ДАНИЛО ГРИЦКЕВИЧ .....                                                    | 41 |
| НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ТА<br>КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА<br>СЕРГІЙ ДІДУС .....         | 43 |
| ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД<br>ДАР'Я ДОМБРОВСЬКА .....                                                       | 47 |
| ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ<br>ВІКТОРІЯ ЗАБІЛЬСЬКА .....                                                   | 49 |
| РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.....<br>ВІКТОРІЯ ЗАГОРІВСЬКА .....                                   | 52 |
| НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ<br>СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ<br>ВОЛОДИМИР ЗВ'ЯГІНЦЕВ ..... | 54 |
| КЛЮЧОВІ УМОВИ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ<br>СВГЕНІЙ ЗЕЛІНСЬКИЙ .....                                       | 58 |
| АНАЛІЗ НАЯВНОСТІ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В КОМУНАЛЬНИХ<br>ПІДПРИЄМСТВАХ<br>ОЛЕСЯ ІВАНИЦЬКА .....                             | 61 |
| СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СТРАХУВАННЯ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ СВІТУ .<br>ОЛЕГ КИСЛЮК .....                                    | 64 |
| СУТНІСТЬ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА<br>МИКОЛА КОВАЛЬЧУК .....                                                                | 68 |
| ЦИФРОВІЗАЦІЯ У ПРОЦЕСАХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЧИННИК<br>МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ<br>ЮРІЙ КОРЗУН .....   | 70 |
| МІЖНАРОДНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ НА<br>ГЛОБАЛЬНИХ РИНКАХ                                                 |    |

|                                                                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ТАРАС КОРОБКІН .....                                                                                                                   | 73  |
| СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ В УМОВАХ ВІЙНИ                                                                   |     |
| ОЛЕКСАНДР КОРОТУН .....                                                                                                                | 75  |
| ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА БАНКІВСЬКИЙ КАРТКОВИЙ БІЗНЕС                                                                                     |     |
| КАРИНА КРАВЧУК .....                                                                                                                   | 79  |
| HR-МЕНЕДЖМЕНТ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ МІГРАЦІЙНОЇ КРИЗИ                                                             |     |
| ДАР'ЯНА КРИВОВ'ЯЗА .....                                                                                                               | 82  |
| ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ МОНІТОРИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНТРОЛЮ ЗА СТАНОМ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ                                                  |     |
| ОЛЕКСАНДРА КУЗЬМЕНКО .....                                                                                                             | 84  |
| МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ДЕРЖАВНИХ ОБЛІГАЦІЙ ТА ДЕТЕРМІНАНТИ ЙОГО РОЗВИТКУ                                                        |     |
| СТАНІСЛАВ КУЛЄШОВ .....                                                                                                                | 87  |
| ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ                                                         |     |
| НАТАЛІЯ КУПРІЯНЧУК .....                                                                                                               | 90  |
| МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ДОХОДІВ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ                                                                                            |     |
| ІВАН КУРАЧЕНКО .....                                                                                                                   | 94  |
| ФОРМУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ: АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ                                                                        |     |
| ВІКТОРІЯ ЛАНЬКО .....                                                                                                                  | 97  |
| ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ                                                                                  |     |
| ВІКТОРІЯ ЛАРЦЕВА .....                                                                                                                 | 100 |
| СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ |     |
| ОКСАНА МАКАРУК .....                                                                                                                   | 103 |
| ВПЛИВ РОЗВИТКУ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ КОНКУРЕНТНИХ УМОВАХ                          |     |
| АНДРІЙ МАНЬКО .....                                                                                                                    | 106 |
| РИНКОВІ ТРЕНДИ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ                                                                                                |     |
| АРТЕМ МЕЛЬНИК .....                                                                                                                    | 109 |
| НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ АКЦІЙ В УКРАЇНІ                                                                                                 |     |
| МАКСИМ МОСІЙЧУК .....                                                                                                                  | 111 |
| ВИМОГИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ДО СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ                                                                                 |     |
| ТЕТЯНА МЯКУШКО .....                                                                                                                   | 115 |
| ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЛІКВІДНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ                                                         |     |
| ОЛЕНА НІКІТЧИНА .....                                                                                                                  | 117 |
| ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА АГРАРНОЇ СФЕРИ                                                                              |     |
| ДАР'Я НІКОЛЕНКО .....                                                                                                                  | 120 |
| ПРОГНОЗУВАННЯ НАДХОДЖЕНЬ ПЛАТЕЖІВ З ОПОДАТКУВАННЯ ЗЕМЛІ ДО МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ                                                           |     |
| РОМАН ОМЕЛЬЯНЧУК .....                                                                                                                 | 124 |
| СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ РИНКОВОЮ ЕКСПАНСІЄЮ ПІДПРИЄМСТВ                                                                     |     |
| АЛЛА ПАЛАМАРЧУК .....                                                                                                                  | 126 |
| УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ АТ «ЖИТОМИРСЬКІ ЛАСОЦІ»: КОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ                                              |     |
| ЄЛИЗАВЕТА ПАНЧЕНКО .....                                                                                                               | 128 |
| АНАЛІЗ ПЛАТІЖНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ПЛАТІЖНИХ КАРТОК В УКРАЇНІ                                                                          |     |
| ІРИНА ПАРУБОК .....                                                                                                                    | 130 |
| ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАХУВАННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ                                                                  |     |
| ДАРИНА ПАШКОВСЬКА .....                                                                                                                | 134 |
| КРЕДИТНИЙ РИЗИК БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ ТА МЕТОДИ ЙОГО МІНІМІЗАЦІЇ                                                                         |     |
| АННА ПЕТРИЧУК .....                                                                                                                    | 137 |
| УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРАТ «ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНА ФІРМА «ЛЕСЯ»                                      |     |

|                                                                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Михайло ПЛОХОТЮК.....                                                                                          | 141 |
| СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА                                                     |     |
| Роман ПОПОВ.....                                                                                               | 144 |
| ОГЛЯД МОЖЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ AI В МЕДИЧНІЙ ДІАГНОСТИЦІ                                                       |     |
| Антон ПРИМАК.....                                                                                              | 147 |
| ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КРЕДИТУВАННЯ                                                                        |     |
| Сергій САВОСІН.....                                                                                            | 149 |
| ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ                                             |     |
| Олександра САДЧИКОВА.....                                                                                      | 151 |
| ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВАХ                                                         |     |
| Вікторія СВИРИДЕНКО.....                                                                                       | 155 |
| ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ                                          |     |
| Діна СЕРГІЙКО.....                                                                                             | 158 |
| ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СЕРЕДОВИЩ РОЗРОБКИ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ                                                   |     |
| Ярослав СЛІПЧУК.....                                                                                           | 161 |
| УДОСКОНАЛЕННЯ ПІЛГОВОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ                                                                |     |
| Іванна СТОРОЖУК.....                                                                                           | 163 |
| МІСЦЕ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ У ФОРМУВАННІ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ                                             |     |
| Сергій СУПРУНЕНКО.....                                                                                         | 167 |
| ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ЗАМОВНИКАМИ                           |     |
| Максим ТАРАСОВ.....                                                                                            | 171 |
| ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ         |     |
| Валерія ТАРН.....                                                                                              | 174 |
| ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ПРИБУТКОВІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА                                                        |     |
| Інга ТИЩУК.....                                                                                                | 177 |
| ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА                                                           |     |
| Вероніка ТОКАРЧУК.....                                                                                         | 179 |
| ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВOSTІ                                                      |     |
| Юлія ТРЕФІЛОВА.....                                                                                            | 182 |
| УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ НА КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ                                           |     |
| Анна ФОМЮК, Оксана КОВАЛЬЧУК.....                                                                              | 185 |
| РОЗВИТОК СИСТЕМ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ                                               |     |
| Владислав ЧЕРНЮК.....                                                                                          | 188 |
| СОЦІАЛЬНЕ СТРАХУВАННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ                                                             |     |
| Анна ШАТИЛО.....                                                                                               | 190 |
| ЕВОЛЮЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ                                                                  |     |
| Ігор ШЕЛЕСТ.....                                                                                               | 194 |
| ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ                                         |     |
| Надія ШКАБАРА.....                                                                                             | 198 |
| СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ОBOB'ЯЗКОВОГО СТРАХУВАННЯ ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ        |     |
| Вікторія ЯКУСЕВИЧ.....                                                                                         | 201 |
| ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ |     |
| Тетяна ЯЦЕНКО.....                                                                                             | 205 |
| УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ДИВЕСИФІКОВАНИХ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ – СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ            |     |
| Андрій БЕЗСМЕРТНИЙ, Богдан ГРИБУШИН, Олександр КУЧЕР.....                                                      | 207 |
| ДЕРЖАВНА РЕГУЛЯТОРНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ                   |     |
| Жанна БОРОЗДІНА, Андрій ДЕХТЯРЕНКО, Тетяна ЮДІНА, Вікторія ІЛЬНИЦЬКА.....                                      | 210 |
| ВПЛИВ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ                                             |     |
| Микола ВАСИЛЬЧУК.....                                                                                          | 212 |
| ТРЕНДИ ТА НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ                                                             |     |

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| НАЗАР ГАВРИЛОВСЬКИЙ .....                                                | 215 |
| МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ У СФЕРІ              |     |
| ПІДПРИЄМНИЦТВА                                                           |     |
| ДМИТРО ГАВРИЛЮК .....                                                    | 219 |
| ВПЛИВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ    |     |
| РІШЕНЬ                                                                   |     |
| ДЕРКАЧ О.В., ПОНТКІВСЬКИЙ В.П. ....                                      | 221 |
| ЛОГІСТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ЯК ОСНОВА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА   |     |
| ЗОВНІШНІХ РИНКАХ                                                         |     |
| ОЛЕКСАНДР ЗАБРОДСЬКИЙ, ОЛЕКСАНДР КАЛАУР .....                            | 224 |
| ВПЛИВ КРИПТОВАЛЮТ НА СУЧАСНИЙ БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР                         |     |
| ПАВЛО КАРПУК, ІВАННА СТОРОЖУК .....                                      | 226 |
| ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО         |     |
| РОЗВИТКУ НАСЕЛЕНИХ ПУНКТІВ                                               |     |
| ОЛЕКСАНДР ОПАЛОВ .....                                                   | 229 |
| ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ                |     |
| ВІТАЛІЙ ПОСТЕВКА .....                                                   | 231 |
| АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ    |     |
| РУСЛАН СУПРУН .....                                                      | 234 |
| ОСНОВНІ МЕТОДИ, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЮТЬ ДЛЯ АТАК СОЦІАЛЬНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ         |     |
| ТРОЦЬКИЙ В.В. ....                                                       | 237 |
| СТАНДАРТИЗАЦІЯ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЛІСОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВOSTІ |     |
| ДМИТРО КУЧЕРЧУК .....                                                    | 240 |
| РОЛЬ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА      |     |
| КАРИНА ЦИМБАЛ .....                                                      | 243 |
| ЗНАЧЕННЯ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ У ФОРМУВАННІ ДОХОДІВ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ         |     |
| НАЗАР БОРДУГОВСЬКИЙ .....                                                | 245 |
| КЛЮЧОВІ КОМПОНЕНТИ КОМПАНІЙ З МІЖНАРОДНИМ БІЗНЕС-ПРОФІЛЕМ                |     |
| ІРИНА ПЕТРАКІВСЬКА .....                                                 | 248 |
| ОСОБЛИВОСТІ ВИПУСКУ ТА ОБІГУ ВІЙСЬКОВИХ ОБЛІГАЦІЙ В УКРАЇНІ              |     |
| ОЛЕКСІЙ КАПІНУС .....                                                    | 251 |
| ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ      |     |
| БОГДАН ДМИТРЕНКО .....                                                   | 254 |
| СУЧАСНІ ВЕКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ       |     |
| ВІТА ХАВОНОВА .....                                                      | 256 |

## СИСТЕМНЕ УПРАВЛІННЯ ТРАНСПОРТНИМИ ПЕРЕВЕЗЕННЯМИ ПІДПРИЄМСТВА

Олександр АКСЮК

магістр спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник – Олена Бездітко, к.е.н., доцент

**Вступ.** Сьогодні транспортні компанії функціонують у ринковій економіці, що характеризується сформованим ринком транспортних послуг, зростанням конкуренції між перевізниками та різними видами транспорту, а також підвищеними вимогами споживачів до якості послуг і цін. Очевидно, що в сучасних ринкових умовах і за активного впровадження логістичних підходів в управлінні транспортними підприємствами України ключову роль відіграє ефективна реалізація важливої логістичної функції – транспортування. Усі види господарської діяльності потребують належного транспортного забезпечення.

Використання сучасних технологій транспортування у діяльності транспортних компаній сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності, забезпеченню стабільної роботи на відповідних ринках, створенню умов для розвитку, а також зміцненню лояльності клієнтів. Сучасний підхід до застосування транспортних технологій у логістичних системах базується на виборі оптимального способу перевезення, типу транспорту, транспортного засобу, перевізника, а також на оптимізації параметрів транспортного процесу тощо.

**Результати дослідження.** Одним із ключових факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, є якісна організація транспортування, яка має важливе значення для забезпечення стабільності та розвитку бізнесу. Основним викликом для транспортних підприємств є необхідність адаптації до умов динамічного ринку. Упровадження логістичних підходів в управління процесами транспортування дозволяє підприємствам досягати більшої ефективності. Логістика сприяє системному підходу до планування перевезень, що охоплює вибір оптимальних маршрутів, координацію транспортних засобів, облік витрат і забезпечення своєчасного виконання замовлень клієнтів. Важливо, що в сучасних умовах логістичні системи орієнтовані не лише на зменшення витрат, але й на підвищення якості послуг, що стає вирішальним фактором у боротьбі за клієнтів.

Системний підхід у логістиці – це метод управління, який передбачає цілісне вивчення і аналіз логістичних систем, їх елементів, взаємозв'язків та взаємодії з зовнішнім середовищем. Мета підходу – забезпечити узгодженість між цілями окремих елементів і загальними цілями системи, а також між самою логістичною системою та її оточенням, усуваючи можливі суперечності та підвищуючи ефективність функціонування.

Другим фактором ефективного управління є правильний вибір способу транспортування, який залежить від специфіки вантажу, відстані перевезення та вимог замовника. Застосування автомобільного, залізничного, морського чи авіаційного транспорту має свої переваги та обмеження, тому оптимальне

рішення забезпечує баланс між вартістю послуг, швидкістю доставки та безпекою вантажу. Водночас інтеграція сучасних технологій, таких як GPS-моніторинг, автоматизоване управління транспортними засобами та системи планування маршрутів, дозволяє підприємствам значно підвищити точність і оперативність процесів транспортування.

Запровадження системи інформаційного обслуговування, яка забезпечуватиме зберігання та обробку даних про вантажі, визначатиме потребу в транспортних засобах і контролюватиме їхнє переміщення, а також створення транспортно-логістичних центрів для обробки, складування та зберігання вантажів сприятиме підвищенню якості обслуговування до європейських стандартів.

Окремо слід зазначити роль впровадження інновацій у транспортній діяльності, що сприяють підвищенню рівня лояльності клієнтів. Забезпечення високої якості обслуговування, гнучкість у виконанні замовлень, а також прозорість процесів перевезення створюють конкурентні переваги для підприємств. Зокрема, сучасні інформаційні системи дозволяють клієнтам у режимі реального часу відстежувати місцезнаходження вантажу, прогнозувати час доставки та отримувати консультації.

Розглянемо такий інструмент, як система управління транспортом (TMS) – це програмне забезпечення, створена для підтримки логістичних і транспортних процесів компаній. Вона забезпечує централізований огляд усіх логістичних операцій, допомагаючи оптимізувати розподіл товарів, забезпечувати своєчасну доставку та відстежувати всі відправлення в режимі реального часу. TMS підходить для бізнесу будь-якого масштабу — від малого до великого. При цьому її ефективність зростає зі збільшенням обсягу відправлень і кількості користувачів. Найчастіше систему використовують виробничі компанії, оптові та роздрібні торговці, а також підприємства електронної комерції. Основні фактори та функції системи управління транспортом представлені в табл. 1.

Таблиця 1

### Основні фактори та функції системи управління транспортом

| Фактор                        | Характеристика                                                                                    |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Панель керування              | Єдиний огляд логістики компанії: усі замовлення та діяльність відображаються в одному інтерфейсі. |
| Управління тарифами           | Централізоване управління тарифами на перевезення для різних видів транспорту.                    |
| Калькулятор вартості доставки | Розрахунок вартості та часу доставки для різних перевізників у одному вікні.                      |
| Комерційні пропозиції         | Отримання онлайн-оцінок вартості доставки з урахуванням параметрів вантажу та маршрутів.          |
| Бронювання                    | Автоматизація замовлень на перевезення, інтеграція через електронну пошту.                        |
| Відстеження                   | Місцезнаходження відправлень у реальному часі (GPS, статуси перевізника).                         |
| Документація                  | Генерація та зберігання транспортних документів (накладні, сертифікати, дозволи тощо).            |
| Комунікація                   | Інтеграція з мобільними додатками для гнучкості.                                                  |

|                           |                                                                                               |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Сповіщення                | Автоматизовані повідомлення про статуси відправлень, підтвердження бронювання тощо.           |
| Вимірювання викидів CO2   | Розрахунок і збереження даних про викиди CO2 для різних видів транспорту.                     |
| Звітність                 | Операційні показники, ринкова аналітика, витрати, аналіз напрямків і затримок.                |
| Статистика                | Фактичні дані про витрати, економію, напрямки, час транзиту, перевізників тощо.               |
| Планування кінцевої точки | Автоматизація графіків рамп і складських дворів, оптимізація часу завантаження/розвантаження. |
| Доступ третіх сторін      | Надання доступу постачальникам для створення замовлень, друку етикеток тощо.                  |
| Автоматичне бронювання    | Бронювання перевезень на основі заданих критеріїв (ціна, час, маршрут, тип вантажу).          |

*Джерело: власні дослідження.*

**Висновки.** Ефективне управління транспортними перевезеннями має стратегічне значення для забезпечення стабільності підприємства на ринку. Організація транспортування, яка відповідає сучасним стандартам логістики, забезпечує стійке функціонування компаній навіть в умовах посилення конкуренції. Крім того, оптимізація транспортних процесів створює передумови для розширення ринків збуту та забезпечення довгострокового зростання.

Таким чином, вдосконалення управління транспортними перевезеннями є не лише необхідним, але й перспективним напрямом для підприємств, які прагнуть відповідати викликам сучасного ринку. Упровадження системи управління транспортом і технологій транспортування дозволяє забезпечити високу якість послуг, ефективність операцій і конкурентні переваги на ринку транспортних послуг.

### Список використаних джерел

1. Іванов І. Є., Вдовиченко В. О. Структура адаптивної резонансної моделі управління якістю транспортного обслуговування міським громадським пасажирським транспортом. *Автомобіль і електроніка. Сучасні технології*. 2021. №19. С. 54-67.

Кирлик Н. Ю., Герзанич В. М. Транспортно-логістична система України: аналіз ринку та ключові гравці. *Підприємництво, торгівля та біржова діяльність*. 2023. № 11 (269). С. 35-39.

## АНАЛІЗ ДОХОДІВ І ВИТРАТ ТОВ «ЖИТОМИРСЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ»

Олександр АЛЕКСАНДРОВ

магістрант спеціальності «Міжнародний менеджмент»

Науковий керівник – Т.В. Усюк, к.е.н., доцент

**Вступ.** Основним завданням для ефективного розвитку підприємства є управління формуванням доходів, витрат та прибутку у процесі операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства, які залежать від керівника та фінансових менеджерів. Ефективне управління полягає у правильній побудові на підприємстві організаційно-методичних систем інформаційного постачання процесу управління та використання сучасних методів аналізу.

Дослідження аналізу доходів і витрат проводили: Н. М. Бондаренко та К. С. Гончар [1], Н. Ю. Кубіній та О. В. Данайканич [2], Я. О. Остапенко та П. А. Морозовський [3], Н. Й. Радіонова та А. С. Власенко [4], О. К. Фокін [6] та ін.

**Результати досліджень.** Доходи та витрати є складними економічними показниками, тому що кожне підприємство хоче отримувати більше доходів, але при цьому нести найменші витрати шляхом економії у витрачання коштів та збільшення ефективності їх використання. Щоб досягти кінцевий результат при найменших витратах необхідно вивчати джерела отримання доходів, але основним джерелом управління є інформація про витрати. Підсумковим результатом ефективного управління доходами та витратами буде позитивний фінансовий результат діяльності підприємства.

Проаналізуємо доходи і витрати ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат». В таблиці 1 проаналізуємо виробничі витрати підприємства.

Таблиця 1

### Динаміка і структура виробничих витрат в ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат»

| Показник                      | 2021 р.  |       | 2022 р.  |       | 2023 р.  |       | 2023 р. до 2021 р. |       |       |
|-------------------------------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|--------------------|-------|-------|
|                               | млн. грн | %     | млн. грн | %     | млн. грн | %     | +, -               | в %   | п. с. |
| Витрати матеріальних ресурсів | 1410,8   | 86,5  | 1145,2   | 81,8  | 1429,8   | 80,3  | 19,0               | 101,3 | -6,2  |
| Витрати на оплату праці       | 140,5    | 8,6   | 144,9    | 10,3  | 220,7    | 12,4  | 80,1               | 157,0 | 3,8   |
| Витрати на соціальні заходи   | 29,1     | 1,8   | 30,0     | 2,1   | 42,4     | 2,4   | 13,3               | 145,7 | 0,6   |
| Витрати на амортизацію        | 39,4     | 2,4   | 64,4     | 4,6   | 66,0     | 3,7   | 26,7               | 167,8 | 1,3   |
| Інші операційні витрати       | 10,8     | 0,7   | 16,0     | 1,1   | 22,1     | 1,2   | 11,4               | 205,5 | 0,6   |
| Разом                         | 1630,5   | 100,0 | 1400,4   | 100,0 | 1781,0   | 100,0 | 150,5              | 109,2 | 0,0   |

Джерело: за даними [5].

Дані таблиці 1 показують, що виробничі витрати ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» зросли на 150,5 млн. грн чи на 9,2%. За 2023 р. в структурі виробничих витрат на матеріальні витрати припадало 80,3% чи 1429,8 млн. грн, що менше 2021 р. по структурі на 6,2%, але в динаміці вище на 19,0 млн. грн чи на 1,3%. Витрати на оплату праці за 2023 р. формували 12,4% всіх витрат та

сягнули 220,7 млн. грн, що відповідно більше 2021 р. по структурі на 3,8%, а в динаміці на 80,1 млн. грн чи на 57,0%.

В таблиці 2 проаналізуємо загальні витрати ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат».

Таблиця 2

**Динаміка і склад загальних витрат ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат»**

| Показник                            | 2021 р.  |      | 2022 р.  |      | 2023 р.  |      | 2023 р. до 2021 р. |       |       |
|-------------------------------------|----------|------|----------|------|----------|------|--------------------|-------|-------|
|                                     | млн. грн | %    | млн. грн | %    | млн. грн | %    | +, -               | в %   | п. с. |
| Собівартість реалізованої продукції | 1200,8   | 71   | 996,7    | 65,3 | 1264,3   | 66,1 | 63,5               | 105,3 | -4,9  |
| Адміністративні витрати             | 43,3     | 2,6  | 48,2     | 3,2  | 76,0     | 4    | 32,7               | 175,5 | 1,4   |
| Витрати на збут                     | 371,3    | 21,9 | 367,7    | 24,1 | 434,5    | 22,7 | 63,3               | 117   | 0,8   |
| Інші операційні витрати             | 10,8     | 0,6  | 16,0     | 1    | 22,1     | 1,2  | 11,4               | 205,5 | 0,6   |
| Фінансові витрати                   | 58,8     | 3,5  | 81,3     | 5,3  | 86,5     | 4,5  | 27,7               | 147,1 | 1     |
| Витрати з податку на прибуток       | -        | -    | -        | -    | 10,9     | 0,6  | 10,9               | -     | 0,6   |
| Всього витрат                       | 1692,0   | 100  | 1525,4   | 100  | 1913,0   | 100  | 221,0              | 113,1 | 0     |

Джерело: за даними [5].

Дані таблиці 2 показують, що загальні витрати ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» збільшилися на 221,0 млн. грн. чи на 13,3% і в 2023 р. сягнули 1913,0 млн. грн. Помітний вплив на ріст витрат ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» вплинуло зростання собівартості реалізованої продукції та витрат на збут: відповідно збільшення витрат в 2023 р. порівняно 2021 р. на 63,5 млн. грн чи на 5,3% і на 63,3 млн. грн чи на 17,0%.

Проаналізуємо динаміку і склад доходів ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» в таблиці 3.

Таблиця 3

**Динаміка і склад доходів ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат»**

| Показник                              | 2021 р.  |       | 2022 р.  |       | 2023 р.  |       | 2023 р. до 2021 р. |        |       |
|---------------------------------------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|--------------------|--------|-------|
|                                       | млн. грн | %     | млн. грн | %     | млн. грн | %     | +, -               | в %    | п. с. |
| Чистий дохід від реалізації продукції | 1704,7   | 98,8  | 1555,2   | 99,0  | 1961,9   | 99,0  | 257,1              | 115,1  | 0,2   |
| Інші операційні доходи                | 18,2     | 1,1   | 12,3     | 0,8   | 10,4     | 0,5   | -7,8               | 57,4   | -0,5  |
| Інші фінансові доходи                 | 2,7      | 0,2   | -        | -     | -        | -     | -2,7               | 0,0    | -0,2  |
| Інші доходи                           | 0,3      | 0,0   | 3,7      | 0,2   | 9,9      | 0,5   | 9,6                | 3381,6 | 0,5   |
| Всього доходів                        | 1725,9   | 100,0 | 1571,2   | 100,0 | 1982,3   | 100,0 | 256,3              | 114,9  | 0,0   |

Джерело: за даними [5.]

Дані таблиці 3 показують, що доходи ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» зросли 256,3 млн. грн. чи на 72,7% і в 2023 р. сягнули 1982,3 млн. грн. В структурі доходів в 2023 р. питома вага доходів від реалізації продукції становила 99,9%, що більше 2021 р. на 0,2%.

**Висновки.** В ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» в 2023 р. загальні доходи перевищували витрати на 69289 млн. грн. прибутку, що краще 2021 р. на 39004 млн. грн чи на 128,8%, оскільки в 2021 р. було отримано 30285 млн. грн. прибутку.

#### Список використаних джерел

1. Бондаренко Н. М., Гончар К. С. Деякі аспекти обліку та аналіз доходів промислових підприємств. *Економічний простір*. 2022. № 180. С. 195–201.
2. Кубіній Н. Ю., Данайканич О. В., Кубіній В. В. Методичні аспекти аналізу доходу підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія : Економіка. 2020. Вип. 1. С. 97–102.
3. Остапенко Я. О., Морозовський П. А. Чинники впливу на формування доходу підприємства: обліково-аналітичний аспект. *Економічний простір*. 2020. № 154. С. 115–119.
4. Радіонова Н. Й., Власенко А. С. Організаційні та методичні аспекти аналізу витрат підприємства. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. 2019. № 4(2). С. 24–26.
5. Фінансова звітність ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат». URL: <https://clarity-project.info/edr/32122069/yearly-finances>.
6. Фокін О. К. Суб'єктно-об'єктний склад системи економічного аналізу виробничих витрат великих промислових підприємств. *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2019. № 1. С. 371–391.

## ІННОВАЦІЙНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ЗАВДАННЯ ТА ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ

Андрій АЛЕКСАНДРОВ

магістр спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник – Олена Бездітко, к.е.н., доцент

**Вступ.** Маркетингова стратегія є ефективним інструментом створення конкурентних переваг і забезпечення комерційного успіху підприємства. Хоча основною метою діяльності підприємства є отримання прибутку, універсальної маркетингової стратегії для цього не існує. Різні підходи в маркетинговій стратегії можуть сприяти досягненню як стратегічних, так і тактичних цілей підприємства. Предметом наукового пошуку багатьох вітчизняних вчених нині стає інноваційна маркетингова стратегія.

Питання формування інноваційної маркетингової стратегії є предметом дослідження багатьох вітчизняних вчених, серед яких: О. Амбросов, Л. Бабаченко, М. Багорка, П. Банщиков, О. Буднік, В. Бутенко, Т. Білоус, І. Ващенко, А. Величко, І. Волкова, Т. Воронкова, В. Далик, В. Зіновчук,

Г. Кузнецова, А. Олійник, О. Прокопишин, Н. Степаненко, Л. Тарасович, Р. Тульчинський, П. Шевчук та ін. [1–5].

**Результати дослідження.** У різних джерелах визначення інноваційної маркетингової стратегії представлено відповідними підходами, однак в їх основу закладено інновацію як інструмент просування бізнесу. До прикладу: комплексний підхід, що включає впровадження нових методів та рішень для просування товарів і послуг, орієнтуючись на нестандартні підходи до залучення споживачів та адаптації до швидких змін ринку [5, с. 45]; стратегія, яка використовує інноваційні підходи, цифрові технології та креативні рішення для підвищення конкурентоспроможності підприємства та його адаптації до сучасних вимог споживачів» [1, с. 121]. Існуючі визначення підкреслюють різні аспекти інноваційної маркетингової стратегії, зокрема використання нових технологій, креативних рішень та орієнтацію на мінливі потреби споживачів для зміцнення конкурентних позицій підприємства.

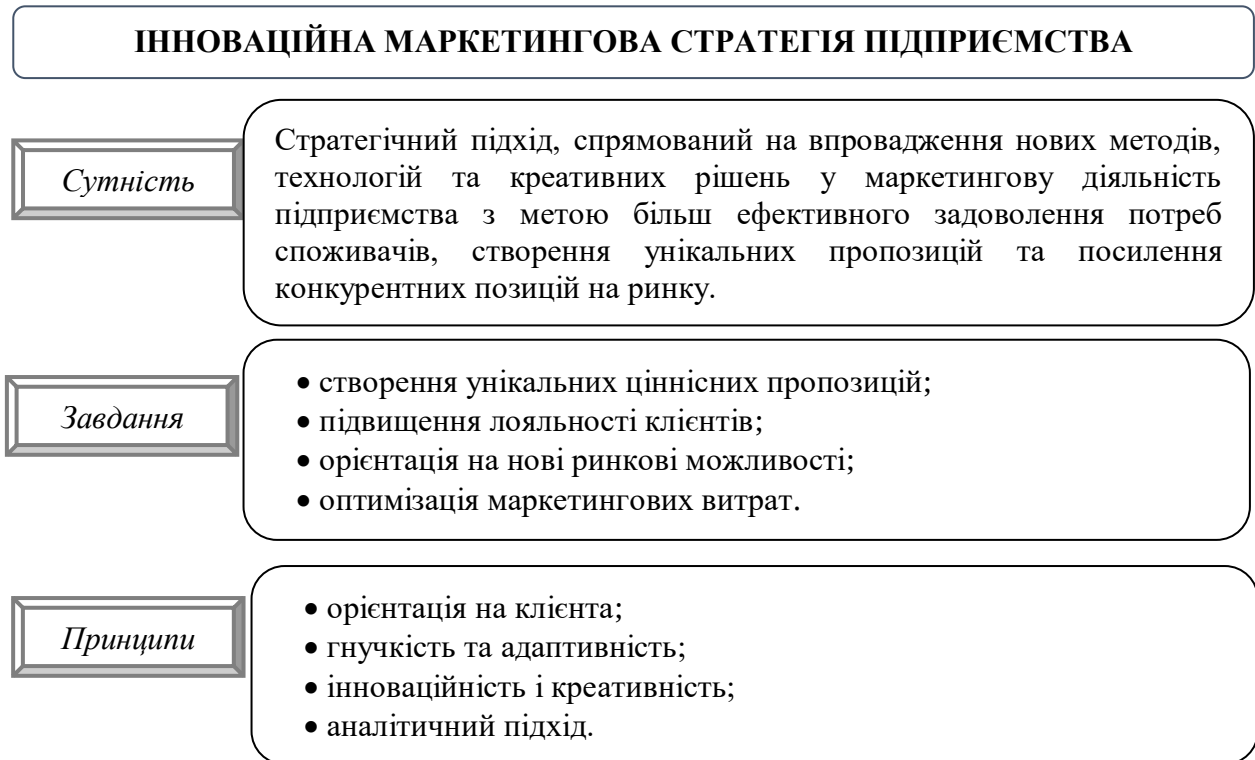
Своєчасність інноваційної маркетингової стратегії для підприємства обумовлена швидкими змінами у технологіях, зростаючою конкуренцією та потребою бізнесів у пристосуванні до нових вимог споживачів. У сучасних умовах, коли традиційні методи часто втрачають ефективність, інноваційна стратегія дозволяє ідентифікуватися на ринку, пропонуючи унікальні продукти або рішення. Інноваційний підхід у маркетингу також сприяє залученню нових сегментів аудиторії, підтриманню лояльності існуючих клієнтів та підвищенню цінності бренду. За таких умов, інноваційна маркетингова стратегія стає важливим інструментом для досягнення довгострокової конкурентної переваги.

Завдання інноваційної маркетингової стратегії включають кілька ключових напрямів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства та задоволення змінних потреб споживачів. Зокрема, 1) створення унікальних ціннісних пропозицій (розробка нових продуктів, послуг або сервісів, що забезпечують особливу цінність для споживачів, з урахуванням сучасних трендів і технологій); 2) підвищення лояльності клієнтів (встановлення довгострокових відносин зі споживачами завдяки інноваційним методам комунікації, персоналізації пропозицій та залученню клієнтів до процесу створення продукту); 3) орієнтація на нові ринкові можливості (аналізування та освоєння нових ринкових сегментів, що дозволяє підприємству розширити свою присутність на ринку за допомогою управлінських рішень); 4) оптимізація маркетингових витрат (імплементация новітніх цифрових технологій та автоматизації маркетингових процесів для зниження витрат та підвищення ефективності) [1–3].

Принципи інноваційної маркетингової стратегії відображають основні засади, що допомагають підприємству бути ефективним у досягненні завдань, а саме: орієнтація на клієнта – глибоке розуміння потреб і очікувань споживачів, що дозволяє створювати продукти та послуги, які дійсно резонують з аудиторією; гнучкість та адаптивність – швидке реагування на зміни ринку, впровадження нових технологій і коригування маркетингових підходів відповідно до нових умов; інноваційність і креативність – використання

креативних підходів, нестандартних рішень та інноваційних інструментів для створення конкурентних переваг; аналітичний підхід – прийняття рішень на основі даних, моніторинг результатів і постійне вдосконалення стратегії для досягнення максимальної ефективності [2; 4].

Сутність, завдання та принципи інноваційної маркетингової стратегії демонструє рис. 1.



**Рис. 1. Сутність, завдання та принципи інноваційної маркетингової стратегії підприємства**

*Джерело: узагальнено автором на основі [1-5].*

Таким чином, завдання та принципи інноваційної маркетингової стратегії забезпечують підприємству не лише конкурентоспроможність, а й стійкий розвиток у динамічному ринковому середовищі.

**Висновки.** Інноваційну маркетингову стратегію пропонується розуміти як стратегічний підхід, спрямований на впровадження нових методів, технологій та креативних рішень у маркетингову діяльність підприємства з метою більш ефективного задоволення потреб споживачів, створення унікальних пропозицій та посилення конкурентних позицій на ринку. Інноваційна маркетингова стратегія є довгостроковим планом дій, який орієнтований на створення конкурентних переваг підприємства через задоволення потреб споживачів. Вона базується на впровадженні нових методів і технологій, що дозволяють підприємствам адаптуватися до динамічних умов ринку та змін у поведінці клієнтів.

**Список використаних джерел**

1. Амбросов О. І. Сучасні підходи до маркетингових стратегій. *Наукові читання*. 2020. С. 118–129.
2. Банщиков П., Паздрій В., Ващенко І. Можливості використання інтернет-технологій у маркетинговій діяльності компаній. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2018. № 6. С. 20–31.
3. Буга Н., Пелехацький Д. Перспективи використання інноваційних технологій в маркетинговій діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 42. URL: <http://surl.li/mfhome>. (дата звернення: 12.10.2024).
4. Ілляшенко С. М., Рудь М.П., Новітні види маркетингу в умовах випереджаючого розвитку: еволюція, сутність, умови застосування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 24. С. 38–42.
5. Кравченко В. В. Основи інноваційного маркетингу: навч. посіб. К., 2018. 223 с.

**ФУНКЦІОНУВАННЯ АТ КБ "ПРИВАТБАНК"  
В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ***Віталій БАШИНСЬКИЙ**Бакалавр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»  
Науковий керівник – Дема Д.І., к.е.н., професор*

**Вступ.** За час свого існування банківській системі України довелося пережити чимало кризових процесів. Повномасштабна війна росії проти нашої держави поставила перед українською банківською системою значні виклики. Військові дії, зростання рівня інфляції, падіння ВВП, нестабільна економічна ситуація, стали чинниками, що призвели до змін у діяльності банківських установ в Україні. Багато банків припинили свою діяльність через їхні зв'язки з країною, яка здійснювала агресію, деякі банки зникли через фінансові труднощі, тоді як інші адаптувалися до нових обставин і продовжували успішно діяти, розвиватися та отримувати значні прибутки. Одним з успішних банків залишається АТ КБ «ПриватБанк». Отже, в сучасних умовах питання аналізу тенденцій розвитку успішних банків є актуальним і потребує подальших наукових досліджень.

**Результати дослідження.** Банківська система є важливою складовою економіки будь-якої країни. Адже, бере участь у забезпеченні здійснення платежів і розрахунків, в управлінні інвестиціями і кредитними операціями, що дозволяє банківським установам накопичувати заощадження усіх суб'єктів фінансового ринку. Банківська система розвивається, змінюється і адаптується до тієї фінансово-економічної ситуації, яка склалася в державі.

Огляд напрацювань вітчизняних науковців [1-4] свідчить, що незважаючи на наслідки повномасштабної війни на території України банківський сектор

показує відносно стабільні фінансові показники своєї діяльності. Цей позитивний результат було досягнуто завдяки спільним зусиллям Національного Банку, який оперативно використовував індикативні та адміністративні інструменти регулювання діяльності комерційних банків, більшість з яких в свою чергу проводили успішну політику мінімізації ризиків та оптимізації видатків, ефективно працювали над удосконаленням електронних продуктів та збереженням клієнтів. Дослідження показали, що банківський сектор залишається однією з небагатьох сфер бізнесу, що зберегла прибутковість. Одним з найбільш прибуткових банків залишається АТ КБ «ПриватБанк».

В сьогоденних непростих умовах АТ КБ «ПриватБанк» представляє собою життєво важливу інфраструктуру для української економіки; банк є одним із найдинамічніших кредиторів країни та одним із найбільших платників податків до державного бюджету за розміром податків та дивідендів. З моменту націоналізації та подальшої докапіталізації у 2016 році в розмірі 155 млрд грн державі було сплачено 168,3 млрд грн дивідендів і податку на прибуток.

Сильні фінансові показники АТ КБ «ПриватБанк» підкреслюють його направленість до сталого розвитку та ефективного управління. Навіть у ці важкі воєнні роки банк залишається прибутковим і покращує свою діяльність. Надаючи надійні цифрові послуги у поєднанні з розвиненою платіжною інфраструктурою АТ КБ «ПриватБанк» робить значний внесок у фінансову стабільність України. Обслуговування платіжних операцій як підприємців, так і громадян є одним зі стрижнів економіки. Крім того, він продовжує свій інноваційний шлях. Величезним інноваційним внеском банку є послуги, які дозволяють приймати платежі через смартфон. Суттєва трансформація, яку пройшов АТ КБ «ПриватБанк», організована незалежна наглядова рада та успішне корпоративне управління уможливили стабільний прибуток і надходження дивідендів [5].

Активи АТ КБ «ПриватБанк» на 01.01.2024 року становили 680008 млн. грн., а це 23,1% від загальних активів банківської системи України (табл. 1).

Протягом 2023 року активи АТ КБ «Приватбанк» зросли на 139412 млн грн. чи на 25,3%, а за досліджуваний період (з 01.01.2020 року по 01.01.2024 року) збільшилися на 370285 млн. грн чи в 2,2 рази. На початок 2024 року інвестиційні цінні папери, грошові кошти і їх еквіваленти, кредити та аванси банкам і клієнтам становлять основну частину активів АТ КБ «Приватбанк» – відповідно 40,0%, 22,4% і 19,7%.

Зміна власного капіталу АТ КБ «Приватбанк» та його структура проаналізована в табл. 2.

**Аналіз динаміки та структури активів АТ КБ «Приватбанк»**

| Показники                                              | на 01.01.<br>2020 р | на 01.01.<br>2021 р | на 01.01.<br>2022 р | на 01.01.<br>2023 р | на 01.01.<br>2024 р |
|--------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Активи всього, млн. грн                                | 309723              | 382525              | 401296              | 540596              | 680008              |
| в т.ч.                                                 |                     |                     |                     |                     |                     |
| Грошові кошти та їх еквіваленти та обов'язкові резерви | 45894               | 49911               | 52835               | 94194               | 152282              |
| Кредити та аванси банкам                               | 27118               | 25059               | 26243               | 103837              | 134237              |
| Кредити та аванси клієнтам                             | 59544               | 55021               | 68218               | 68084               | 92019               |
| Інвестиційні цінні папери                              | 152157              | 221661              | 222277              | 239752              | 271874              |
| Інші активи                                            |                     |                     |                     |                     |                     |
| Активи всього, %                                       | 100                 | 100                 | 100                 | 100                 | 100                 |
| в т.ч.                                                 |                     |                     |                     |                     |                     |
| Грошові кошти та їх еквіваленти та обов'язкові резерви | 14,8                | 13,0                | 13,2                | 17,4                | 22,4                |
| Кредити та аванси банкам                               | 8,8                 | 6,6                 | 6,5                 | 19,2                | 19,7                |
| Кредити та аванси клієнтам                             | 19,2                | 14,4                | 17,0                | 12,6                | 13,5                |
| Інвестиційні цінні папери                              | 49,1                | 57,9                | 55,4                | 44,3                | 40,0                |
| Інші активи                                            | 8,1                 | 8,1                 | 7,9                 | 6,4                 | 4,4                 |

Джерело: розраховано за даними [5].

Власний капітал АТ КБ «Приват-Банк» на 01.01.2024 року еквівалентний сумі 84846 млн. грн (12,5% від всього капіталу), що більше від суми на 01.01.2023 року на 27057 млн. грн чи на 46,8%, та більше від суми на 01.01.2020 року на 30317 млн. грн чи на 55,6%.

Таблиця 2

**Динаміка та структура власного капіталу АТ КБ «Приватбанк»**

| Показники                           | на 01.01.<br>2020 р | на 01.01.<br>2021 р | на 01.01.<br>2022 р | на 01.01.<br>2023 р | на 01.01.<br>2024 р |
|-------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Власний капітал, млн грн            |                     |                     |                     |                     |                     |
| в т.ч.                              |                     |                     |                     |                     |                     |
| Акціонерний капітал                 | 206060              | 206060              | 206060              | 206060              | 206060              |
| Емісійний дохід                     | 23                  | 23                  | 23                  | 23                  | 23                  |
| Інші резерви                        | -660                | -2248               | -4091               | -15168              | -1741               |
| Результат від операцій з акціонером | 12174               | 12174               | 12174               | 12174               | 12174               |
| Загальні резерви та інші фонди      | 6850                | 8481                | 9696                | 11449               | 12959               |
| Накопичений дефіцит                 | -169918             | -171665             | -157247             | -156749             | -144629             |
| Власний капітал, %                  | 100                 | 100                 | 100                 | 100                 | 100,0               |
| в т.ч.                              |                     |                     |                     |                     |                     |
| Акціонерний капітал                 | 377,9               | 390,1               | 309,3               | 356,6               | 242,9               |
| Емісійний дохід                     | 0,042               | 0,044               | 0,035               | 0,040               | 0,027               |
| Інші резерви                        | -1,2                | -4,3                | -6,1                | -26,2               | -2,1                |
| Результат від операцій з акціонером | 22,3                | 23,0                | 18,3                | 21,1                | 14,3                |
| Загальні резерви та інші фонди      | 12,6                | 16,1                | 14,6                | 19,8                | 15,3                |
| Накопичений дефіцит                 | -311,6              | -325                | -236,1              | -271,2              | -170,5              |

Джерело: розраховано за даними [5].

Номінальна зареєстрована вартість випущеного акціонерного капіталу АТ КБ «Приват-Банк» протягом досліджуваного періоду не змінювалася та станом на 01.01.2024 року рівна 206060 млн.грн. З огляду на збитки минулих років, що були спричинені управлінням попередніх бенефіціарних власників АТ КБ «Приват-Банк» має накопичений дефіцит, але він щорічно зменшується. Накопичений дефіцит АТ КБ «Приват-Банк» на 01.01.2024 року еквівалентний сумі 144629 млн. грн, що менше від суми на 01.01.2023 року на 12120 млн. грн чи на 7,7% та менше від суми на 01.01.2020 року на 25289 млн. грн чи на 14,9%.

Зміна зобов'язань АТ КБ «Приватбанк» проаналізована в табл. 3.

Таблиця 3

### Динаміка зобов'язань АТ КБ «Приватбанк»

| Показники             | на 01.01.<br>2020 р | на 01.01.<br>2021 р | на 01.01.<br>2022 р | на 01.01.<br>2023 р | на 01.01.<br>2024 р |
|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Зобов'язання, млн.грн | 255194              | 329700              | 334681              | 482807              | 595162              |
| В т.ч.                |                     |                     |                     |                     |                     |
| Кошти клієнтів        | 240621              | 312708              | 325303              | 471970              | 555525              |
| Інші залучені кошти   | 14573               | 16992               | 9378                | 10837               | 39637               |
| Зобов'язання, %       | 100,0               | 100,0               | 100,0               | 100,0               | 100,0               |
| В т.ч.                |                     |                     |                     |                     |                     |
| Кошти клієнтів        | 94,3                | 94,8                | 97,2                | 97,8                | 93,3                |
| Інші залучені кошти   | 5,7                 | 5,2                 | 2,8                 | 2,2                 | 6,7                 |

Джерело: розраховано за даними [5].

Зобов'язання АТ КБ «Приват-Банк» на 01.01.2024 року досягли рівня в 595162 млн. грн (87,5% від всього капіталу), що більше від суми на 01.01.2023 року на 112355 млн. грн чи на 23,3%, та більше від суми на 01.01.2020 року на 339968 млн. грн чи в 2,3 рази. На початок 2024 року кошти клієнтів становлять основну частину капіталу АТ КБ «Приватбанк» – 93,3%. АТ КБ «Приват-Банк» на 01.01.2024 року залучили від клієнтів 555525 млн. грн, що більше від суми на 01.01.2023 року на 83555 млн. грн чи на 17,7%, та більше від суми на 01.01.2020 року на 314904 млн. грн чи в 2,3 рази.

Результатом самовідданої та ефективної роботи команди АТ КБ «Приват-Банк» в 2023 році став рекордний прибуток (табл. 4).

Таблиця 4

### Фінансові результати АТ КБ «Приватбанк»

| Показники                              | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р | 2022 р. | 2023 р. |
|----------------------------------------|---------|---------|--------|---------|---------|
| Прибуток/(збиток) до оподаткування     | 24296   | 32609   | 35067  | 34672   | 72766   |
| Витрати (дохід) на податок на прибуток | 6       | 0       | 17     | 4474    | 35001   |
| Чистий прибуток/(збиток) за рік        | 24296   | 32609   | 35050  | 30198   | 37765   |
| Інший сукупний дохід (витрати)         | -1543   | 1974    | -1818  | -10984  | 13450   |
| Усього сукупного доходу                | 22753   | 34583   | 33232  | 19214   | 51215   |

Джерело: розраховано за даними [5].

Завдяки виваженому фінансовому управлінню АТ КБ «Приват-Банк» отримав в 2023 році чистий прибуток у розмірі 37765 млн. грн., що краще від 2023 року на 7567 млн. грн чи на 25,1% та більше від рівня прибутку в 2020 році на 13469 чи на 55,4%. АТ КБ «Приват-Банк» як платник податків за результатами 2023 року зробить вагомий внесок до державного бюджету, а саме 35001 млн грн у вигляді податку на прибуток.

**Висновки.** АТ КБ «Приват-Банк» залишається беззаперечним лідером на ринку фінансових послуг, обслуговуючи клієнтів як на території України, так і за кордоном. За фінансовими показниками АТ КБ «Приват-Банк» залишається успішним навіть не зважаючи на повномасштабне вторгнення.

#### Список використаних джерел

1. Балицька М. В., Пукас Т. В. Функціонування державного банківського сектору в умовах воєнного стану в Україні. *Ефективна економіка*. 2023. № 4. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2023\\_4\\_45](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_4_45) (дата звернення 10.11.2024).
2. Грабчук О. М., Марецька О. С. Забезпечення ефективності функціонування механізму активних банківських операцій в умовах війни. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 22. С. 75-80.
3. Кльоба Л. Г. Управління суттєвими банківськими ризиками в умовах воєнного стану. *Ефективна економіка*. 2024. № 5. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2024\\_5\\_40](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2024_5_40) (дата звернення 10.11.2024).
4. Пацула О. І., Наконечна Н. В. Аналіз стійкості банківської системи України у період воєнного стану. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. серія економічна*. 2023. Вип. 1. С. 62-67.
5. Річні звіти АТ КБ «ПриватБанк» за 2019-2023 роки. URL: <https://privatbank.ua/about/finansovaja-otchetnost> (дата звернення 11.10.2024).

## СМАРТ-ТЕХНОЛОГІЇ В ОБЛІКУ: ШЛЯХ ДО ЕФЕКТИВНОСТІ

Яна БЕЖЕВЕЦЬ

здобувачка спеціальності «Облік і оподаткування»

Науковий керівник – Тетяна Станіславівна Гайдучок, к.е.н., доцент

**Вступ.** У сучасному бізнес-середовищі використання смарт-технологій стає необхідністю для забезпечення ефективного обліку та управління фінансами. Смарт-технології, що охоплюють автоматизацію, аналітику даних, штучний інтелект та інші інновації, відкривають нові можливості для підприємств у всьому світі. Цей підхід дозволяє бізнесу будь-якого масштабу не лише

заощаджувати час, але й зменшувати ймовірність людських помилок, що можуть обернутися значними витратами для підприємства.

**Результати дослідження.** Індустрія бухгалтерського обліку значно змістила акцент з ручного введення проведення операцій та обробки первинних документів, на автоматизоване введення даних за допомогою програмного забезпечення. Це стало можливим завдяки значним досягненням у сфері штучного інтелекту за останні роки. Штучний інтелект охоплює всі ключові аспекти бухгалтерських процедур, а діяльність фінансових установ стає дедалі ефективнішою завдяки здатності зменшувати трудомісткість і вимоги, пов'язані з бухгалтерською професією [1].

Смарт-технології – інноваційні цифрові рішення, які використовують штучний інтелект (ШІ), хмарні сервіси, блокчейн та інші сучасні інструменти для автоматизації й аналізу даних. У сфері обліку вони дозволяють:

- автоматично збирати та обробляти фінансову інформацію;
- аналізувати витрати та доходи у режимі реального часу;
- генерувати звіти, прогнозувати тренди та попереджати про ризики;
- інтегрувати різні облікові системи для централізованого управління.

Від розвитку смарт-технологій, на думку колективу науковців [2], у першу чергу виграють ті галузі економіки, які пов'язані з наданням послуг, де важливими є мислення, творчість та людська участь. Бухгалтерський облік також належить до таких сфер. У цьому контексті відбуваються кардинальні зміни в організації та веденні облікових процедур, що, в свою чергу, впливає на їх структуру. Прогнозується, що трансформація системи бухгалтерського обліку під впливом смарт-технологій призведе до покращення якісних характеристик обліку, що, в свою чергу, суттєво підвищить якість та ефективність управлінських процесів у підприємствах.

Таким чином, адаптація до смарт-технологій не лише покращить якість бухгалтерського обліку, а й створить умови для стійкого розвитку підприємств у цілому, забезпечуючи їм більшу гнучкість у відповідь на динамічні вимоги ринку

Смарт-технології в бухгалтерському обліку стали важливими трендами для сучасних бухгалтерів і підприємств. Основними постачальниками програмного забезпечення, розробленого для роботи з хмарними технологіями, на ринку бухгалтерських рішень є такі програми (табл. 1).

Впровадження смарт-рішень дозволяє бухгалтерам зосередитися на стратегічних завданнях, зменшує рутинну роботу і підвищує загальну продуктивність. У результаті, підприємства можуть ефективніше управляти своїми фінансами, здійснюючи контролюючі та аналітичні функції, що, у свою чергу, веде до більш обґрунтованих бізнес-рішень.

**Програмне забезпечення для бухгалтерського обліку з елементами  
хмарних технологій та штучного інтелекту**

| № з/п | Програмне забезпечення для обліку                                                                    | Коротка характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | <br>QuickBooks      | Програмне забезпечення для бухгалтерського обліку, яке використовує штучний інтелект, щоб допомогти бухгалтерам обробляти фінансову інформацію. Використовує автоматичний процес класифікації транзакцій, що дозволяє безперервно визначати і перевіряти категорії витрат та доходів.                                                                                                    |
| 2     | <br>ORACLE NETSUITE | Програмне забезпечення має вбудовані функції хмарної технології, що дозволяє користувачам зберігати дані в хмарі та отримувати доступ до них з будь-якого пристрою з Інтернетом. Програмні засоби допомагають бухгалтерам та фінансовим менеджерам управляти фінансовими операціями та збирати дані для аналізу та прийняття рішень.                                                     |
| 3     | <br>Zoho Books      | Онлайн програмне забезпечення для бухгалтерського обліку та керування фінансами, розроблене компанією Zoho Corporation. Zoho Books надає можливість вести облік, виписувати рахунки, керувати розрахунками та замовленнями на закупівлю. Крім того, він має інтеграцію з іншими послугами Zoho, такі як Zoho CRM і Zoho Invoice, що дозволяє більш ефективно управляти бізнес-процесами. |
| 4     | <br>FreshBooks    | Програмне забезпечення для бухгалтерського обліку та керування фінансами, розроблене для малого бізнесу та фрілансерів. Платформа надає користувачам можливість вести бухгалтерію, створювати рахунки, відстежувати витрати, заробіток та іншу фінансову інформацію.                                                                                                                     |

*Джерело: власні дослідження.*

**Висновки.** Отже, смарт-технології в обліку – шлях до ефективності, який забезпечує бізнесу конкурентну перевагу. Вони дозволяють підприємствам адаптуватися до змін, швидко реагувати на виклики та вдосконалювати свої процеси. Майбутнє обліку – за автоматизацією, і ті, хто впроваджує ці рішення сьогодні, отримують не лише економічну вигоду, а й можливість зосередитися на стратегічному розвитку бізнесу.

**Список використаних джерел**

1. Яковенко А. О., Гнатєва Т. М., Мельничук В. М. Світові тенденції штучного інтелекту в бухгалтерському обліку. *Аграрні інновації*. 2024. № 23. С. 221-227.
2. Кононенко Л. В., Назарова г. Б., Куц В. І. Трансформація форм бухгалтерського обліку в умовах розвитку digital-технологій. *Економічний простір*. 2021. № 168. С. 132-137.

## ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ПОДАТКОВИХ ПІЛЬГ АГРАРНИМ ПІДПРИЄМСТВАМ В КРАЇНАХ ЄС

Наталія БЛАЖКО

*Магістерка спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Олександр ВІЛЕНЧУК, д. е. н., професор*

**Вступ.** Аграрний сектор є одним із найбільш стратегічних секторів для економіки України, який забезпечує приблизно 43% експорту країни, зайнятість у сільській місцевості та в суміжних галузях економіки. Звідси постає необхідність у формуванні зрівноваженої податкової політики, використовуючи інноваційний досвід різних країн світу. На сучасному етапі прагнення України до європейської інтеграції, дослідження та впровадження інноваційного закордонного досвіду, насамперед країн Європейського Союзу (ЄС), у сфері оподаткування аграрного сектору є досить актуальним.

В умовах воєнного стану в Україні постає гостра необхідність у застосуванні диверсифікованого підходу до оподаткування сільгосптоваровиробників з метою забезпечення їх фінансової спроможності, постачання аграрної продукції на внутрішній та зовнішні ринки. Наразі існуючі преференційні режими потребують удосконалення, оскільки вони не завжди відповідають умовам сучасного ринку та не повною мірою сприяють стратегічним цілям аграрної політики.

Теоретико-методологічні засади функціонування системи оподаткування сільськогосподарської продукції розглядаються в працях: Блумська-Данько К.В., Данька Ю. І., Деми Д. І., Жмудинської В. П., Слатвинської М. О. Сичака В. П. Проте зважаючи на динамізм змін в системі оподаткування аграрних підприємств, постає необхідність у здійсненні подальших наукових досліджень в окресленому напрямі.

**Результати дослідження.** У країнах Європейського Союзу сільськогосподарська діяльність здійснюється переважно в рамках загальної податкової системи. Тим не менш, для цієї галузі існує ряд податкових пільг [2]. Це продиктовано специфікою аграрного сектора в Європейському Союзі, де основними гравцями є сімейні ферми. Кількість юридичних осіб у цьому секторі відносно невелика. Таким чином, податкові заходи спрямовані на створення сприятливих умов саме для фермерських господарств.

Загальноприйнятою у багатьох країнах Європейського Союзу є загальна прогресивна шкала оподаткування прибутку для фермерів, але вони користуються рядом переваг, таких як зменшення бази оподаткування, спрощення процедур бухгалтерського обліку тощо [3].

У Польщі фермер не сплачує прибутковий податок, а сплачує сільськогосподарський податок, розмір якого залежить від регулярного доходу та запропонованого місця розташування землі. Оцінка проводиться за типом, категорією та розташуванням землі, а не за реальним прибутком, отриманим від конкретної ділянки [4]. У таблиці 1 відображено приклади пільг, які застосовуються в різних країнах ЄС.

## Приклади податкових пільг, застосованих у країнах ЄС

| Країна         | Ставки оподаткування диференційовані | Резерви неоподатковувані | Прискорена амортизація | Податкова (інвестиційна) знижка | Інвестиційний (податковий) кредит | Податкові канікули | Режим оподаткування (спрощений) |
|----------------|--------------------------------------|--------------------------|------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|--------------------|---------------------------------|
| Австрія        | —                                    | +                        | +                      | —                               | —                                 | —                  | —                               |
| Бельгія        | +                                    | +                        | +                      | +                               | —                                 | —                  | +                               |
| Великобританія | +                                    | +                        | +                      | +                               | —                                 | —                  | +                               |
| Греція         | +                                    | +                        | +                      | —                               | —                                 | —                  | +                               |
| Данія          | +                                    | +                        | +                      | +                               | —                                 | —                  | +                               |
| Ірландія       | +                                    | +                        | +                      | —                               | +                                 | —                  | +                               |
| Італія         | +                                    | +                        | +                      | +                               | —                                 | +                  | —                               |
| Іспанія        | +                                    | +                        | +                      | +                               | +                                 | —                  | +                               |
| Люксембург     | +                                    | +                        | +                      | —                               | +                                 | —                  | —                               |
| Нідерланди     | +                                    | +                        | +                      | +                               | —                                 | —                  | +                               |
| Німеччина      | —                                    | +                        | +                      | —                               | —                                 | —                  | —                               |
| Португалія     | +                                    | +                        | +                      | +                               | +                                 | +                  | —                               |
| Фінляндія      | —                                    | +                        | +                      | —                               | —                                 | —                  | +                               |
| Франція        | +                                    | +                        | +                      | —                               | +                                 | +                  | —                               |
| Швеція         | +                                    | +                        | +                      | —                               | —                                 | —                  | —                               |

Джерело: сформульовано за даними [4].

У більшості країн загальноприйнятим положенням щодо оподаткування сільськогосподарських товаровиробників є надання податкових пільг та спеціальних режимів оподаткування для аграрного сектору, насамперед через особливості, притаманні виробництву [5]. Аналіз світового досвіду окремих країн свідчить про запровадження диференційованого оподаткування сільськогосподарських товаровиробників.

Використання в Україні міжнародного податкового досвіду, запозиченого з країн Європейського Союзу, може суттєво підвищити ефективність аграрного сектору [6]. Основними напрямками впровадження є спеціальні податкові режими та інвестиційні стимули для новітніх технологій та екологічно чистих систем, спрощення бухгалтерського обліку для дрібних фермерів та створення рівних умов оподаткування для різних видів сільськогосподарських підприємств. Впровадження міжнародного досвіду допоможе створити в Україні розвинену систему оподаткування, орієнтовану на ринкове фермерство, підвищення доходів фермерів та сприяння інтеграції українського сільськогосподарства з європейськими ринками. Порівняльна характеристика податкових механізмів в ЄС та можливостей їх застосування в Україні представлено в таблиці 2.

## Порівняння податкових механізмів ЄС та можливостей для України

| Податковий механізм            | Країни ЄС                                                            | Можливості впровадження в Україні                                                |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Сільськогосподарський податок  | Застосовується у Польщі, розрахунок базується на оцінці земель       | Запровадження податку, прив'язаного до якості та розташування земель             |
| Інвестиційна податкова знижка  | Популярна в Іспанії, Португалії, Франції                             | Стимулювання модернізації техніки, технологій та екологічних практик             |
| Спрощений режим оподаткування  | Широко використовується в Бельгії, Данії, Великобританії             | Створення окремих податкових умов для малих фермерських господарств              |
| Диференційовані ставки податку | Використовуються у багатьох країнах, наприклад, Нідерландах, Франції | Застосування знижених ставок для первинного сільгоспвиробництва                  |
| Податкові канікули             | Пропонуються в Португалії, Франції                                   | Тимчасове звільнення від оподаткування для новостворених фермерських господарств |

*Джерело: сформульовано за даними [4].*

В європейських країнах податкові преференції активно підтримують середніх та дрібних виробників сільськогосподарської продукції. Вони сприяють розвитку сільського господарства, оновленню та модернізації виробництва, адаптації до змін клімату. З іншого боку, для України наявність досить високого потенціалу податкових преференцій для сільського господарства може стати поштовхом для підвищення її конкурентоспроможності.

**Висновки.** Для ефективного впровадження в Україні міжнародного досвіду необхідно розробити національну стратегію податкового забезпечення аграрного сектору з урахуванням специфіки економічних, соціальних та екологічних особливостей країни. Завдяки такій стратегії, сформульованій із залученням експертів, підприємців та науковців, можливе створення та функціонування ефективної системи довгострокового стимулювання розвитку в аграрному секторі економіки.

### Список використаних джерел

1. Данько Ю.І., Блюмська-Данько К.В., Галинська А.В. Маркетингова система формування конкурентоспроможності аграрних підприємств. 2017. № 1. С. 353–357.

2. Жмудінський В.П. Бюджетна дотація сільськогосподарським товаровиробникам як ефективна форма державної підтримки. Юридичні наукові дискусії як фактор сталого розвитку правової доктрини та законодавства :

матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 7–8 квіт. 2017 р.). Київ: Центр прав. наук. досліджень, 2017. С. 52–55.

3. Жмудінський В. П. Вдосконалення механізму справляння єдиного податку четвертої групи у процесі здійснення реорганізації сільськогосподарських підприємств. Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції. 2017. № 1. С. 111–114.

4. Жидяк О. Р. Вдосконалення системи оподаткування підприємницьких структур аграрної сфери. Ефективна економіка. 2013. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2092> (дата звернення: 21.11.2024).

5. Синчак В.П. Система оподаткування у сільському господарстві України: теорія, методологія та практика : монографія. Харків : ХУУП, 2008. 476 с.

6. Слатвінська М.О. Альтернативні системи оподаткування малого бізнесу: стан, проблеми, перспективи: монографія [Текст]. Одеса, 2012. 252 с.

## **SBC: КЛЮЧ ДО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ СИСТЕМ**

*Ілля БОРОВСЬКИЙ*

*Бакалавр спеціальності «Комп'ютерні науки»*

*Науковий керівник – Ковальчук М. О., к.п.н., доцент*

**Вступ.** Одноплатні комп'ютери (Single-board computers, SBC) стали важливим інструментом у сучасному світі технологій завдяки своїй компактності, низькій вартості та універсальності. Вони швидко розвинулися від прототипних інструментів для розробників та ентузіастів до спеціалізованих рішень для промислових і наукових завдань. Основним поштовхом для їх розвитку стали зростаючі потреби у високопродуктивних і водночас компактних обчислювальних пристроях, які здатні обробляти великі обсяги даних у реальному часі, підтримувати спеціалізоване програмне забезпечення та забезпечувати стабільну роботу в різних умовах. SBC знайшли своє застосування в таких сферах, як Інтернет речей (IoT), робототехніка, автоматизація виробничих процесів, медицина, а також у наукових дослідженнях та навчанні.

Особливу роль у розвитку цих систем відіграють спеціалізовані одноплатні комп'ютери, призначені для виконання вузькоспеціалізованих завдань. Наприклад, у сфері медицини SBC застосовуються для створення портативних діагностичних приладів, що можуть працювати в умовах польових шпиталів, а в робототехніці – для забезпечення автономної роботи безпілотних систем та роботів у складних середовищах. Також SBC активно використовуються у промисловості, де вони здатні забезпечувати стабільну роботу виробничих ліній і систем моніторингу. З появою SBC, спеціалізованих для різних галузей, відкриваються нові можливості для оптимізації процесів, зменшення витрат та підвищення ефективності.

**Результати дослідження.** У цьому дослідженні розгляну основні тенденції розвитку спеціалізованих систем одноплатних комп'ютерів, їхні особливості та технологічні досягнення.

Розвиток спеціалізованих систем одноплатних комп'ютерів (SBC) за останні кілька років продемонстрував значний прогрес у багатьох напрямках, зокрема в області продуктивності, енергетичної ефективності та здатності виконувати вузькоспеціалізовані завдання.

Основні результати дослідження можна розподілити за кількома ключовими аспектами:

1) Розвиток процесорів — від перших одноплатних комп'ютерів, їхня продуктивність зросла в десятки разів. Наприклад, Raspberry Pi, який з'явився в 2012 році, мав процесор ARM11 (частота 700 МГц), в той час як новий Raspberry Pi 5 оснащений чотирьох-ядерним процесором ARM Cortex-A76 (частотою 2,4 ГГц) - що забезпечує значно вищу обчислювальну потужність і ефективність [1]. Це дозволяє застосовувати SBC не тільки для простих задач, але й для складних обчислень, обробки мультимедійних даних та навіть для роботи з елементами штучного інтелекту та машинного навчання.

2) Одним з ключових аспектів розвитку SBC є підвищення енергоефективності. Оскільки ці комп'ютери часто використовуються в автономних системах, таких як роботи, сенсори, інтернет речей, тому значна увага приділяється оптимізації споживання енергії. В одноплатних комп'ютерах ви не знайдете величезних кулерів чи блоків живлення на 50W, вони живляться від звичайних телефонних зарядних, а також часто мають автономне охолодження.

Такі одноплатні комп'ютери як BeagleBone Black, використовують саме одні з найенергоефективніших процесорів, що дозволяє їм працювати від акумуляторів або сонячних батарей протягом довгого часу. [2]

3) Одним з визначальних аспектів розвитку SBC стало зростання кількості варіантів, адаптованих під конкретні потреби користувачів (модульність). Наприклад, для застосувань у медицині активно використовуються SBC, що забезпечують підключення до спеціалізованих сенсорів та пристроїв. Одним із таких прикладів є використання SBC у системах моніторингу пацієнтів або в портативних діагностичних приладах. Вони оснащені додатковими модулями, такими як Wi-Fi, Bluetooth, і можуть працювати в режимі реального часу, знижуючи витрати на обладнання та забезпечуючи високу мобільність системи.

У промисловості зазвичай використовуються одноплатні комп'ютери, спеціально розроблені для задач автоматизації та моніторингу, наприклад, для інтеграції в системи керування виробничими процесами, де вони здатні взаємодіяти з промисловими контролерами та системами збору даних.

Вони стали основою для створення спеціалізованих рішень у сферах робототехніки та IoT. SBC, такі як NVIDIA Jetson та Raspberry Pi, активно використовуються для створення автономних роботів, що можуть здійснювати складні маніпуляції або навігацію в складних умовах. Наприклад, Jetson Nano, оснащений графічним процесором (GPU), став популярним для створення

роботів, які використовують алгоритми машинного навчання для розпізнавання об'єктів та автономного прийняття рішень.

У сфері IoT, SBC забезпечують доступ до технологій низькотемпературного оброблення даних, що дає можливість виконувати обчислення на місці, зменшуючи затримки передачі даних до центрального сервера і знижуючи витрати на передачу та зберігання даних. Така технологія використовується для побудови смарт-міст, де SBC управляють різноманітними системами, такими як контролери освітлення, системи безпеки, управління трафіком тощо.

Спеціалізовані SBC набули популярності завдяки своїй здатності до масштабування та інтеграції в складні інфраструктури. Наприклад, у промисловості одноплатні комп'ютери часто працюють у складі кластерів або з'єднуються через мережу для створення більш потужних обчислювальних систем. Це дає можливість створювати рішення, які поєднують десятки або сотні SBC для вирішення складних обчислювальних завдань, таких як обробка великих даних або управління роботизованими виробничими лініями. [3]

Отже, розвиток спеціалізованих систем одноплатних комп'ютерів сприяє зростанню їхнього застосування у найрізноманітніших сферах. Відчутне зростання продуктивності, енергоефективності та технологічних можливостей SBC відкриває нові перспективи для їх використання в таких галузях, як робототехніка, медицина, промисловість та Інтернет речей. Водночас розвиток програмного забезпечення та операційних систем, а також удосконалення технологій безпеки, є важливими складовими для забезпечення стабільної і безпечної роботи таких систем.

#### **Список використаних джерел**

1. Raspberry Pi Datasheets. URL: <https://datasheets.raspberrypi.com/rpi5/raspberry-pi-5-product-brief.pdf> (дата звернення: 14.11.2024).
2. Учасники проектів Вікімедіа. Beagle Board – Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Beagle\\_Board](https://uk.wikipedia.org/wiki/Beagle_Board) (дата звернення: 14.11.2024).
3. COM-Based SBCs. URL: <https://whitepaper.opsy.st/WhitePaper.diamondsys-combased-sbcs-wpfinal-.pdf> (дата звернення: 14.11.2024).

## ХРОНОЛОГІЧНІ ЕТАПИ БЮДЖЕТУВАННЯ

Олександр БОРОДІН

*магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Сус Юрій Юрійович к. е. н., доцент*

**Вступ.** Сучасні українські реалії презентують неабияку фінансову нестабільність підприємств, обумовлену війною, політичною невизначеністю, нестабільністю економічного середовища та умов зовнішнього інституційного середовища.

Опираючись на це виникає питання покращення рівня фінансового стану підприємств. Одним з шляхів вирішення такого питання постає правильне бюджетування підприємств як гіпотетичний шлях вирішення даної проблеми

**Результати дослідження.** Грамотне фінансове планування доцільно вважати перспективою забезпечення фінансової стабільності, врегулювання сталих фінансових показників для створення стабільних фінансових ресурсів задля забезпечення потреб підприємств та їх прибутковості.

Визначення ролі бюджету у фінансовому плануванні з метою уникнення ототожнення та синонімічного трактування терміну, потребує розгляду сутності процесів та хронології розвитку явища бюджетування.

На першому етапі було розроблено територію управління та планування в організаціях, значну увагу цим дослідженням приділив Р.Акофф [2; с 63].

Другим етапом розвитку бюджетування стала розробка концепції фінансового менеджменту, котрий відіграв важливу роль в формуванні фінансового планування як окремої сфери розвитку бюджетної системи.

Третій етап присвячений створенню концепції розвитку теорії бюджетування як елементу внутрішнього контролінгу, засновником цього процесу були Р.Мани та /.Майєр [3].

Четвертий етап – нинішні реалії розвитку бюджетування. Йому належить формування та дослідження теорії бюджетування, як процесу забезпечення фінансової стабільності підприємства.

Варто відокремлювати планування та бюджетування, як дві окремі сталі. Це різні категорії за змістом та компонентами. Значна кількість спільних рис двох економічних явищ не робить їх тотожними, а лише концентру увагу на аспекті взаємозалежності та важливості в процесі забезпечення сталої фінансової ситуації підприємств.

Процес прогнозування це система, яка провадить дослідження та здійснюється перевірку поточного стану та ймовірних наслідків від діяльності підприємства після реалізації одного з допустимих варіантів. При цьому важливим є врахування конкретних умови для того, щоб мінімізувати ймовірні ризики [1].

Процес розроблення планових показників передбачає трансформацію стратегічних цілей до реальних планів, а саме створення процесу формування плану потреб підприємства у інвестиціях, інноваціях та джерелах їх фінансування, плану розміщення фінансів в межах компанії. Бюджетування, як

одна з складових системи планування, є процесом, що забезпечує виконання основної та дуже важливі функції, яка полягає в складанні обґрунтованого плану діяльності будь якого підприємства [1].

**Висновки.** Сучасний процес бюджетування підприємств стає основою формування фінансових показників, адже воно створюється на засадах єдності планування та контролю фінансових показників задля ефективної оцінки відхилення планових показників від реальних.

В умовах економічного середовища процес оперативного прийняття рішень відносно бюджету, а також вчасне втручання в його ведення з коректним виправленням недоліків стає основною умовою для здійснення найбільш ефективного шляху управління підприємством.

#### Список використаних джерел

1. Андрущенко І. Є., Касьян О. С. Бюджетування, як технологія стратегічного фінансового управління. *Ефективна економіка*. 2014. № 12. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3611>.
2. Баєва, О. В. Менеджмент і адміністрування: в 2 ч. – Ч. II. – Менеджмент: навч. посіб. / [О. В. Баєва, Н. І. Новальська, Л. О. Згалат-Лозинська]; за ред. О. В. Баєвої, Н. І. Новальської. К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2017. 326 с. Бібліогр.: с. 311–325.
3. Коркуна Д. Бюджетування у системі фінансового планування підприємства. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2009. № 19. С. 330-334.

## ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ: ПЕРЕВАГИ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Дмитро ГЛАДКОВ

бакалавр спеціальності «Облік і оподаткування»

Науковий керівник – Тетяна Станіславівна Гайдучок, к.е.н., доцент

**Вступ.** Сучасний бізнес дедалі частіше стикається з необхідністю оптимізації своїх процесів для забезпечення конкурентоспроможності та ефективності. Однією з ключових тенденцій сьогодення є діджиталізація фінансового обліку, яка відкриває нові можливості для підприємств. Діджиталізація облікових процесів стала не лише трендом, а й обов’язковою умовою для збереження конкурентоспроможності та ефективності підприємств.

**Результати дослідження.** Діджиталізація обліку – перехід від традиційних паперових методів ведення бухгалтерії до використання цифрових технологій, програмного забезпечення та автоматизованих систем. Такий підхід дозволяє мінімізувати ручну працю, покращити точність і швидкість обробки фінансових даних, а також інтегрувати облік з іншими бізнес-процесами.

Як зазначає Канцедал Н. А. [1], «діджиталізація обліку дозволяє підприємствам бути підключеними до екосистеми бізнесу. Її інтеграція з іншими системами (управління виробництвом, логістика, електронна комерція) сприяє покращенню координації та ефективності в управлінні».

У сучасному світі діджиталізація фінансового обліку стає невід'ємною складовою успішного управління бізнесом. Ключові переваги діджиталізації фінансового обліку можуть значно підвищити ефективність підприємства.

Головними перевагами діджиталізації фінансового обліку для бізнесу є:

- ефективність та економія часу – завдяки автоматизації рутинних завдань, таких як введення первинних даних, проведення розрахунків та складання звітності, підприємства можуть зосередитись на стратегічних цілях. Час, який витрачався на виконання дрібних завдань, тепер використовується ефективніше;

- зниження ризику помилок – людський фактор, як відмічають проведені соціологічні опитування, є однією з основних причин помилок у бухгалтерії. Використання спеціалізованих програм, як-от BAS Бухгалтерія, SAP або QuickBooks, дозволяє значно знизити ризик неточностей завдяки вбудованим алгоритмам перевірки даних;

- прозорість і доступність інформації – діджиталізація забезпечує можливість оперативного доступу до даних фінансового обліку у режимі реального часу. Це особливо важливо для ухвалення швидких управлінських рішень. Крім того, прозорість облікових процесів сприяє підвищенню довіри з боку партнерів, інвесторів і клієнтів;

- зручність аналізу та прогнозування – інтеграція цифрових облікових систем із аналітичними платформами дозволяє легко проводити фінансовий аналіз і будувати оптимістичні прогнози. Завдяки цьому керівники отримують змогу швидко адаптувати бізнес-стратегії до змін на ринку;

- доступ до хмарних технологій – використання хмарних сервісів дозволяє зберігати великі обсяги даних і забезпечує доступ до них з будь-якої точки світу. Це особливо важливо для підприємств з міжнародними підрозділами або віддаленими командами;

- покращення відповідності нормативним вимогам – цифрові системи обліку дозволяють автоматизувати контроль за дотриманням нормативів, своєчасно генерувати необхідну звітність і знижувати ризик штрафів за несвоечасну подачу документів.

Розвиток та впровадження цифрових технологій у фінансовий облік є важливими для забезпечення ефективного функціонування цієї системи. Постійне вдосконалення та адаптація до змін в господарських процесах та технологіях є важливими аспектами розвитку цієї сфери [2].

Впровадження цифрових рішень потребує інвестицій у програмне забезпечення, навчання персоналу та модернізацію технічної інфраструктури. Також важливо враховувати питання кібербезпеки, адже обробка фінансових даних вимагає максимального захисту.

Розпочати діджиталізацію фінансового обліку – вирішальний крок для будь-якого бізнесу, який прагне підвищити свою ефективність і

конкурентоспроможність. Розглянемо головні етапи та рекомендації, які, на наш погляд, допоможуть підприємствам успішно перейти до діджиталізації обліку:

1) Оцінити потреби підприємства. Перший крок – аналіз поточного стану облікових процесів і визначення вузьких місць, які потребують оптимізації.

2) Обрати відповідне програмне забезпечення. Залежно від масштабів бізнесу та специфіки діяльності, потрібно обрати платформу, яка найкраще відповідає вимогам і потребам підприємства.

3) Навчити персонал. Працівники повинні розуміти, як користуватися новими системами, щоб максимально ефективно застосовувати їх у своїй роботі.

4) Поступове впровадження. Починати слід із невеликих проєктів, поступово масштабуючи нові технології на всі процеси підприємства.

**Висновки.** Діджиталізація фінансового обліку – це не лише тренд, а й необхідність для бізнесу, який прагне залишатися конкурентоспроможним у сучасному світі. Інвестиції в цифрові технології обліку швидко окуповуються завдяки підвищенню ефективності, прозорості та зниженню ризиків. У майбутньому саме такі інновації визначатимуть успіх підприємств на ринку.

#### Список використаних джерел

1. Канцедал Н. А. Бухгалтерський облік цифрової епохи: розширення термінологічних кордонів. *Accounting and Finance*. 2019. № 1 (83). С. 29–34. URL: <http://www.afj.org.ua/ua/article/631>. (дата звернення 22.11.2024).

2. Гайдучок Т. С. Вплив цифрових технологій на бухгалтерський (фінансовий) облік: тенденції та виклики. *Інновації та інтеграція цифрових трендів освітянського простору в економіку знань* : матеріали Всеукр. науково-педагогічного підвищення кваліфікації з економічних наук (30 жовтня – 10 грудня 2023 р.). Львів-Торунь : Ліга-Прес, 2023. С. 31-33.

**ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ***Михайло ГОВОРУН**Бакалавр спеціальності “Фінанси, банківська справа та страхування”**Науковий керівник - Шубенко І.А., к.е.н., доцент*

**Вступ.** На сучасному етапі в Україні споживче кредитування відіграє дуже важливу роль у стимулюванні споживання та розвитку економіки. Це дозволяє громадянам отримати доступ до необхідних банківських послуг для придбання товарів або послуг, які можуть підвищити їх якість життя. Активізація споживчого кредитування також сприяє зростанню обороту товарів і послуг на ринку, що в свою чергу позитивно впливає на економічний розвиток країни. Тому вивчення історії розвитку споживчого кредитування має велике теоретичне значення, адже дає змогу побачити його розвиток і визначити перспективи на майбутнє.

Над питаннями формування ринку споживчого кредитування працює ряд вчених, як зарубіжних так і вітчизняних, зокрема Дубина М. В., Кравченко А. А., Погребняк В. Я., Гай-Нижник П. П., Захаркін О. О., Мякота Т. С., Малахова О. Л., дослідження яких впливають на розвиток підходів щодо формування прозорого та стабільного ринку споживчого кредитування в Україні.

**Результати дослідження.** Вивчаючи історію розвитку споживчого кредиту можна сказати що його виникнення починається з античних часів. Первісно кредитні відносини ототожнювалися з особистою відповідальністю боржника, включаючи можливість потрапляння в рабство особи, не здатної розрахуватися за борговими зобов'язаннями. В результаті розвитку суспільних відносин і заміни особистої відповідальності на майновий термін “особистий кредит” уживається для позначення цивільних відносин, що випливають із надання банківського кредиту фізичним особам [3, с.8].

У період з кінця V до середини XI століття, відомий як раннє середньовіччя, споживчий кредит існував переважно у вигляді позик, які надавали лихварі, торговці та церковні установи для задоволення повсякденних потреб населення. Позики зазвичай супроводжувалися високими відсотками, а церковні канони й суспільна мораль обмежували надання кредитів. Чимало церков засуджували лихварство як неетичну практику, тому не всі релігійні установи підтримували таку діяльність.

У часи Просвітництва (XVII—XVIII століття) стрімкий розвиток науки та раціональних підходів до економіки сприяв поширенню банківської справи й формуванню доступніших кредитних послуг для населення. Цей період також приніс нові ідеї щодо свободи економічної діяльності та справедливих умов кредитування, поступово замінюючи застарілі обмеження та високі відсотки лихварів.

На початку XX століття ситуація на кредитному ринку почала суттєво змінюватися. Фінансові установи усвідомили цінність приватних позичальників і активно почали надавати кредити звичайним громадянам. У цей час формувалася нова культура споживання, а стабільність економіки сприяла

зниженню рівня безробіття і забезпеченню населення стабільними доходами на тривалий термін. Це стало одним із ключових чинників, що вплинув на кредитування домогосподарств, оскільки фінансові установи могли розраховувати, що більшість позичальників зможуть погасити свої борги. Піонером у наданні споживчих кредитів стала американська компанія "Зінгер", яка пропонувала свої швейні машини в розстрочку. Із зростанням фінансового добробуту населення все більше компаній почали реалізовувати свої товари в такий спосіб [2].

Наступним етапом ми розглянемо історію розвитку споживчого кредитування в Україні. Споживче кредитування в Україні бере свій початок у 60-х роках XIX століття, коли було створено перше споживче товариство – «Харківське споживче товариство». Згодом, у грудні 1917 року, Центральна Рада України прийняла закон «Про перетворення Київської контори Державного банку Росії в Український державний банк», надаючи йому право видавати позики [1].

Переimenування Київської контори імперського Держбанку в Український Державний банк за часів Центральної Ради та УНР не означало його реального заснування. Не були створені: статут, основний та резервний фонд, не налагоджено зв'язки з провінційними відділеннями, які функціонували автономно. Наприклад, Харківська та Одеська контори працювали самостійно настільки, що центральне управління навіть не отримувало від них балансових зведень. Після більшовицької окупації стан фінансів у банківських установах України був критичним, значну частину банківських накопичень було вивезено або знищено. До моменту визволення Києва та країни у розпорядженні банків залишалося цінних паперів лише на 686 млн. крб. Гроші не зберігалися в банках, а Київська контора Держбанку фактично не функціонувала, оскільки навіть у центральній бухгалтерії не велися звідні баланси [1].

Перший Цивільний кодекс, ухвалений ВУЦВК 16 грудня 1922 року, у статті 218 передбачав укладення договорів позики. Пізніше, у 1963 році, стаття 383 Цивільного кодексу УРСР регламентувала видачу позик громадянам через банки СРСР. Науковці розглядають «Основи цивільного законодавства Союзу СРСР і республік» від 31 травня 1991 року як другий союзний Цивільний кодекс. Частина 1 статті 113 цього акта визначала права та обов'язки за договором позики, а стаття 114 регламентувала відносини, пов'язані з кредитними договорами [4, 6].

У сучасній Україні у 2016 року було ухвалено Закон України «Про споживче кредитування», який встановлює пріоритетність його положень над іншими нормативно-правовими актами для захисту прав і законних інтересів як споживачів, так і кредиторів [5]. Даний закон визначив основні засади регулювання відносин у сфері надання споживчих кредитів, усуваючи прогалини, які виникали при наданні споживчих кредитів до 2016 року. Нині відповідно до вказаного закону «споживчий кредит – це грошові кошти, що надаються споживачу (позичальникові) на придбання товарів (робіт, послуг) для задоволення потреб, не пов'язаних з підприємницькою, незалежною

професійною діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника» [5]. Основною ціллю цього Закону стало забезпечення захисту інтересів споживачів-позичальників, установлення чітких правил та обов'язків для банків, кредитних установ та інших фінансових установ, які надають споживчі кредити. Він також має на меті забезпечення прозорості та правдивості інформації, яка надається клієнтам щодо умов кредитування.

**Висновки.** Споживчий кредит виник ще в античні часи, коли кредитні відносини були нерозривно пов'язані з особистою відповідальністю боржника, включаючи ризик потрапляння в рабство у разі неспроможності погасити борг. У період раннього середньовіччя споживчий кредит існував переважно у формі позик від лихварів, торговців і церковних установ. У добу Просвітництва, з розвитком науки та економіки, зросла доступність кредитних послуг для населення, що стало важливим кроком уперед. Лише на початку XX століття споживчий кредит набув сучасних форм. В Україні споживчий кредит також пройшов певний шлях розвитку: від первинних форм кредитів до сучасності.

Нині можна вважати, що споживчий кредит зайняв вагоме місце у процесі кредитування банками та іншими фінансовими установами громадян. Споживчий кредит допомагає вирішувати питання придбання дороговартісних предметів та послуг. Після завершення війни в Україні можна сподіватися, що банки будуть активніше кредитувати населення, адже на сучасному етапі існує високий кредитний ризик.

#### Список використаних джерел

1. Гай-Нижник П. П. Організація та структура Українського державного банку у 1918 році. Фінанси України. 2007. № 8. С. 147-154.
2. Дубина, М., Кравченко, А. Сутність та основні риси незабезпеченого споживчого кредитування. Проблеми і перспективи економіки та управління, 2022. (3(27)), С. 165–175. URL: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-3\(27\)-165-175](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-3(27)-165-175).
3. Погребняк В. Я. Цивільно-правове регулювання відносин споживчого кредитування в Україні: автореф. дисертації кандидата юридичних наук: 12.00.03 / МОН України, Нац. юрид. ун-т України ім. Ярослава Мудрого. Харків, 2016. 24 с.
4. Постанова Ради Міністрів УРСР "Про продаж громадянам товарів тривалого користування в кредит" від 14 вересня 1959 р. № 1436 // Верховна Рада України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/299-85-%D0%BF> (дата звернення: 01.11.2024).
5. Про споживче кредитування: Закон України від 15 листопада 2016 року № 1734-VIII (остання редакція від 01.01.2024). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1734-19#Text> (дата звернення: 1.11.2024).
6. Цивільний кодекс УРСР 1963. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1540-06> (дата звернення: 1.11.2024).

## ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ РОЗРАХУНКІВ З КОНТРАГЕНТАМИ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Павло ГОЛУБ'ЄВ

*Магістр спеціальності «Облік та оподаткування»*

*Науковий керівник – Суліменко Л.А., к.е.н., професор*

**Вступ.** Розрахунки з контрагентами є ключовим елементом діяльності бюджетних установ, оскільки вони забезпечують виконання фінансових зобов'язань, підтримують стабільність функціонування та сприяють реалізації державних і соціальних програм. Ефективне управління цими розрахунками потребує чіткого розуміння їх економічної сутності, а також структуризації через класифікацію. Це дозволяє оптимізувати фінансовий менеджмент та забезпечити раціональне використання бюджетних коштів [1].

Процес розрахунків з контрагентами досліджували такі вчені, як Бабенко Л.В., Білозерцев В.С., Бланк І.О., Бондаренко О.С., Візіренко С. В., Іваніцький К. В., Огійчук М.Ф., Овчинников О. С., Фесенко В.В., Хомін П.Я., Худякова О.С. та інші. Однак питання, пов'язані з розрахунками з контрагентами, потребують подальшого вивчення.

**Результати дослідження.** Контрагенти бюджетних установ виконують важливу роль у фінансовій діяльності, оскільки забезпечують їх необхідними ресурсами та послугами для досягнення поставлених цілей. Тобто, контрагенти виступають одним з важливих елементів механізму управління установою в цілому [3].

Основним аспектом взаємодії між бюджетними установами та їх контрагентами є процес розрахунків, який включає в себе різноманітні фінансові операції.

Розрахунки з контрагентами є ключовим елементом управління діяльністю будь-якої бюджетної установи [4]. Головними завданнями процесу розрахунків з контрагентами є: формування повної, точної та достовірної інформації про стан розрахунків; надання інформації, необхідної для користувачів бухгалтерської звітності; контроль за станом розрахунків, виконанням договірних зобов'язань, а також забезпечення своєчасних і коректних розрахунків з контрагентами [2].

Розрахунки з контрагентами бюджетних установ – це система фінансових відносин, спрямована на виконання договірних зобов'язань між установою та її партнерами.

До контрагентів бюджетних установ належать такі організації, які представлені на рисунку 1. Кожен із цих контрагентів сприяє реалізації мети діяльності бюджетної установи, забезпечуючи необхідні ресурси та підтримку для сталого розвитку і виконання стратегічних цілей.

Сутність розрахунків з контрагентами можна визначити через їхні основні характеристики:

- взаємопов'язаність з бюджетними процесами – усі операції здійснюються в межах затверджених бюджетів і кошторисів;
- регламентованість - здійснюються відповідно до нормативно-правових актів і правил бюджетного обліку;

• публічність і прозорість – операції підлягають фінансовому контролю та аудиту.



Рис. 1. Контрагенти бюджетних установ

Джерело: власні дослідження.

Інструментом упорядкування фінансових операцій залежно від їхніх особливостей виступає класифікація розрахунків з контрагентами (табл. 1).

Таблиця 1

### Класифікація розрахунків з контрагентами бюджетних установ

| Класифікаційна ознака            | Вид                                              | Характеристика                                                                                                                |
|----------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| За економічною сутністю операцій | Розрахунки за отримані товари, роботи та послуги | виконання зобов'язань перед постачальниками відповідно до укладених договорів                                                 |
|                                  | Розрахунки з підрядниками                        | платежі за виконані будівельні або ремонтні роботи в межах державного замовлення                                              |
|                                  | Розрахунки за трансфертами                       | операції, пов'язані з передачею коштів у вигляді субсидій або дотацій                                                         |
| За терміном виконання            | Поточні розрахунки                               | операції, що здійснюються у встановлені строки відповідно до договорів                                                        |
|                                  | Термінові розрахунки                             | платежі, що потребують негайного виконання через загрозу фінансових санкцій або порушення строків виконання державних програм |
|                                  | Прострочені розрахунки                           | зобов'язання, які не були виконані у встановлені строки                                                                       |
| За формою здійснення платежів    | Безготівкові розрахунки                          | основна форма в бюджетних установах, що передбачає переказ коштів через банківські установи                                   |
|                                  | Готівкові розрахунки                             | використовуються для невеликих сум або специфічних витрат, що потребують оперативного виконання                               |
| За типом контрагентів            | Розрахунки з державними установами               | взаємодія з органами влади, державними підприємствами або фондами                                                             |
|                                  | Розрахунки з приватними компаніями               | виконання фінансових зобов'язань перед комерційними структурами                                                               |
|                                  | Розрахунки з міжнародними організаціями          | операції, пов'язані з реалізацією міжнародних грантів або проектів                                                            |

Джерело: сформовано автором

Класифікація розрахунків із контрагентами має велике значення для

ефективного управління, а саме:

- розподіл за типами дозволяє точніше відображати фінансові операції у звітності;
- чітка структура платежів сприяє більш ефективному розподілу ресурсів;
- аналіз прострочених або термінових платежів дає змогу вчасно реагувати на ризики;
- класифікація дозволяє прогнозувати потреби у фінансуванні за окремими напрямками.

Таким чином, ефективність розрахунків з контрагентами є важливим чинником успішної діяльності бюджетних установ. Це не лише дозволяє забезпечити належне функціонування установи, а й сприяє досягненню її стратегічних цілей, що, в свою чергу, позитивно позначається на загальному розвитку регіону та країни.

**Висновки.** Таким чином, розрахунки з контрагентами бюджетних установ є невід’ємною частиною функціонування фінансової системи державного сектору. Вивчення їх економічної сутності та класифікації сприяє більш глибокому розумінню процесів, що лежать в основі управління бюджетними коштами.

Подальше вдосконалення обліку та контролю за розрахунками дозволить забезпечити прозорість, ефективність і стабільність фінансових операцій.

#### Список використаних джерел

1. Білозерцев В.С., Худякова О.С. Методика обліку та аудиту розрахунків з контрагентами на підприємстві. *Економіка та держава*. 2019. № 1. С. 73-77.
2. Візіренко С. В., Іваніцький К. В. Організація обліку розрахунків з контрагентами. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 23. С. 58-63.
3. Голуб’єв П.І. Особливості обліку розрахунків з контрагентами на підприємстві. *Роль бухгалтерського обліку, аудиту та податкової політики у розбудові незалежної України на шляху до Європейського Союзу* : зб. праць учасників II Міжнар. наук.-практ. конф. (9-10 листоп. 2023 р.). Житомир: Поліський національний університет, 2023. С. 209-211.
4. Овчинніков О. С. Облік розрахунків з контрагентами: теоретичні аспекти. *Молодь, наука, бізнес* : матеріали Всеукр. інтер.-конф. здоб.вищ.освіти і мол.учених, 7-8 жовтня 2020 р. Миколаїв : МНАУ, 2020, 61-62 с.

**ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ***Олександр ГОНЧАРОВ**Магістр спеціальності «Менеджмент» ОП «Міжнародний менеджмент»**Науковий керівник – Н.М. Куцмус, д.е.н, професор*

**Вступ.** Ефективність і швидкість є головними пріоритетами в логістиці, особливо в компанії, яка працює на зовнішніх ринках. Саме імплементація цифрових технологій спроможна сформувати швидкі логістичні процеси, які допоможуть міжнародним компаніям продовжувати бути ефективними. Цифровізація полегшує розширення логістичних послуг на глобальних ринках та максимізує прибуток від глобального буму електронної комерції. Навіть відомі компанії не можуть дозволити собі нехтувати цифровими трансформаціями, а компанії, які хочуть процвітати та залишатися в бізнесі – змушені діяти вже сьогодні. У цьому контексті цифрова трансформація логістичних процесів є актуальною.

Дослідженню особливостей цифрової трансформації логістики присвятили свої праці такі вчені, як І.Л. М. Ачкасова, М.І. Васильченко, В.П. Гатило, А.О. Глєбова, Ю.В. Іванов, Г.В. Обруч, А.В. Пихтін, Н.Л. Фролова, Л.М. Шевченко, І.О. Шульгіна, В.В. Хажанець, О.В. Хмелевський та інші.

**Результати дослідження.** В сучасних умовах технології розвиваються безпрецедентними темпами і сектор логістики стикається з новими викликами та можливостями. Цифрові трансформації, які охопили майже всі сфери життя, також вплинули на галузь логістики. Можливо, для багатьох логістика не є чимось новим, але в ланцюжку постачання відбуваються далекосяжні зміни. Галузь міжнародної транспортної логістики дуже неефективна в багатьох сферах, наприклад, вантажівки повертаються порожніми, що зайвим чином обтяжує навколишнє середовище, а також шкодить фінансовим результатам компанії. Якщо міжнародні компанії не хочуть програвати на цій складовій логістичних ланцюгів, то вони повинні постійно вводити на ринок логістичні послуги, засновані на нових цифрових технологіях.

Цифрові трансформації в логістиці перестали бути просто можливістю, а стали необхідністю. Впровадження передових технологій, таких як штучний інтелект, Інтернет речей, віртуальна та доповнена реальність, машинне навчання, інфраструктура обміну повідомленнями та блокчейн революціонізує спосіб управління ланцюгом поставок. Оцифровка дозволяє краще контролювати процеси, підвищує ефективність і знижує операційні витрати. Логістичні компанії, які інвестують у нові технології, отримують конкурентну перевагу за рахунок швидшої доставки, більшої прозорості та покращеної якості послуг.

Розглянемо декілька успішних прикладів. Один з лідерів глобальної логістики DHL Supply Chain є однією з перших компаній, яка широко впроваджує доповнену реальність і віртуальну реальність у своїй повсякденній діяльності. Завдяки успішному випробуванню технологій доповненої реальності у Нідерландах у 2014 р. DHL Supply Chain розпочала новий етап програми інноваційного бачення логістики «Vision Picking» у США та Європі. Селектори оснащені розумними окулярами, які візуально показують, куди в кошику

потрібно розмістити кожен обраний товар. Vision Picking дозволяє здійснювати замовлення без використання рук швидше та з меншим рівнем помилок. Керівництво DHL Supply Chain вважає, що ця програма змінює спосіб ведення міжнародного бізнесу в ланцюжку постачання та додає цінність клієнтам компанії [7].

DHL Supply Chain використовує Інтернет речей у своїх складських операціях, щоб оптимізувати ефективність і зробити роботу безпечнішою. дана технологія також потрібна, щоб відстежувати експортні товари, через ланцюг поставок, за допомогою цифрового дзеркала. Інтернет речей дає змогу оптимізувати ланцюжок міжнародних поставок [7].

Ще один конкретний приклад DHL Supply Chain – це YMS (система управління двором) у логістичному хабі. Поруч стоять сотні шлюзів, до яких мають прибути потрібні вантажівки в потрібний час. Це проблема, яку необхідно було вирішити. Хоча це не складна операція, вона дуже схильна до помилок. Щоб вирішити цю проблему, телекомунікаційна компанія Huawei запропонувала використати мобільну технологію NB-IoT, щоб оснастити всі шлюзи датчиком, який повідомляє, чи шлюз наразі порожній. У всіх водіїв є мобільний додаток, який повідомляє, коли і куди їхати. Успішна цифрова трансформація скоротила час очікування водіїв на половину та усунула усі помилки [7].

Дослідження літератури [1-6] показало, що основними чинниками цифрової трансформації логістичної галузі у поточному десятилітті є:

- інформаційні та цифрові послуги, що підтримуються цифровими технологіями, поставляють дані в основу логістичних операцій за допомогою таких ініціатив, як управління та аналіз логістики, послуги та допомога, тим самим зменшуючи операційні витрати та підвищуючи ефективність роботи;

- логістичні послуги з цифровою підтримкою; вони сприятимуть зростанню торгівлі шляхом створення вдосконаленої цифрової платформи для транскордонної торгівлі, а також дозволять логістичним компаніям задовольнити зростаючий попит клієнтів на швидшу доставку та просувати концепцію міської логістики, що сприятиме розвитку бізнесу.

- нові варіанти доставки з використанням цифрових технологій дозволять логістиці знайти більш ефективні способи доставки товарів за допомогою таких технологій, як автономні вантажівки та дрони, а 3D-друк і краудсорсинг пропонують нові способи переосмислення виробничих і логістичних процесів.

- цифровізація логістики допоможе зменшити екологічний слід логістичної галузі за рахунок зменшення викидів CO<sub>2</sub>, забруднення повітря та відходів.

Одним із головних трендів цифровізації логістики є автоматизація процесів. Інноваційні рішення, такі як безпілотники та електромобілі, відкривають нові можливості в доставці «останньої милі», одночасно сприяючи зниженню викидів вуглецевого газу. Системи керування автопарком на основі штучного інтелекту можуть оптимізувати споживання палива, а платформи обміну даними між постачальниками та одержувачами можуть мінімізувати порожні поїздки. Крім того, впровадження зелених технологій, таких як електромобілі або альтернативні джерела енергії в логістичних центрах, сприяє зменшенню

вуглецевого сліду галузі. Робототехніка та автономні транспортні засоби змінюють ландшафт складів і розподільних центрів, дозволяючи швидше й точніше сортувати та транспортувати. Не менш важливим є використання великих даних і прогностичної аналітики для оптимізації маршрутів і управління запасами.

**Висновки.** Нові цифрові бізнес-моделі та цілі щодо зменшення витрат, створення рішень і надання послуг з додатковою вартістю є рушійною силою цифрових трансформацій. Такі зміни у міжнародній логістиці означають пропозицію нових логістичних послуг, появу нових бізнес-моделей, способів комерціалізації та здійснення того, що колись було чистою логістикою. Цифрові трансформації логістики відкривають нові горизонти ефективності та інновацій міжнародного бізнесу. З огляду на зростаючі ринкові та екологічні вимоги, українські компанії повинні переймати передовий міжнародний досвід, постійно шукати цифрові логістичні рішення, які дозволять їм відповідати на ці виклики. Інвестиції в цифровізацію – це вже не просто питання виживання на глобальному ринку, а ключ до його завоювання.

#### Список використаних джерел

1. Ачкасова Л. М. Особливості цифрової трансформації транспортно-логістичної системи підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2024. Вип. 43. С. 211–224.
2. Гатило В. П., Шевченко І. О. Логістика в умовах цифровізації: логістичний ланцюг та функціональні області. *Часопис економічних реформ*. 2024. № 1. С. 78–85.
3. Глєбова А. О., Васильченко М. І., Іванов Ю. В. Інформаційно-комунікаційні технології в процесах логістичного обслуговування: сутність, особливості та розвиток в умовах розвитку цифрових технологій. *Економіка і регіон*. 2023. № 3. С. 45–52.
4. Обруч Г. В., Фролова Н. Л., Пихтін А. В. Управління розвитком підприємств на основі цифрової трансформації логістичних процесів. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2023. № 83. С. 244–253.
5. Хмелевський О.В. Перспективи цифрової трансформації міжнародної логістики. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 6(1). С. 189–194.
6. Шульгіна Л. М., Хажанець В. В. Ефективність міжнародної транспортної логістики як складової логістичної системи. *Молодий вчений*. 2018. № 4(1). С. 168–171.
7. Cyfrowa transformacja w logistyce. URL: <https://logistyczny.com/aktualnosci/wymiana-doswiadczen/item/4059-cyfrowa-transformacja-w-logistyce>.

## РОЛЬ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Данило ГРИЦКЕВИЧ

Магістр спеціальності «Комп'ютерні науки»

Науковий керівник - Дмитро Оленюк, старший викладач

**Вступ.** В умовах стрімкої цифровізації суспільства хмарні технології стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя та професійної діяльності. Вони радикально змінюють способи зберігання, обробки та обміну інформацією, впливаючи на всі сфери життєдіяльності людини. Актуальність дослідження ролі хмарних технологій зумовлена їх зростаючим впливом на соціально-економічний розвиток та необхідністю розуміння перспектив їх подальшої інтеграції в суспільні процеси. Хмарні технології дають змогу зберігати великі обсяги даних, отримувати до них доступ з будь-якої точки світу при наявності Інтернету, а також представляють зручний мережевий доступ до обчислювальних ресурсів, що підлягають налаштуванню. Хмарні технології можна охарактеризувати поняттям «XaaS» (Anything as a Service), яке означає «все як послуга», воно поєднує хмарні послуги, які надають користувачам віддалений доступ до таких ресурсів як мережі, сервери, сховища даних, прикладні програми та сервіси. Їх вплив на розвиток суспільства має багатогранний характер та охоплює різні аспекти суспільного життя [1].

**Результати дослідження.** Хмарні сервіси створено за принципом «віддалених» обчислень, однак втілювати цей принцип можна по-різному. Все залежить від потреб користувача, мети ресурсу та функціональних можливостей. Існує три найбільш поширені моделі використання хмарних технологій: Infrastructure as a Service (IaaS) («інфраструктура як послуга»), Platform as a Service (PaaS) («платформа як послуга») та Software as a Service (SaaS) («програмне забезпечення як послуга»). Модель IaaS, дозволяє орендувати обладнання у провайдера та розвивати інфраструктуру у «хмарі», але нести відповідальність за керування операційною системою, середовищем виконання, масштабуванням та всіма даними. Найпопулярнішими IaaS-продуктами від Google Cloud є Compute Engine (дозволяє запускати віртуальні машини) та Cloud Storage (сховище для зберігання даних). Модель PaaS надає готову хмарну платформу для створення програмного забезпечення та керування ним без налаштування інфраструктури з нуля, на відміну від моделі IaaS. Прикладом PaaS-продуктів від Google Cloud є Cloud Run (керована безсерверна платформа для створення, розгортання та розміщення програм) та BigQuery (хмарне сховище даних з вбудованим машинним навчанням та аналітикою в режимі реального часу, призначене для керування всіма типами даних та аналізу їх). Модель SaaS – це готове до використання програмне забезпечення, яке дозволяє поліпшити робочі процеси, однак містить менше можливостей налаштування та контролю, порівняно з моделями PaaS та IaaS. Найбільш відомим Google Cloud SaaS є Google Workspace, відмінне рішення, що надає підприємствам та компаніям різного розміру та з різних галузей інструменти для підвищення

продуктивності та спільної роботи, такі як Gmail, Drive, Docs, Meet і багато інших. У кожній з описаних моделей хмарних сервісів – своя аудиторія. SaaS-ресурси орієнтовані на значну аудиторію користувачів ПК, вони зручні, зрозумілі та доступні усім. PaaS-сервіси користуються попитом серед спеціалістів в галузі ІТ та компаній-розробників ПЗ. Потенційними користувачами IaaS рішень стають великі інтернет-компанії, мережеві та сервіс-провайдери [2].

В економічній сфері хмарні сервіси здійснюють революційні зміни, адже вони значно знижують витрати на ІТ-інфраструктуру та підвищують гнучкість бізнес-процесів. Це створює унікальні передумови для появи інноваційних бізнес-моделей та розширює можливості підприємництва. Особливо важливим є те, що такі технології демократизують доступ до сучасних інструментів, дозволяючи навіть невеликим компаніям конкурувати з потужними корпораціями [3].

У соціальній сфері впровадження хмарних технологій кардинально змінило способи людської взаємодії. З'явилися нові можливості для віддаленої праці та навчання, що стало особливо актуальним в сучасних реаліях. Покращення доступності інформаційних та освітніх ресурсів сприяє подоланню цифрової нерівності та формуванню нових форм соціальної комунікації [4].

Технологічний розвиток суспільства також відчуває потужний вплив хмарних технологій. Прискорення інноваційних процесів відбувається завдяки підвищенню ефективності обробки великих масивів даних та розширенню дослідницьких можливостей. Важливо підкреслити внесок хмарних технологій у становлення штучного інтелекту та машинного навчання, що відкриває принципово нові горизонти технологічного прогресу. Особливої уваги заслуговує вплив цих технологій на освітню сферу, де впровадження хмарних сервісів дозволило створити гнучке та доступне навчальне середовище. Це сприяє реалізації персоналізованого підходу до навчання та оптимізації витрат на освітню інфраструктуру [5].

**Висновки.** Отже, хмарні технології стають справжнім рушієм суспільних змін, відкриваючи принципово нові можливості для розвитку економіки, освіти та соціальної комунікації. Їх послідовна інтеграція в різноманітні сфери життєдіяльності об'єктивно сприятиме підвищенню ефективності бізнес-процесів та державного управління. Розширення доступу до якісної освіти та сучасних інформаційних ресурсів створює потужний потенціал для прискорення інноваційного розвитку та масштабної цифрової трансформації суспільства. Водночас принципово важливо приділяти належну увагу питанням забезпечення кібербезпеки та надійного захисту персональних даних при використанні хмарних технологій, що становить перспективний напрямок подальших наукових досліджень та практичних розробок.

#### Список використаних джерел

1. Носенко Ю.Г., Попель М.В., Шишкіна М.П. Хмарні сервіси і технології у науковій і педагогічній діяльності: методичні рекомендації. Київ: Національна

академія педагогічних наук України. Інститут інформаційних технологій і засобів навчання, 2016. 74 с.

2. IaaS, SaaS та PaaS: що це таке, різниця та приклади. Colobridge. URL: <https://shorturl.at/R5Haf> (дата звернення: 05.11.2024).

3. Cloud Computing and Digital Transformation and Social Impact. Beecrowd. URL: <https://shorturl.at/V5UEZ> (дата звернення: 12.11.2024).

4. The Role of Artificial Intelligence in Shaping the Future of Education: Opportunities and Challenges. Futurity-education. URL: <https://shorturl.at/sUAX3> (дата звернення: 17.11.2024).

5. Cloud Computing Security Challenges. Researchgate. URL: <https://shorturl.at/Ka1mv> (дата звернення: 19.11.2024).

## НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ТА КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

*Сергій ДІДУС*

*Магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»*

*Науковий керівник – Стойко О. Я., к. е. н., доцент*

**Вступ.** Успішна діяльність підприємства значною мірою залежить від управління кредиторською та дебіторською заборгованістю. Розробка та впровадження ефективних механізмів управління економіко-фінансовим інструментарієм системи управління кредиторською та дебіторською заборгованістю зумовлюють забезпечення її оптимальної збалансованості та структури, а також ефективне формування керівних правил і стандартів кредитної та авансової політики. Вони спрямовані на підвищення рівня ефективності використання капіталу підприємства, вкладеного в дебіторську заборгованість.

Важливим є економічне середовище для побудови ефективної системи управління стягненням дебіторської заборгованості, висока швидкість погашення з мінімальними ризиками та максимальний результат діяльності підприємства. Проблема вивчення та визначення методів управління дебіторською та кредиторською заборгованістю безпосередньо відповідає предмету економічної безпеки, а отже, і стабільності діяльності компанії.

Розв'язанням проблеми управління дебіторською та кредиторською заборгованістю підприємств займаються такі вітчизняні автори О. М. Бондаренко, А. В. Горбунова, Р. С. Дойнов, О. В. Костюнік, К. С. Крупко, І. І. Масюк, М. А. Оніщенко, К. О. Прокудін, В. І. Рудика, Н. Г. Сейсебаєва, В. В. Сторожук, Р. А. Чемчикаленко, О. В. Ярмак та ін. Проте в умовах трансформації та розвитку бізнесу багато аспектів цього важливого питання потребують подальших поглиблених досліджень щодо ефективного управління фінансовими

ресурсами підприємств, особливо оптимізації дебіторської та кредиторської заборгованості.

**Результати дослідження.** Дебіторська та кредиторська заборгованість відіграє важливу роль у фінансовій діяльності підприємства, а також впливає на роботу кожного підпорядкованого підрозділу з точки зору розрахункової та платіжної дисципліни. Наразі найважливішою проблемою для юридичних осіб є управління дебіторською заборгованістю, яка в кризових умовах українського ринку досить складна для дотримання всіх вимог, і як наслідок, може призвести до погіршення фінансового стану компанії, оскільки знижується рівень платоспроможності і ліквідності через відсутність грошових коштів, які проходять по дебіторській заборгованості. Підтримуємо думку, що «управлінським підрозділам на підприємстві доцільно впроваджувати такі економічні заходи, як реструктуризація або рефінансування дебіторської заборгованості, що дасть змогу прискорити процес її погашення» [3, с. 115].

«Ефективне управління оборотністю дебіторської та уповільнення кредиторської заборгованості покращує фінансовий стан підприємства: при швидкій оборотності дебіторської заборгованості та повільній оборотності кредиторської заборгованості остання в основному покриває дебіторську і водночас є джерелом фінансування інших елементів оборотних активів» [2, с. 89].

Ефективне управління дебіторською заборгованістю забезпечує відповідний імідж компанії як надійного позичальника, а управління кредиторською заборгованістю забезпечує високий рівень платоспроможності, фінансової стійкості та належної прибутковості: за рахунок відсутності необхідності залучення кредитних коштів для розрахунків з кредиторами.

Основні напрями удосконалення управління дебіторською і кредиторською заборгованістю наведені на рис. 1.

Впровадження ефективної політики управління дебіторською заборгованістю підприємства дасть змогу розширювати базу надійних контрагентів, прискорити оборотність розрахунків з дебіторами. Ефективне управління кредиторською заборгованістю є однією з основних умов успішної діяльності підприємства в умовах сучасного ринку. Усунути негативні наслідки допоможе правильна стратегія управління кредиторською заборгованістю. Це також допоможе отримати додаткові фінансові ресурси.

Одним із важливих критеріїв управління дебіторською та кредиторською заборгованістю є збалансованість їх співвідношення. У більшості випадків пасиви можуть мати більш високі коефіцієнти, що свідчить про те, що підприємство раціонально використовує власні кошти, оскільки більше їх пускає в обіг і не здійснює жодних платежів, але, з іншого боку, підприємство повинно погасити свої борги. Якщо термін погашення зобов'язань перевищує термін погашення дебіторської заборгованості, фінансовий стан, платоспроможність і конкурентоспроможність підприємства погіршуються. Якщо дебіторська заборгованість має більш швидкий оборот, ніж зобов'язання, то підприємство

повинно проводити розумну кредитну політику для отримання коштів від дебіторської заборгованості для погашення зобов'язань.



**Рис. 1. Удосконалення управління дебіторською і кредиторською заборгованістю**

*Джерело: складено автором*

Реалізація напрямів мінімізації рівня дебіторської заборгованості та зобов'язань дозволить підприємствам підвищити прибутковість бізнесу, підвищити платоспроможність та мінімізувати ризики фінансової стабільності; своєчасне реагування на негативні зміни в структурі пасивів дасть можливість підприємству вжити заходів щодо зниження ризику виникнення негативних явищ та погіршення фінансового стану підприємства.

**Висновки.** Для уникнення значних фінансових втрат, у тому числі погіршення платоспроможності та ліквідності, керівництву підприємства

необхідно постійно вдосконалювати політику, впроваджувати принципово нові підходи до механізму управління дебіторською та кредиторською заборгованістю. Управління дебіторською заборгованістю у разі правильного підходу дасть підприємству конкретні орієнтири для підвищення рівня ліквідності та платоспроможності, а також виступить механізмом зниження ризиків фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання, що є передумовою забезпечення ефективної діяльності та фінансової стабільності у довгострокових перспективах розвитку.

Правильне управління кредиторською заборгованістю компанії може допомогти подолати негативні наслідки її наявності. Прогноз розміру кредиторської заборгованості повинен бути повністю виходячи з цілей і показників діяльності підприємства. Постійний контроль кредиторської заборгованості дасть змогу вдосконалити роботу фінансової сфери підприємства, а саме покращить аналітичний облік, з метою отримання чітких умов надання та погашення кредитів.

Також у сучасних умовах необхідно критично стежити за станом розрахунків та співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості, оскільки значне перевищення дебіторської заборгованості створює загрозу фінансовій стабільності та породжує необхідність залучення додаткових джерел фінансування або рефінансування дебіторської заборгованості. Кращий контроль підприємства за дебіторською та кредиторською заборгованістю покращить фінансові показники та позитивно вплине на виробничий процес.

#### Список використаних джерел

1. Бондаренко О. М., Масюк І. І. Шляхи вдосконалення мінімізації дебіторської і кредиторської заборгованості та управління ними. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. № 4. С. 26-29.
2. Горбунова А. В., Дойнов Р. С. Удосконалення управління рухом дебіторської й кредиторської заборгованості як інструмент формування джерел фінансування оборотних активів. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 40. С. 88-92.
3. Костюнік О. В., Сторожук В. В. Управління дебіторською та кредиторською заборгованістю на підприємствах. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2017. Вип. 27(3). С. 113-116.

## ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

Дар'я ДОМБРОВСЬКА

бакалавр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»

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

**Вступ.** З моменту введення воєнного стану на території України від 24 лютого 2022 року, два сектори економіки, а саме банківський і фінансовий, зазнали значних змін. Через масштабні військові дії, фінансовий моніторинг є важливим елементом забезпечення стабільності та безпеки в Україні. Фінансовий моніторинг включає певний комплекс заходів, спрямованих на виявлення та запобігання незаконним фінансовим операціям, таким як фінансування тероризму та відмивання грошей.

**Результати дослідження.** Фінансовий моніторинг є важливою складовою системи національної економічної безпеки та потребує особливої уваги в умовах військового стану. Для нашої держави, яка протистоїть військовій агресії росії, це питання має стратегічне значення, адже військові дії спричиняють додаткові ризики, включаючи зростання незаконних грошових операцій, шахрайства, відмивання коштів та інших злочинів. Ефективність фінансового моніторингу забезпечить фінансову стабільність, прозоре використання ресурсів. У сучасних реаліях одними з основних завдань моніторингу є управління масштабними фінансовими операціями, боротьба з корупцією, організація прозорості діяльності благодійних організацій, впровадження у національну фінансову системи міжнародних стандартів.

Зокрема, особлива увага приділяється моніторингу великих транзакцій: отримання коштів від міжнародних організацій та установ, яке може бути спрямоване на військові цілі та благодійну допомогу, торгівля криптовалютами стає все більш популярною серед хакерів через свою анонімність, переведення капіталу в офшорні зони, що використовується для приховання незаконно отриманих доходів. У період дії воєнного стану правила фінансового моніторингу були пом'якшені. Це можна спостерігати із Закону України "Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану".

До призупинення або скасування військового стану в Україні діють деякі особливі правила, зокрема:

1. Банки не здійснюють заходів для з'ясування джерел походження коштів, якщо фіз. особа вносить готівкові кошти на свій поточний рахунок у розмірі, що відповідає ліміту фінансової операції, і при цьому не надає на запит банку відповідні документи чи інформацію. Пороговою операція вважається, якщо її сума дорівнює або перевищує 400 тис. грн [2];

2. Такі кошти можуть бути спрямовані тільки на допомогу ЗСУ, благодійність для незахищених верств населення, купівлю облігацій внутрішньої державної позики та інш. [2];

3. Якщо виникне підозра, що внесені готівкові кошти пов'язані з тероризмом та його фінансуванням, розповсюдженням зброї масового знищення, банк без попередження клієнта зобов'язаний заморозити відповідні активи та повідомити СБУ про це [2];

4. Якщо підозра банку спростована (не підтвердилась) повідомленням СБУ, банк повинен розморозити такі активи строком, не пізніше наступного робочого дня [2];

Одним з особливих правил фінансового моніторингу під час дії воєнного стану є спрощена процедура верифікації та ідентифікації осіб, які здійснюють купівлю військових облігацій [1].

За результатами звітів Державної служби фінансового моніторингу за 2022 – 2023 рр. (табл. 1) спостерігається тенденція до збільшення кількості повідомлень, що підлягають фін. моніторингу. Найбільше повідомлень надходить саме від банків – 99,6 % від загальної кількості повідомлень.

Таблиця 1

**Динаміка інформування ДСФМ за роки повномасштабного вторгнення, шт.**

| Роки | Банки     | Небанківські установи | Разом     |
|------|-----------|-----------------------|-----------|
| 2023 | 1 423 311 | 6 283                 | 1 429 594 |
| 2022 | 1 174 044 | 5 348                 | 1 179 392 |

Джерело: розраховано за даними звітів ДСФМ

**Висновки.** Фінансовий моніторинг в умовах воєнного стану є важливим чинником посилення обороноздатності України. Нововведення, посилений контроль дає змогу забезпечити прозорість використання коштів спрямованих на благодійність та на підтримку військових. Особливості нововведених правил у сфері фінансового моніторингу пов'язані з спрощенням операцій з готівкою, що надходять на підтримку армії та ЗСУ, а також вразливим категоріям населення.

#### Список використаних джерел

1. Про особливості виконання окремих вимог законодавства у сфері фінансового моніторингу, валютного нагляду, нагляду з питань реалізації і моніторингу ефективності персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій) протягом дії воєнного стану. Постанова НБУ від 23.03.2022 №60. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0060500-22#Text>

2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану. Закон України від 15.03.2022 № 2120-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#n228> (дата звернення 18.11.2024)

## ФІНАНСОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Вікторія ЗАБІЛЬСЬКА

Магістр спеціальності «Менеджмент» ОП «Міжнародний менеджмент»

Науковий керівник – Зінчук Т.О., д-р. екон. наук проф.

**Вступ.** Ефективне управління підприємством неможливе без грамотного фінансового менеджменту, а для розширення інструментів управління фінансами підприємства, необхідно впроваджувати інновації фінансової сфери. Поява інтернет мережі дала поштовх для розвитку різних сфер діяльності в тому числі і фінансових технологій. Фінансові технології покликані покращити та спростити керування фінансовими справами компаній.

Фінансова діяльність займає важливе місце в управлінні бізнесом, а поточна виробничо-господарська діяльність, як і розвиток підприємства, повністю залежать від фінансової діяльності. Головною метою фінансового менеджменту є забезпечення раціонального використання фінансових ресурсів компанії для досягнення її стратегічних цілей. В результаті свого розвитку та нових викликів з якими стикаються підприємства знаходяться нові інструменти їх вирішення. Так наприклад фінансові технології стали найпопулярнішими з початком світової фінансової кризи 2008 р., в результаті якої фінансові компанії скоротили витрати. Усе це призвело до створення нових компаній та сучасних бізнес-ідей, які відповідають усім потребам клієнтів. Дані технології призначені допомогти компаніям керувати фінансовими аспектами свого бізнесу та включають нові процеси, програми та бізнес процеси [1].

**Результати дослідження.** Управління фінансами є базовою функцією любого бізнесу. Це окремий напрям в менеджменті, в якому багато інструментів, методів і концепцій. Розуміючи його основи, можна ефективно розпоряджатися ресурсами компанії. Хто відповідає за управління грошовими потоками в компанії залежить від її розміру. В мікробізнесі функції, пов'язані з фінансами, виконує власник або керівник. Але вони часто керують грошовими потоками менш ефективно, чим це робив би спеціаліст.

В малому та середньому бізнесі керуванням грошовими потоками може займатись одна людина – фінансовий менеджер. В великих компаніях за це відповідальні десятки людей - менеджери, економісти, аналітики і інші. Ними керує CFO – фінансовий директор. Наприклад, в компанії можуть бути такі відділи:

- Відділ фінансової аналітики – його співробітники відповідають за аналіз звітності інвестиційних проєктів ринку;
- Відділ корпоративних фінансів в якому займаються залученням капіталу і супроводжуються ці угоди – працюють з банками, цінними паперами, інвесторами;
- Відділ фінансового менеджменту, в якому займаються бюджетуванням, обліком, розподіленням доходів та контролем [2].

Фінансовий менеджмент тісно пов'язаний з рештою сфер діяльності компанії. Через це відповідальні за нього співробітники взаємодіють з багатьма відділами – наприклад запитують інформацію у бухгалтерів, маркетологів, відділу виробництва. Без грамотного керування фінансами неможливо побудувати успішний бізнес, тому його основи мають знати підприємці та керівники. Також ці основи обов'язкові для спеціалістів, які працюють з фінансами і планують будувати кар'єру економіста, бухгалтера чи аналітика.

Головна ціль фінансового менеджменту – підвищити вартість компанії і максимізувати дохід. Для цього потрібно:

- Ефективно використовувати ресурси;
- Оптимізувати витрати. Фінансовий менеджер шукає, які витрати можливо зменшити і що він для цього може запропонувати.
- Мінімізувати ризики.
- Забезпечити фінансову стабільність. Менеджер розраховує щоб у компанії завжди вистачало грошей на поточні витрати [3, ст. 5-9].

До класичних задач також належить оптимізація грошового обороту, оцінка можливостей компанії, забезпечення рентабельності та багато іншого.

Для керування фінансами компанія підбирає набір інструментів в залежності від поставлених задач. Одними з найпоширеніших інструментів є:

- ERP-система. Це система керування підприємством, в якій зберігаються всі необхідні менеджеру дані. Наприклад, список договорів, суми та терміни платежів та інші. Приклади ERP-систем – SAP, Oracle, "1C".
- Бюджет. Будь-яка компанія веде бюджет, навіть якщо цей список прибутків та витрат на папері. Це інструмент планування, прогнозування та прийняття рішень. Завдяки бюджету менеджер може вирішити, наприклад чи потрібно залучати додаткові ресурси.

• Фінансова модель. Це план розвитку на декілька років вперед. В плані прогнозують дохід, собівартість, чистий прибуток, грошові потоки. Модель потрібна для прийняття рішень та оцінки ризиків. Ще її використовують для залучення капіталу – наприклад, в переговорах з банками, акціонерами, потенційними інвесторами.

Бюджетування та фінансове моделювання – основа, необхідна кожному фінансовому менеджеру. Незалежно від круга задач менеджеру доведеться працювати з цими інструментами.

Серед сучасних фінансових технологій фінансового менеджменту можна виділити:

1. Фінансовий бенчмаркінг. Ця технологія використовується для підвищення ефективності керування компанією, коли враховується не тільки динаміка фінансових показників своєї компанії, а також аналізуються показники результатів роботи лідерів галузі та конкурентів.
2. Фінансовий інжиніринг. Технологія фінансового інжиніринга – це проектування, розробка і реалізація інноваційних фінансових інструментів

та процесів, а також творчий пошук нових підходів для рішення проблем в області фінансів.

3. Фінансовий контролінг. Контролінг на підприємстві – це організація управління, трактує підприємство як складну відкриту соціально-технічну систему з певними цілями. При цьому основна ціль діяльності підприємства – тривале існування організації і збільшення доходів власників.
4. Блокчейн – наймолодша фінансова технологія, яка з’явилась у 2015 році. На даний момент у світі йдуть активні дослідження та обговорення розвитку і застосування даної технології у фінансовій сфері, а також у фінансовому менеджменті. Можлива сфера застосування: транскордонні платежі, торгові операції, деривативи, звітність та організація прозорості фінансових операцій та інші.

**Висновки.** Аналізуючи отриманий матеріал варто відмітити, що на даний момент фінансова система активно трансформується, разом з нею трансформуються фінансові сервіси, що також відображається в процесах фінансового менеджменту компаній. Через відсутність узгодженості і лобіювання інтересів деякі процеси трансформації відбуваються у сповільненому темпі і створюють умови невизначеності і ризику у фінансовій сфері. Для подальшого розвитку фінансових технологій українських компаній необхідно прийняття та реалізація міжнародних стандартів, слідування міжнародним трендам і реалізації прозорості фінансових потоків та рішень.

#### Список використаних джерел

1. Економіка та суспільство. Мазур В.В. Фінансові технології як інструмент управління структурою капіталу в сучасних умовах. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2132> (дата звернення: 22.11.2024).
2. Момот Т.В., Безугла В.О., Тараруєв Ю.О., Кадничанський М.В., Чалий І.Г. Фінансовий менеджмент: Навч. посіб./ За ред. Момот Т.В.- К.: Центр учбової літератури, 2011. – 712 с. (дата звернення: 27.11.2024).
3. Грідчина М. Фінансовий менеджмент: курс лекцій. Київ : ДП “Вид. дім “Персонал”, 2012. 268 с.

## РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Вікторія ЗАГОРІВСЬКА

Магістр спеціальності «Менеджмент», ОП «Міжнародний менеджмент»

Науковий керівник – Ковальчук О. Д., к.е.н., доцент

**Вступ.** Вирубка лісів та зміни в екосистемах є найбільш значущими наслідками виробництва сільськогосподарської та лісової продукції для нашої планети. Розширення виробництва сільськогосподарських товарів та лісової продукції також впливає на права корінних народів та місцевих громад, зокрема на земельні права та доступ до ресурсів. Компанії, які виробляють або постачають сільськогосподарську чи лісову продукцію, отримують все чіткіші вимоги від своїх покупців, інвесторів і регуляторів щодо усунення вирубки лісів, змін екосистем та порушень прав людини, пов'язаних з їхніми постачальницькими ланцюгами, а також щодо прозорості у звітуванні про прогрес.

**Результати досліджень.** В останні роки цілі сталого розвитку, пов'язані з впливом постачальницьких ланцюгів, трансформувалися в необхідність термінових дій для досягнення короткострокових цілей щодо клімату та природи, а також нових регуляторних вимог. До них відносяться:

- усунення вирубки лісів для основних товарів до 2025 р. та всіх змін у використанні земель у постачальницьких ланцюгах до 2030 р. для досягнення цілей зі зменшення викидів, узгоджених із зменшенням температури на 1,5°C, як вимагається ініціативою Science Based Targets (SBTi);
- усунення вирубки лісів та перетворення екосистем, пов'язаних з виробництвом товарів, щоб досягти цілей збереження, визначених у Конвенції про біологічне різноманіття (Convention on Biological Diversity) та впроваджених через Земельні Цілі Мережі SBTN (Science Based Targets Network's);
- вимоги до компаній, що постачають сільськогосподарські товари на ринок ЄС, довести, що їхні товари мають джерела без вирубки лісів, відповідно до Регламенту Європейського Союзу щодо вирубки лісів, який набирає чинності у 2025 р. [2].

Ці цілі та строки означають, що покупці, інвестори та інші зацікавлені сторони потребують інформації про прогрес компаній у напрямку усунення вирубки лісів та перетворення екосистем у їхніх постачальницьких ланцюгах, адже час до важливих етапів майже вичерпано. Вимога надання повної інформації зараз є мінімальним очікуванням для компаній, що виробляють або постачають сільськогосподарські та лісові товари, і для цього вже існують платформи та стандарти звітності в ЄС, що дозволяють збирати та організовувати ці дані.

Чисті зміни в площі лісів - різниця між приростом та втратою лісового покриття мають значну географічну варіативність. Тропіки та субтропіки втратили 92 Мга, а бореальна зона — 14 Мга лісового покриття, в той час як помірні ліси збільшили свою площу на 4,5 Мга. Однак чистий приріст лісового покриття не означає, що не було втрат, і приріст у помірних лісах може включати

знищення стародавніх лісів при одночасному збільшенні площі лісів монокультурного управління. Протягом цього 20-річного періоду Бразилія зазнала найбільше чистих втрат лісового покриття за площею. В Канаді, Демократичній республіці Конго, Парагваї, Мозамбіку та Індонезії також мали місце великі чисті втрати. Камбоджа, Парагвай та Уганда зазнали найбільших відсоткових втрат лісового покриття, втративши більше 23% свого лісу за 2000-2020 рр. Хоча чисті втрати лісового покриття переважали над його приростом, 36 країн відзначилися чистим приростом лісів, серед яких Китай, Індія, Уругвай, Білорусь, Україна та Польща. Global Forest Watch виділяє п'ять основних чинників втрат лісового покриття: вирубка лісів, перехідне сільське господарство та лісові пожежі, вирубка лісів, спричинена сировинними товарами та урбанізація. Чинники втрат лісового покриття значно різняться залежно від регіону. Лісові пожежі та вирубка лісів є основними чинниками втрат лісового покриття в Європі та Північній Америці, при цьому лісові пожежі в основному трапляються в Канаді та Росії. Вирубка лісів, для виробництва та продажу є основною причиною в Азії та Південній Америці, зокрема через тенденції в Бразилії та Індонезії. Перехідне сільське господарство - коли дерева вирубуються для тимчасового обробітку землі, а потім вона залишається без використання - є головним чинником втрат лісового покриття в Африці та важливим чинником у Південній Америці [3].

**Висновки.** Компанії, які виробляють сільськогосподарську чи лісову продукцію, повинні зменшити вирубку лісів для досягнення короткострокових кліматичних та екологічних цілей, а також виконання нових регуляторних вимог. Компанія CDP (Carbon Disclosure Project) вже понад десять років відстежує прогрес підприємств у ліквідації вирубки лісів. У 2023 р. CDP впровадив нові показники, розроблені в партнерстві з ініціативою Accountability Framework (AFi), щоб сприяти чіткішому розкриттю інформації про виконання вимог щодо ланцюгів постачання без вирубки лісів та перетворення екосистем (DCF - Deforestation and Conversion-Free). Стандартизовані показники DCF дозволяють зацікавленим сторонам, включаючи покупців, інвесторів, фінансистів і громадянське суспільство оцінювати прогрес компаній у напрямку виробництва та постачання без вирубки лісів і перетворення екосистем у зрозумілий та порівняльний спосіб [1].

#### Список використаних джерел

1. Global Forest Watch (GFW). (2024). Retrieved from <https://www.globalforestwatch.org/about/> (дата звернення: 07.11.2024).
2. Лесюк Г. М., Соловій І. П. Роль лісового сектору України в національному плані повоєнного відновлення і Європейському зеленому курсі: попередній аналіз. Економіка України. 2024. № 8. С. 88-104.
3. Forest Extent Indicator. Global Forest Review, updated April 4, 2024. Washington, DC: World Resources Institute. Retrieved from <https://research.wri.org/gfr/forest-extent-indicators/forest-extent>. (дата звернення: 12.11.2024).

## НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Володимир ЗВЯГІНЦЕВ

Магістр спеціальності «Міжнародний менеджмент»

Науковий керівник - Тетяна Зінчук, д.е.н, професор

**Вступ.** Сучасний бізнес стикається з викликами не лише у сфері досягнення економічної ефективності, а й у забезпеченні прозорості та соціальної відповідальності. У зв'язку з цим все більшого значення набуває нефінансова звітність як інструмент управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ). Ця звітність дозволяє компаніям демонструвати свої досягнення у сфері сталого розвитку, соціального впливу та екологічної відповідальності, забезпечуючи довіру з боку зацікавлених сторін. Важливість нефінансової звітності підтверджується її визнанням на міжнародному рівні через стандарти, зокрема, такі як GRI (Global Reporting Initiative), ISO 26000 та інші [1]. Однак, на практиці виникає багато питань щодо повноти, точності та об'єктивності інформації, що публікується.

Одним із ключових викликів є різний рівень готовності компаній до впровадження такої звітності, що залежить від національного законодавства, галузевих особливостей та культури управління. У сучасних дослідженнях наразі акцентується на тому, що нефінансова звітність не лише сприяє підвищенню прозорості компаній, а й слугує засобом їхньої конкурентоспроможності. Наприклад, компанії, які демонструють високі стандарти соціальної відповідальності через нефінансову звітність отримують переваги у залученні інвесторів, покращенні репутації та збільшенні лояльності клієнтів. Поряд з цим, дослідження вказують на наявність проблем з уніфікацією стандартів звітності, що ускладнює порівняння між компаніями [1]. Крім того, існує потреба у розробці ефективних інструментів перевірки нефінансової звітності для підвищення її достовірності. Таким чином, важливість дослідження проблем з даної тематики полягає у необхідності вдосконалення методологічних підходів до підготовки та аналізу нефінансової звітності, а також її інтеграції у систему управлінської практики КСВ. Існуючі результати досліджень якраз і спрямовані на формування рекомендацій щодо оптимізації нефінансової звітності, що дозволить суб'єктам бізнесу ефективніше реагувати на виклики сучасного бізнес-середовища та сприяти реалізації політики сталого розвитку.

**Результати досліджень.** Нефінансова звітність є важливим інструментом, який дозволяє компаніям відображати свій вплив на соціальне середовище, екологію та економіку. Вона охоплює інформацію, яка не входить до стандартної фінансової звітності, але має велике значення для зацікавлених сторін, таких як інвестори, споживачі, працівники та громади [2, с. 4-6]. У сучасних умовах цей формат звітності виступає невід'ємною складовою управлінської практики, спрямованої на підвищення прозорості та забезпечення відповідності принципам сталого розвитку. Один із ключових аспектів нефінансової звітності - це її

здатність висвітлювати зусилля компаній у досягненні цілей сталого розвитку (SDGs).

SDGs (Sustainable Development Goals) - Цілі сталого розвитку: це глобальні цілі, затверджені ООН у 2015 р., які мають бути досягнуті до 2030 р. Вони спрямовані на вирішення основних проблем, зокрема: подолання бідності; ліквідація голоду; забезпечення здорового способу життя та благополуччя для всіх; якісна освіта; гендерна рівність; чиста вода та санітарія; доступна та чиста енергія; гідна праця та економічне зростання; інновації та розвиток інфраструктури; скорочення нерівності; сталий розвиток міст і громад; відповідальне споживання і виробництво; боротьба зі зміною клімату; захист морських екосистем; захист екосистем суші; мир, справедливість та ефективні інституції; партнерство заради досягнення цілей. Ці цілі є основою для багатьох стратегій у сферах бізнесу, урядування та соціального розвитку [2, с. 6-8]. Компанії використовують SDGs як орієнтир для впровадження своїх ініціатив корпоративної соціальної відповідальності. Наприклад, компанії звітують про зниження викидів вуглецю, впровадження екологічних технологій, підтримку локальних громад або дотримання прав людини. Такі звіти демонструють відповідальність бізнесу та його готовність адаптуватися до глобальних змін.

Серед поширених форматів нефінансової звітності виділяються звіти за стандартами GRI, SASB, ESG та інтегрована звітність. Стандарти GRI дозволяють структурувати дані за основними аспектами сталого розвитку, тоді як SASB орієнтований на специфічні галузі [3, с. 130-133]. GRI (Global Reporting Initiative) – це глобальна ініціатива зі звітності, а саме міжнародна організація, яка розробляє стандарти для підготовки нефінансової звітності, спрямовані на розкриття інформації про вплив організацій на економіку, суспільство та довкілля. Основна мета GRI: сприяти прозорості діяльності організацій у сфері сталого розвитку, забезпечуючи стандарти звітності, які є зрозумілими, порівнянними та доступними для всіх зацікавлених сторін. Переваги використання GRI такі:

- підвищення прозорості та довіри до компанії;
- можливість показати внесок у досягнення цілей сталого розвитку (SDGs);
- забезпечення порівнянності даних між компаніями та галузями.

GRI є одним із найпоширеніших стандартів у світі, який використовують компанії, що прагнуть прозоро звітувати про свою корпоративну соціальну відповідальність та вплив на сталий розвиток [3, с. 133-139].

SASB (Sustainability Accounting Standards Board) - це рада зі стандартів бухгалтерського обліку сталого розвитку є незалежною організацією, яка розробляє стандарти для розкриття суттєвої нефінансової інформації в річній звітності компаній [4]. Основна мета SASB: забезпечити інвесторів чіткою, стандартизованою та порівнянною інформацією про екологічні, соціальні та управлінські (ESG) аспекти діяльності компаній. Переваги SASB:

- допомагає інвесторам зрозуміти ризики та можливості, пов'язані зі стійкістю бізнесу;
- підвищує прозорість і довіру до компанії;

- забезпечує ефективну комунікацію між бізнесом та зацікавленими сторонами.

Стандарти SASB є популярними серед компаній, які прагнуть інтегрувати принципи сталого розвитку у свою діяльність і демонструвати свою відповідальність перед інвесторами та суспільством [5].

ESG – це три ключові сфери, які включають екологічну (Environmental), соціальну (Social) та управлінську (Governance) відповідальності [6, с. 66-69]. Концепція ESG широко використовуються інвесторами для оцінки довгострокової стабільності та відповідальності компаній. Вони допомагають визначити ризики, пов'язані з екологічними, соціальними або управлінськими факторами, які можуть вплинути на фінансові показники. Компанії, які дотримуються ESG-принципів, часто отримують конкурентні переваги, зокрема підвищення довіри клієнтів та інвесторів. ESG - це не просто показники, а спосіб мислення, що спрямований на досягнення балансу між фінансовими результатами, суспільною користю та захистом довкілля.

Інтегрована звітність - це сучасний підхід до подання інформації про діяльність компанії, який об'єднує фінансові та нефінансові аспекти. Її основна мета - забезпечити цілісне розуміння того, як організація створює цінність у коротко-, середньо- та довгостроковій перспективі [6, с. 69-73]. Цей вид звітності розкриває взаємозв'язок між фінансовими показниками, екологічними, соціальними та управлінськими факторами, що дає змогу акціонерам, інвесторам та іншим зацікавленим сторонам отримати повну картину про ефективність діяльності компанії.

Ефективне впровадження нефінансової звітності в управлінську практику сприяє покращенню внутрішніх процесів, таких як оптимізація ресурсів, управління ризиками та підвищення корпоративної культури [6, с. 73-75]. Крім того, вона є дієвим інструментом для підвищення довіри з боку інвесторів, які все частіше звертають увагу на соціальні та екологічні аспекти діяльності компаній. Незважаючи на очевидні переваги, впровадження нефінансової звітності пов'язане з певними викликами. Наприклад, відсутність уніфікованих стандартів або недостатня зрілість бізнес-процесів у компаніях можуть ускладнити створення таких звітів [6, с. 75-77]. Водночас, високі витрати на збір та аналіз даних також можуть стримувати її розвиток. Тому нефінансова звітність відіграє важливу роль у формуванні стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Її використання дозволяє компаніям краще адаптуватися до сучасних викликів, забезпечуючи сталий розвиток та зміцнюючи позиції на ринку.

**Висновки.** Нефінансова звітність відіграє ключову роль у сучасній управлінській практиці, адже вона дає змогу компаніям продемонструвати свої зусилля в досягненні сталого розвитку, задоволенні очікувань зацікавлених сторін і дотриманні принципів КСВ. На відміну від традиційної фінансової звітності, яка зосереджена лише на економічних показниках, нефінансова звітність охоплює широкий спектр соціальних, екологічних та управлінських аспектів діяльності. Вона не лише формує позитивний імідж компанії, але й

зміцнює її конкурентні позиції, оскільки прозорість і відповідальність дедалі частіше стають вирішальними факторами для інвесторів, партнерів і споживачів. Інструменти нефінансової звітності, такі як інтегрована звітність, звіти за стандартами GRI, ESG чи SASB, допомагають компаніям виявляти ризики, пов'язані з екологічними чи соціальними викликами, та інтегрувати сталий розвиток у свої бізнес-стратегії. Крім того, нефінансова звітність сприяє підвищенню рівня довіри з боку суспільства та регуляторів, адже вона дає змогу оцінити реальний внесок компанії у вирішення глобальних проблем, таких як зміна клімату, соціальна нерівність чи нестача ресурсів. Її значення особливо зростає у міжнародному бізнесі, де КСВ є важливою складовою стратегічного управління. Таким чином, нефінансова звітність виступає не лише інструментом звітності, але й ефективним механізмом впровадження принципів відповідального бізнесу, допомагаючи компаніям поєднувати економічні інтереси зі зобов'язаннями перед суспільством і довкіллям.

### **Список використаних джерел**

1. Global Reporting Initiative (GRI) – основний стандарт для нефінансової звітності. URL: <https://www.globalreporting.org/> (Дата звернення: 16.11.2024).
2. Slaper, T. F., & Hall, T. J. The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work? *Indiana Business Review*, (2011). № 86(1), pp. 4-8. URL: <http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/2011/spring/article2.html> (Дата звернення: 16.11.2024).
3. Dyllick, T., & Hockerts, K. Beyond the Business Case for Corporate Sustainability. *Business Strategy and the Environment*, (2002). № 11(2), pp. 130-141. URL: <https://doi.org/10.1002/bse.323> (Дата звернення: 16.11.2024).
4. Eccles, R. G., & Krzus, M. P. One Report: Integrated Reporting for a Sustainable Strategy. Wiley. (2010). URL: <https://www.scirp.org/journal/paperinformationpaperid1> (Дата звернення: 16.11.2024).
5. KPMG International The Time Has Come: The KPMG Survey of Sustainability Reporting (2020). URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/308> (Дата звернення: 16.11.2024).
6. Porter, M. E., & Kramer, M. R. Creating Shared Value *Harvard Business Review*, (2011) № 89(1 - 2), pp. 62- 77. URL: <https://www.scirp.org/journal/paperinformationpaperid> (Дата звернення: 16.11.2024).

## КЛЮЧОВІ УМОВИ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Євгеній ЗЕЛІНСЬКИЙ

Магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Олександр ВІЛЕНЧУК, д.е.н., професор

**Вступ.** В умовах воєнного стану критично важливими є проблеми забезпечення безперебійної діяльності підприємств комунальної власності. Адже суб'єкти критичної інфраструктури надають відповідні послуги для повноцінного функціонування багатьох сфер й галузей національної економіки, а також захищають інтереси суспільства в цілому. Звідси постає необхідність в обґрунтуванні дієвих механізмів фінансового забезпечення діяльності підприємств комунальної власності, зважаючи на об'єктивні ризики сьогодення.

**Результати дослідження.** Фінансова стабільність комунальних підприємств дозволяє підтримувати їхню платоспроможність, сприяючи сталому розвитку та належному виконанню належних їм функцій. Аналіз фінансового стану дає можливість визначити шляхи для його покращення. Особливу увагу цьому питанню слід приділяти в умовах децентралізації, адже ефективна робота таких підприємств сприяє сталому розвитку регіонів [2].

Місцеві органи влади та муніципалітети, поряд із бюджетними коштами, залучають місцеві ресурси, зокрема державні служби, для виконання власних і делегованих повноважень. Однією з ключових задач сьогодення є формування ефективних громад, орієнтованих на державні послуги, а надалі й на покращення їх якості. Реалізація цих завдань неможлива без належної роботи державних служб, які значною мірою залежить від їх фінансового стану.

Фінансове забезпечення комунальних підприємств має специфічні риси, що враховують їхні організаційні та функціональні особливості. Фінансова безпека підприємств є багатогранним поняттям, яка включає як внутрішні аспекти діяльності, так і вплив зовнішніх факторів. Її можна визначити як рівень узгодженості підприємницьких інтересів з потребами та вимогами зовнішнього середовища. У цьому контексті фінансова безпека передбачає здатність підприємства збалансувати свої економічні інтереси з екологічними та соціальними вимогами.

Для комунальних підприємств пріоритетним завданням слід визнати подолання кризи не платежів. Початки даної проблеми пов'язані насамперед з високими тарифами, зниженням доходів багатьох споживачів комунальних послуг, наявністю різноманітних фінансово-економічних ризиків, спричинених військовими діями на території України. Розв'язання окреслених проблем потребує системного підходу та вжиття послідовних заходів, спрямованих на подолання кризових явищ та процесів на підприємствах комунальної власності. Варто погодитись з пропозиціями спеціалістів Асоціації міст України, які вважають за доцільне списання боргів комунальних підприємств, що дасть змогу компенсувати витрати споживачам, застосування цільових субвенцій з державного бюджету для місцевих органів влади. укладання міжурядових угод в

межах програм відновлення інфраструктури комунальних підприємств тощо. У таблиці 1 представлено видатки бюджету Львівської МТГ за 2021-2023 рр.

Таблиця 1

**Видатки з бюджету за 2021-2023 рр. Львівської МТГ грн.**

| Видатки                                                       | Рік       |           |           | Темп росту<br>2021/2023 |
|---------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-------------------------|
|                                                               | 2021      | 2022      | 2023      |                         |
| Державне управління                                           | 665 613   | 773 134   | 722 876   | 1,08                    |
| Освіта                                                        | 3 022 382 | 4 282 951 | 4 151 290 | 1,37                    |
| Охорона здоров'я                                              | 416 874   | 230 325   | 243 774   | 0,58                    |
| ЖКГ                                                           | 760 779   | 981 385   | 1 436 408 | 1,88                    |
| Всього видатків без<br>урахування міжбюджетних<br>трансфертів | 5 886 807 | 7 611 970 | 7 721 276 | 1,31                    |
| Всього видатків та<br>кредитування                            | 6 524 328 | 8 371 283 | 7 948 064 | 1,21                    |
| Питома вага видатків на ЖКГ                                   | 11,66     | 11,72     | 18,07     | 1,54                    |

Джерело: складено на основі [4].

Згідно з даними таблиці, загальні видатки Львівської МТГ за період 2021-2023 рр. демонструють певну динаміку зростання. Однак, якщо розглядати окремі статті видатків, то спостерігаються протилежні тенденції, як зростання, так і скорочення.

Видатки на державне управління збільшилися на 8% за досліджуваний період. Значне збільшення у понад 1 мільйон гривень видатків на освіту, свідчить про пріоритетність цієї сфери для міста. Видатки на охорону здоров'я майже у двічі скоротилися у 2022 р. та залишилися на тому ж рівні у 2023 р.

Спостерігається найбільш значне зростання видатків на ЖКГ, що пов'язано з необхідністю забезпечення стабільної роботи інфраструктури міста в умовах війни. Рівень витрат на житлово-комунальні послуги у 2023 р. майже у двічі перевищив річного рівня витрат у 2021 р. Стрімке зростання вартості житлово-комунальних послуг обумовлене тим, що житлово-комунальне господарство значно постраждало від військової агресії РФ. Варто зазначити, частина коштів витрачається на відновлення об'єктів житлово-комунального господарства, пошкоджених або зруйнованих в ході ракетних ударів агресора.

З прийняттям змін статті 78 Господарського кодексу України та Закону України «Про доступ до публічної інформації», встановлено, що фінансова звітність комунальних підприємств має перебувати у відкритому доступі. Це безумовно є позитивним кроком у забезпеченні відкритості та доступності інформації пов'язаної з фінансово-господарською діяльністю комунальних підприємств.

Для розробки системи оцінки рівня фінансової безпеки компаній, вчені наголошують на важливості аналізу загроз і ризиків. У контексті даної проблеми варто зазначити, що загрози фінансовій безпеці муніципальних підприємств тісно пов'язані як зі станом місцевого бюджету, так і з інтересами громади [4].

Ключова фінансова загроза для комунальних підприємств полягає в нестачі фінансових ресурсів, які необхідні для задоволення суспільних потреб. Якщо комунальне підприємство функціонує неефективно, і це не пов'язано з тарифною політикою, компенсація його збитків здійснюється за рахунок місцевого бюджету. Це створює додаткове навантаження на жителів громади, які фактично оплачують послуги двічі: по-перше, у вигляді тарифів, а по-друге, через непряме фінансування підприємств за рахунок сплачених податків, які надходять до місцевого бюджету. Така ситуація підриває інтереси громади та ставить під сумнів ефективність фінансових ресурсів та їх використання.

**Висновки.** Отже, подолання фінансових загроз для комунальних підприємств можливе за умов взаємодії різних стейкхолдерів, зокрема державних та місцевих органів влади, комунальних підприємств та споживачів відповідних послуг. Така координація дій необхідна для забезпечення безперервності функціонування підприємств комунальної сфери та своєчасного надання послуг всім юридичним та фізичним особам. Безумовно військова агресія РФ поставила величезні виклики перед багатьма комунальними підприємствами України, які доволі успішно долаються, попри потенційні загрози військового та фінансово-економічного характеру.

Здійснений аналіз видатків бюджету Львівського МТГ, засвідчує про зростання комунальних витрат, що звужує фінансові можливості територіальних громад. У повоєнний (відновлювальний) період часу комунальні підприємства України потребуватимуть комплексної модернізації, залучення інвестицій та підвищення якості обслуговування. Вважаємо за необхідне формування конкурентного середовища серед надавачів комунальних послуг, сприяння у залученні ними сучасних технологій, оптимізації тарифної політики, а також підвищення платіжної дисципліни серед споживачів комунальних послуг. Послідовне вжиття окреслених заходів має сприяти формуванню позитивної траєкторії фінансової забезпеченості функціонування підприємств комунальної власності.

#### **Список використаних джерел**

1. Господарський Кодекс України редакція від 19.08.2022 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
2. Сердюков К.Г. Теоретичні аспекти фінансової безпеки підприємства / К.Г. Сердюков, Ю.В. Головченко // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 627– 631.
3. Бондарчук Н.В., Гуменчук М. Сутність фінансово-економічної безпеки підприємства та необхідність її забезпечення. Ефективна економіка. 2016. – № 11.
4. Державна служба статистики України URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.

## АНАЛІЗ НАЯВНОСТІ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Олеся ІВАНИЦЬКА

Магістр спеціальності «Облік та оподаткування»  
Науковий керівник – Суліменко Л. А., к.е.н., професор

**Вступ.** Основні засоби є невід’ємною складовою активів комунальних підприємств, забезпечуючи матеріальну базу для виконання їхніх функцій. Раціональне управління цими засобами впливає на ефективність діяльності підприємств. У контексті реформування економіки України, дослідження стану та використання основних засобів набуває особливої актуальності.

Основні засоби виступають стратегічно важливим ресурсом комунальних підприємств, оскільки від їхнього стану і рівня використання залежить якість послуг, що надаються населенню. У сучасних умовах їхнє ефективне управління є одним із ключових завдань для забезпечення стійкого функціонування підприємств. Особливого значення це питання набуває в контексті переходу до енергоефективних технологій, потреби оновлення інфраструктури та обмежених фінансових ресурсів комунальних підприємств.

**Результати дослідження.** Основні засоби комунальних підприємств виконують важливу функцію у забезпеченні життєдіяльності населених пунктів. Зокрема, це: обладнання для водопостачання, каналізації, тепломережі; будівлі та споруди, що забезпечують виробничі процеси; транспортні засоби для доставки послуг або матеріалів. Ефективне управління цими засобами визначає економічну стабільність підприємства, а також якість і доступність послуг для споживачів.

За останні десятиліття більшість основних засобів комунальних підприємств не оновлювалися в повній мірі, що призвело до їх високого фізичного та морального зносу. Середній коефіцієнт зносу таких активів часто перевищує 50%, що значно перевищує критичні рівні.

Комунальні підприємства часто працюють в умовах обмеженого бюджету, що унеможливорює систематичне оновлення матеріально-технічної бази. Це зумовлює залежність від державних субвенцій чи міжнародних грантів, які не завжди покривають потреби підприємств.

До зниження продуктивності обладнання призводять неефективні управлінські рішення стосовно використання основних засобів, відсутність чітких регламентів щодо їх експлуатації та обслуговування.

Ключовим інструментом для підвищення ефективності діяльності комунальних підприємств є аналіз наявності та використання основних засобів, тому що він спрямований на вирішення таких завдань: визначення кількісного та якісного стану основних засобів; оцінка рівня їхнього використання; виявлення чинників, що впливають на ефективність експлуатації; розробка рекомендацій для покращення управління активами.

Аналіз основних засобів є важливим елементом управлінського обліку, оскільки основні засоби представляють собою значну частку активів

підприємства і впливають на його фінансову стійкість і ефективність. Методологія аналізу основних засобів передбачає систематичний підхід до оцінки їх стану, використання, вартості та впливу на загальний фінансовий результат підприємства.

Основні етапи методології аналізу основних засобів:

1. Оцінка наявності основних засобів – першим етапом є визначення структури основних засобів за видами, термінами експлуатації, ступенем зношеності та іншими критеріями. Для цього використовуються такі показники:

- первісна вартість – відображає витрати на придбання або створення засобів;
- залишкова вартість – показує реальну цінність активів після врахування амортизації;
- коефіцієнт зносу – свідчить про ступінь фізичного і морального старіння засобів.

2. Аналіз використання основних засобів – оцінюється рівень залучення активів у господарську діяльність за допомогою таких коефіцієнтів:

- фондвіддача – показує, скільки гривень доходу припадає на одну гривню основних засобів;
- фондоемність – демонструє обсяг основних засобів, необхідний для отримання одиниці доходу;
- коефіцієнт інтенсивності використання – характеризує продуктивність активів.

3. Діагностика проблем – на цьому етапі визначаються основні проблеми, зокрема:

- високий рівень зносу основних засобів;
- недостатні інвестиції в оновлення та модернізацію;
- неефективне управління активами.

На основі вище наведеної методології основних засобів здійснимо Аналіз наявності та використання основних засобів в КП «ЖТТУ» в табл. 1

Таблиця 1

#### Аналіз наявності та використання основних засобів в КП «ЖТТУ»

| Показники                             | Роки   |        |        | Відхилення 2023 р.<br>до 2021 р., +,- |
|---------------------------------------|--------|--------|--------|---------------------------------------|
|                                       | 2021   | 2022   | 2023   |                                       |
| Оцінка наявності основних засобів     |        |        |        |                                       |
| Первісна вартість основних засобів    | 483177 | 488273 | 536071 | 52894                                 |
| Залишкова вартість основних засобів   | 351182 | 316239 | 324153 | -27029                                |
| Коефіцієнт зносу основних засобів     | 0,273  | 0,352  | 0,395  | 0,122                                 |
| Аналіз використання основних засобів  |        |        |        |                                       |
| Фондовіддача                          | 0,271  | 0,266  | 0,362  | 0,092                                 |
| Фондоємність                          | 3,693  | 3,765  | 2,760  | -0,933                                |
| Коефіцієнт інтенсивності використання | 0,111  | 0,102  | 0,103  | -0,007                                |

Джерело: розраховано автором на основі даних КП «ЖТТУ»

Загалом, дані таблиці свідчать про певні позитивні тенденції в управлінні основними засобами підприємства. Зростання первісної вартості активів і фондоддачі вказує на активні інвестиції та покращення ефективності. Проте зростання коефіцієнта зносу та зменшення залишкової вартості можуть вказувати на потребу в модернізації та оновленні основних засобів. Необхідно продовжувати моніторинг і аналіз даних показників для підтримки стабільного і ефективного управління активами.

З вище наведено, виділимо шляхи вдосконалення використання основних засобів:

- модернізація та оновлення активів – запровадження енергоефективних технологій і заміна зношених засобів на нові сприятимуть підвищенню продуктивності;
- оптимізація структури активів – раціональне перерозподілення основних засобів між підрозділами дозволить ефективніше використовувати наявні ресурси;
- автоматизація обліку – впровадження сучасних інформаційних систем для моніторингу стану і використання основних засобів забезпечить прозорість і оперативність управління;
- підвищення інвестиційної активності – розробка інвестиційних програм, що спрямовані на залучення державних і приватних ресурсів для модернізації активів, має стати пріоритетом;
- підвищення кваліфікації персоналу – навчання працівників сучасним методам управління основними засобами сприятиме ефективному використанню технічного потенціалу підприємств.

**Висновки.** Аналіз наявності та використання основних засобів у комунальних підприємствах є важливим інструментом для підвищення ефективності їхньої діяльності. Розв'язання проблем застарілості активів, фінансових обмежень та неефективного управління сприятиме не лише покращенню якості послуг, а й сталому розвитку підприємств у довгостроковій перспективі. Інтеграція сучасних технологій та інновацій у процес управління основними засобами дозволить досягти максимальної продуктивності з мінімальними витратами.

#### Список використаних джерел

1. Маланкевич В., Чубай В. Аналіз та внутрішній контроль операцій з основними засобами: проблеми та способи їх вирішення. *Економіка та суспільство*, 2023. № 58. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-20>.
2. Мулик Т.О. Аналіз основних засобів підприємства: методичні та практичні аспекти. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 46. С. 113–122. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/46\\_2020\\_ukr/21.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/46_2020_ukr/21.pdf).

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СТРАХУВАННЯ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ СВІТУ

Олег КИСЛЮК

Магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Олександр ВІЛЕНЧУК, д.е.н., професор

**Вступ.** Розвиток сучасного аграрного сектору неможливий без ефективної системи управління ризиками. Основні ризики, які виникають в аграрному виробництві загрожують продовольчій безпеці та пов'язані зі зміною клімату, антропогенними загрозами коливанням цін на сільськогосподарську продукцію тощо. Одним з інструментів у світовій практиці, який дозволяє аграріям ефективно мінімізувати ймовірні ризики є аграрне страхування. У міжнародній практиці у страхуванні аграрного сектора використовуються різні підходи до організації та проведення страхування сільськогосподарських ризиків. Це пов'язано, насамперед з різною культурою та традиціями управління ризиками, правовим та інституціональним забезпеченням, фінансово-економічною спроможністю стейкхолдерів страхового ринку тощо.

Метою даного дослідження є відображення сучасних трендів розвитку аграрного страхування у таких країнах, як: США, Канада, Іспанія, Німеччина, Польща, Франція та формування пропозицій щодо адаптації світового досвіду у сфері страхування сільськогосподарських ризиків в Україні

**Результати дослідження.** Глобальний ринок агрострахування базується на страхуванні врожаю, худоби та кліматичних ризиків. У розвинених країнах страховий ринок забезпечується державною підтримкою та може складати до 75% вартості страхових премій, які субсидуються державою.

Зростання випадків стихійних лих, таких як посухи, урагани та повені, спричиняють зростання попиту на страхові продукти в аграрному страхуванні. Наприклад, у країнах Африки та Азії вводяться індексні страхові програми для пом'якшення впливу кліматичних ризиків.

Розвиток аграрного страхування у багатьох країнах світу пов'язується з дією механізму державного субсидування. Уряди надають фінансову підтримку для субсидування страхових премій, з метою здешевлення вартості страхових послуг для фермерів. США є світовим лідером у розвитку аграрного страхування. Основним механізмом є Федеральна програма страхування сільськогосподарських культур (Federal Crop Insurance Program). Ця програма передбачає субсидування страхових премій до 60% вартості страхових полісів.

Американська модель передбачає залучення до страхування аграріїв держави через надання субсидій нею на сплату частини страхових премій, фактично сплачених страхувальником. Це забезпечує здешевлення вартості страхових послуг та підтверджує їх привабливість для споживачів [1, с. 28].

Державна підтримка сприяє доступності страхових програми для фермерів, у тому числі й дрібних господарств. З метою прогнозування страхових ризиків в різних країнах використовуються передові сучасні технології: супутникові дані, інтернет речей (ІоТ), дрони та індексне страхування.

У Канаді поєднується страхування з іншими інструментами управління ризиками. Програма AgriInsurance забезпечує страхування врожайності та доходів, а AgriRecovery спрямована на компенсацію збитків від природних катастроф. Особливістю канадської моделі є провінційно-федеральний підхід, коли регіональні органи влади беруть участь у фінансуванні та реалізації програм. У Канаді використовується активно дані дистанційного зондування та аналізу ґрунтів для прогнозування ризиків.

У Франції аграрне страхування розвивається в рамках Спільної сільськогосподарської політики ЄС. Її особливостями є субсидування до 70% страхових премій для фермерів, впровадження комбінованих страхових продуктів, які охоплюють як погодні показники та втрати через зміну умов на ринку. Важливим елементом системи агрострахування є розвиток державно-приватного партнерства, коли страхові компанії надають послуги, а уряд забезпечує субсидії та гарантії для фермерів.

Аграрне страхування у Польщі розглядається як частина стратегії підтримки сільського господарства в умовах євроінтеграції. Держава надає субсидію до 50% вартості полісів, а також проводить активну інтеграцію з програмами ЄС для фінансування страхових продуктів. Для оцінки ризиків страхування, а також страхових подій у країні використовуються погодні індекси.

Високий рівень інновацій у сфері аграрного страхування демонструє Німеччина. Цьому сприяє активне використання супутникових даних, цифрових платформ для реєстрації збитків і аналізу ризиків. В зазначеній країні також використовується страхування на основі погодних індексів, що зменшує адміністративні витрати та прискорює виплати.

У більшості розвинених країн світу щорічно виділяють значні кошти на підтримку аграрного сектору економіки (табл. 1). Крім того, урядами іноземних держав створюються сприятливі умови для того, щоб аграрії змогли отримати компенсацію на випадок неврожаю від страхових компаній [2, с. 263].

Дослідження сучасного розвитку аграрного страхування у закордонних країнах свідчить про його ключову роль у забезпеченні фінансової стійкості аграрного сектору. Впровадження державних субсидій, інноваційних технологій сприяє адаптації до кліматичних змін і мінімізації ризиків для фермерів. Інтеграція супутникових даних, інтернет речей (IoT) та індексного страхування дозволяє зробити систему прозорішою та ефективнішою, особливо для регіонів із високими природними ризиками.

Розвинені країни демонструють успішні моделі співпраці між урядом та страховими компаніями, тоді як країни, що розвиваються, активно залучають міжнародну підтримку для розширення доступності страхових продуктів. Перспективи ринку аграрного страхування пов'язані зі сталим розвитком, подоланням економічних та екологічних викликів, а також посиленням захисту фермерів у всьому світі (табл. 1).

*Таблиця 1*

### **Аналіз ринку аграрного страхування зарубіжних країн**

| Країна    | Частка застрахованих с.-г. земель | Рівень державної підтримки | Види страхових програм                                                                | Використання інноваційних технологій          |
|-----------|-----------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| США       | 75%                               | 60%                        | Страхування від погодних ризиків, страхування доходу, страхування специфічних ризиків | Супутникові дані, інтернет речей (IoT), дрони |
| Канада    | 60%                               | 50%                        | Багаторизикове страхування, страхування доходу                                        | Аналітика Big Data, дрони                     |
| Франція   | 30%                               | 65%                        | Страхування від посухи, страхування врожаю                                            | Геопросторовий аналіз                         |
| Польща    | 25%                               | 50%                        | Страхування врожаю, страхування доходу                                                | Погодні індекси                               |
| Німеччина | 35%                               | 55%                        | Погодні ризики, страхування врожаю                                                    | Супутниковий моніторинг, цифрові платформи    |

*Джерело: побудовано автором на основі [4; 5].*

В цілому, аграрне страхування виступає стратегічним інструментом для забезпечення глобальної продовольчої безпеки та підтримки сталого розвитку сільського господарства.

Отримані результати дослідження міжнародного досвіду аграрного страхування доцільно впровадити в Україні. Роль аграрного страхування для України на сьогодишньому етапі свого розвитку є одним із важливих завдань для забезпечення продовольчої безпеки країни. Тому адаптація світового досвіду є як ніколи важливою. Одним з основних завдань, які потрібно адаптувати в Україні, є остаточно реалізувати політику державно-приватного партнерства, що буде охоплювати до 60% вартості страхових полісів. Це дозволить зацікавити фермерів використовувати інструменти аграрного страхування у своїй діяльності та збільшить їх довіру до страхових компаній.

**Висновки.** Результати проведених досліджень дають підстави зробити висновок, що сучасні тенденції розвитку аграрного страхування в закордонних країнах відображають прагнення поєднати ефективне управління ризиками з інноваційними підходами. Основними напрямками є впровадження цифрових технологій, посилення державної підтримки та орієнтація на сталий розвиток. Успішний розвиток аграрного страхування значною мірою залежить від державної підтримки. У таких країнах, як США, Канада, Франція, Польща та Німеччина, субсидування страхових премій з боку уряду становить від 50% до 75%. Така фінансова підтримка дозволяє зробити страхові продукти доступними для фермерів, у тому числі для малих сільських господарств. Особливо важливою є роль держави у створенні сприятливих умов для співпраці зі

страховими компаніями в рамках державно-приватного партнерства. Впровадження передових технологій, таких як супутникові дані, інтернет речей (IoT) та індексне страхування, дозволяє суттєво підвищити ефективність аграрного страхування. Ці інновації автоматизують процеси оцінки ризиків та обробки страхових подій, що скорочує час виплат і знижує адміністративні витрати. Використання сучасних технологій також сприяє підвищенню прозорості системи страхування та зміцненню довіри фермерів до страхових продуктів. Результати успішного досвіду розвинених країн можуть бути інтегровані у стратегії розвитку аграрного страхування в інших державах, зокрема й України. Таким чином, аграрне страхування має потенціал стати важливим інструментом адаптації до сучасних викликів у сільському господарстві, а також забезпечення продовольчої безпеки та фінансової стабільності аграрного сектору України.

#### Список використаних джерел

1. Слободянюк О. В. Зарубіжний досвід аграрного страхування: рекомендації для України. *Агросвіт*. 2016 №24 С. 27-33.
2. Сокол С. В. Змішане страхування сільськогосподарських ризиків: держава та аграрний страховий пул. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2014. Вип. 40. С. 260-265.
3. World Bank. Політика підтримки аграрного страхування: уроки з країн Європи та Азії. 2021. URL: <https://www.worldbank.org>.
4. USDA. Risk Management Agency (RMA) URL: <https://www.ers.usda.gov/topics/farm-practices-management/risk-management/crop-insurance-at-a-glance/>.
5. OECD. Аналіз політики у сфері сільського господарства та аграрного страхування у розвинених країнах. 2020. URL: <https://doi.org/10.1787/928181a8-en>.

**СУТНІСТЬ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Микола КОВАЛЬЧУК

магістрант спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Науковий керівник – Швець Т.В., к. е. н., доцент

**Вступ.** Можливості розвитку кожного підприємства залежать від його потенціалу та впливу внутрішніх і зовнішніх факторів, які можуть активізувати його використання. Потенціал розвитку підприємства залежить, у свою чергу, від розміру та структури ресурсів, якими воно володіє, а також від зовнішніх ресурсів, які можна отримати, і здатності їх використовувати. Виробничий потенціал загалом означає ресурс можливостей, сили та продуктивної здатності, притаманний чомусь. Виробничий потенціал компанії слід розглянути як економічну категорію.

Дослідження виробничого потенціалу підприємств проводили: Данько Ю. І. та Журбенко Н. М. [1], Кобрин Л. Й. [2], Крюкова І. О. [3], Місевич М. А. [4], Проскурович О. В. [5], Федірець О. В. [6] та ін.

**Результати дослідження.** При характеристиці економічних процесів на різних рівнях управління підприємством використовується термін «виробничий потенціал» (табл. 1).

Таблиця 1

**Характеристика сутності виробничого потенціалу підприємств**

| Автор                                           | Сутність виробничого потенціалу                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Данько Ю. І. ,<br>Журбенко Н. М.<br>[1, с. 277] | показник ресурсозабезпеченості, що відображає обсяг і збалансованість виробничих ресурсів підприємства, що виражається в їх функціональній здатності здійснювати його виробничу діяльність. |
| Кобрин Л. Й.<br>[2, с. 131]                     | як сукупність факторів виробництва та результату від їх використання                                                                                                                        |
| Крюкова І. О.<br>[3, с. 25]                     | як спроможність (наявність ресурсів і можливостей) до максимального випуску продукції з урахуванням впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища                                   |
| Місевич М. А.<br>[4, с. 56]                     | потенційна здатність виробляти продукцію такого асортименту, переліку та якості, які будуть відповідати ключовим параметрам ринкового попиту.                                               |
| Проскурович О.<br>[5, с. 153]                   | як максимально можливий обсяг виробництва продукції певних якісних параметрів                                                                                                               |
| Федірець О. В.<br>[6, с. 75]                    | результативна характеристика використання наявних та прихованих можливостей підприємства, важливий складник потенціалу підприємства                                                         |

Джерело: узагальнено на основі [1-6].

В дослідженій літературі виробничий потенціал підприємства визначається як стан виробничих ресурсів і кваліфікації персоналу підприємства, оцінений з точки зору можливостей розвитку підприємства.

Виробничий потенціал компанії не є постійною величиною, а зазвичай змінюється з часом, у тому числі в результаті постійного вдосконалення елементів, що формують цей потенціал. Характеристика елементів виробничого потенціалу підприємств наведена в табл. 2.

Таблиця 2

**Характеристика елементів виробничого потенціалу підприємств**

| Автор                                       | Елементи виробничого потенціалу                                               |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Данько Ю. І.<br>Журбенко Н. М., [1, с. 277] | сукупність природних та матеріально-речових елементів залучених у виробництво |
| Кобрин Л. Й. [2, с. 131]                    | матеріальний і фінансовий, соціальний та організаційний                       |
| Крюкова І. О. [3, с. 25]                    | нематеріальний, матеріальний, кадровий, фінансовий, інформаційний             |
| Місевич М. А. [4, с. 56]                    | матеріально-сировинний, технологічний, трудовий, фінансовий                   |
| Проскурович О. В. [5, с. 153]               | персонал, засоби та предмети праці                                            |
| Федірець О. В. [6, с. 75]                   | фінансовий, технічний, матеріальний та інформаційний                          |

*Джерело: узагальнено на основі [1-6].*

Виробничий потенціал підприємства складається з матеріальних і нематеріальних ресурсів. Матеріальні ресурси включають землю, будівлі, обладнання, капітал і матеріали. Нематеріальні ресурси – це сукупність зв'язків, що існують між підприємством та суб'єктами його оточення (реляційний капітал), тобто клієнтами, постачальниками, конкурентами, а також ресурси знань, інноваційні, інтеграційні та лідерські навички та організаційна культура.

**Висновки.** Отже, виробничий потенціал підприємства – це ресурс його виробничих можливостей, здатності діяти (щодо виробництва) для досягнення наміченої мети за допомогою специфічної діяльності у відповідь на виклики розвитку.

**Список використаних джерел**

7. Данько Ю. І. , Журбенко Н. М. Оцінка виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств: на шляху до кластерів. Сталій розвиток економіки. 2023. № 2. С. 276–283.
8. Кобрин Л. Й. Застосування інструментів управління виробничим потенціалом з метою підвищення результативності діяльності підприємства. Наукові записки Української академії друкарства. 2019. № 1. С. 132–139.
9. Крюкова І. О. Виробничий потенціал молокопереробних підприємств України у контексті євроінтеграційного розвитку. Економіка харчової промисловості. 2021. Т. 13, Вип. 1. С. 24–29.
10. Місевич М. А., Фана О. А., Ільюк Ю. О. Система управління виробничим потенціалом підприємства. Агросвіт. 2022. № 20. С. 52–58.
11. Проскурович О. В., Алексійчук А. С. Моделювання впливу ресурсного потенціалу на результати виробничої діяльності швейного підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2020. № 4(1). С. 153–159.
12. Федірець О. В., Стовба В. О., Солодчук Т. В. Сутність та особливості формування системи менеджменту виробничого потенціалу підприємства. Приазовський економічний вісник. 2022. Вип. 1. С. 74–79.

## ЦИФРОВІЗАЦІЯ У ПРОЦЕСАХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЧИННИК МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Юрій КОРЗУН

Магістр спеціальності «Менеджмент» ОПП «Міжнародний менеджмент»

Науковий керівник – Прокопчук О.А., к.е.н., доцент

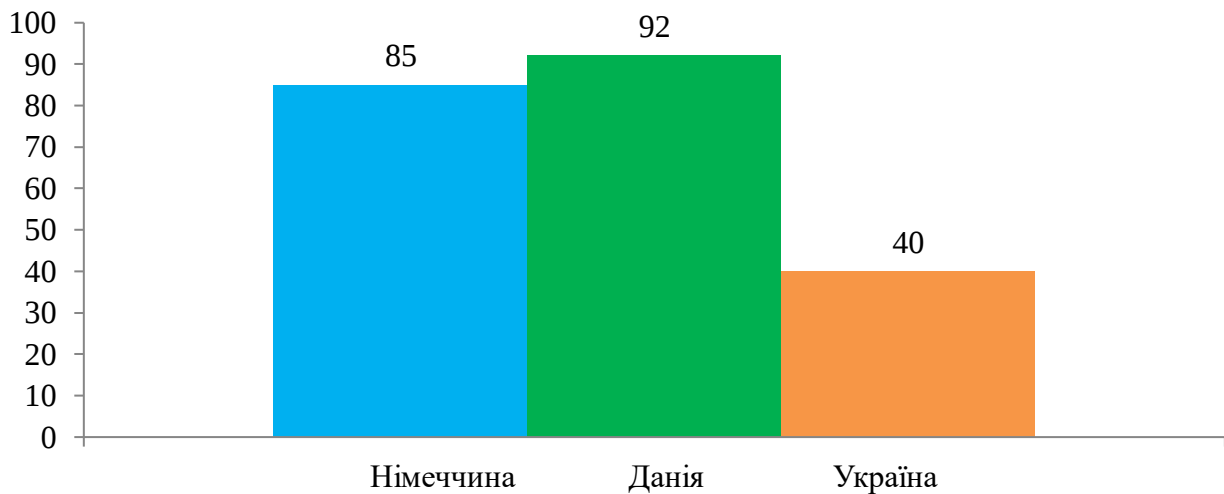
**Вступ.** Глобалізація харчового ринку та зростаючі вимоги до якості продукції зі сторони споживачів і міжнародних регулюючих органів вимагають від виробників харчової продукції впровадження сучасних технологій контролю та управління якістю. Цифровізація виступає не лише інструментом підвищення ефективності виробництва, але й стратегічним засобом для забезпечення конкурентоспроможності підприємств на міжнародних ринках.

Як зазначає Gustavsson, J., щорічно близько третини всіх вироблених харчових продуктів у світі втрачається або стає відходами, що створює значні економічні, екологічні та соціальні проблеми. Впровадження цифрових інструментів, таких як системи моніторингу на основі IoT (Internet of Things) та автоматизованих систем управління якістю (LIMS), може суттєво знизити ці втрати [1]. Крім того, дослідження, проведене Volker, D. підтверджує, що використання цифрових технологій у харчовій галузі дозволяє підвищити продуктивність підприємств на 20-25 %, що своєю чергою, сприяє економічному зростанню регіонів. Особливо це актуально для країн, які прагнуть збільшити свою частку на міжнародних ринках через експорт якісної продукції [2]. Україна, як один із провідних агропромислових експортерів, активно інтегрується в міжнародну економіку. Проте відповідність продукції міжнародним стандартам, таким як ISO 22000, HACCP, та інтеграція цифрових рішень залишаються значними викликами для багатьох українських підприємств [3]. Як підкреслює Keller T. впровадження цифрових рішень у харчовій галузі не лише забезпечує відповідність стандартам, але й є важливим чинником сталого розвитку регіонів. Цифрові технології дозволяють зменшити витрати ресурсів, мінімізувати екологічні наслідки та створювати додаткові можливості для підприємств малого та середнього бізнесу [4]. Таким чином, дослідження ролі цифровізації у забезпеченні якості харчових продуктів є актуальним як для України, так і у глобальному контексті. Це не лише відповідає сучасним економічним і технологічним трендам, але й має важливе значення для розвитку регіональних економік, забезпечуючи їх конкурентоспроможність на міжнародному рівні.

**Результати дослідження.** Цифровізація є ключовим трендом у харчовій галузі, який не лише підвищує продуктивність, але й допомагає виробникам відповідати міжнародним стандартам якості та безпеки. У країнах Європейського Союзу впровадження цифрових рішень підтримується програмами на рівні державних політик (наприклад, Horizon Europe), що дозволяє підприємствам адаптуватися до вимог HACCP, ISO 22000 та інших стандартів. Натомість в Україні цей процес відбувається менш системно через

обмеження у фінансуванні, що гальмує інтеграцію у глобальні ланцюги постачання.

На основі даних Global Digital Readiness Index, країни ЄС, такі як Німеччина, Нідерланди та Данія, мають високий рівень інтеграції цифрових технологій у харчову галузь. Вони використовують IoT, LIMS, блокчейн для відстеження ланцюгів постачання та інтелектуальні аналітичні системи для моніторингу продукції. Для порівняння, в Україні цифрові технології лише починають впроваджуватися (рис. 1). Наприклад, у Житомирській регіональній державній лабораторії Держпродспоживслужби застосування газового хроматографа дозволяє значно покращити аналіз пестицидів, однак це лише точкові зміни, що не охоплюють всі аспекти автоматизації.



**Рис. 1. Рівень цифровізації в харчовому секторі країн, %**

*Джерело: узагальнено автором за джерелами [5, 6].*

На рис. 1 представлено порівняльний аналіз рівня цифровізації у харчовій галузі трьох країн: Німеччини, Данії та України. Як видно, Німеччина та Данія мають високий рівень цифровізації (85 % та 92 % відповідно), що обумовлено широким впровадженням IoT, блокчейн-технологій та LIMS-систем. Україна значно відстає, демонструючи рівень цифровізації 40 %, що пов'язано з обмеженим фінансуванням та недостатньою інтеграцією сучасних технологій.

Дослідження, проведене у країнах ЄС, підтверджує, що інтеграція цифрових технологій не лише підвищує ефективність системи управління якістю, але й стимулює економічне зростання. Наприклад, у Нідерландах впровадження цифрових платформ у харчовій галузі дозволило знизити витрати виробників на 15 % та створити понад 10 тис. робочих місць у технологічному секторі. В Україні, особливо у Житомирській області, реалізація таких рішень може сприяти розширенню експортного потенціалу. Наприклад, використання IoT-сенсорів для моніторингу умов зберігання продукції дозволить покращити відповідність міжнародним стандартам і зменшити кількість відмов у доступі до ринків ЄС.

**Висновки.** Цифровізація є ключовим чинником адаптації харчової галузі до сучасних вимог глобалізованого ринку. Вона забезпечує не лише відповідність

міжнародним стандартам якості та безпеки, але й сприяє підвищенню ефективності виробничих процесів і зміцненню конкурентоспроможності підприємств на глобальному ринку. Інтеграція технологій, таких як IoT, LIMS та блокчейн, дозволяє автоматизувати процеси контролю якості, знижуючи втрати продукції та підвищуючи прозорість виробничих і постачальних ланцюгів. Порівняльний аналіз демонструє, що країни з високим рівнем цифровізації у харчовій галузі, як-от Німеччина та Данія, досягають суттєвих економічних переваг: зменшення витрат на виробництво, створення додаткових робочих місць і збільшення експортного потенціалу. Водночас Україна, маючи значний аграрний потенціал, поки що відстає у впровадженні цифрових рішень через обмеженість фінансування та недостатню підтримку з боку держави. Цифровізація харчової галузі має потенціал стати потужним драйвером регіонального економічного зростання, забезпечуючи як підвищення якості продукції, так і інтеграцію України у світові торговельні мережі. Завдяки впровадженню інноваційних рішень, українські підприємства зможуть зміцнити свої позиції на міжнародному ринку, сприяючи сталому розвитку економіки країни.

#### **Список використаних джерел**

1. Gustavsson, J., Cederberg, C., Sonesson, U., van Otterdijk, R., & Meybeck, A. Global food losses and food waste: Extent, causes and prevention. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations. 2011. Pp. 28-30.
2. Volker, D. Global Standards in Food Quality: The Role of Policy and Practice. International Journal of Agricultural Economics. 2018. Т. 24, №2. Pp. 140-150.
3. Keller, T., Smith, R., & Jones, A. Sustainable Food Systems through Digital Innovation. Journal of Food and Agribusiness. 2020. Т. 35. №1. Pp. 23-37.
4. Держпродспоживслужба України. Головна сторінка. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. 2024. URL: <https://dpss.gov.ua/> (дата звернення: 19.10.2024).
5. Eurostat. Digitalisation in Europe – 2024 edition. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/interactive-publications/digitalisation-2024> (дата звернення: 19.10.2024).
6. IMD World Competitiveness Center. World Digital Competitiveness Ranking 2024. URL: <https://www.imd.org/research-knowledge/competitiveness/articles/the-imd-world-digital-competitiveness-ranking/> (дата звернення: 19.10.2024).

## МІЖНАРОДНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ СУБ'ЄКТІВ БІЗНЕСУ НА ГЛОБАЛЬНИХ РИНКАХ

Тарас КОРОБКІН

магістр спеціальність "Менеджмент", ОПП "Міжнародний менеджмент"

Науковий керівник – Т.М. Паламарчук, к.е.н., доцент

**Вступ.** Сучасний етап щодо виявлення ролі і місця менеджменту в системі міжнародної економічної співпраці формується під впливом фундаментальних змін в світовій економіці, що підтверджується інтенсивним розвитком діджиталізації, інтеграцією зовнішньоекономічних зав'язків, зниженням торгових бар'єрів між країнами, мінімізацією географічної та культурної відстані між ними, і відповідно, посиленням конкуренції суб'єктів бізнесу. В глобальному масштабі через інтернаціоналізацію бізнесу компанії мають широкі можливості для активізації і розвитку власної підприємницької діяльності за умов ефективно працюючої системи менеджменту. В основі менеджменту закладено стратегічні рішення керівництва, яке зобов'язане забезпечувати успішне управління бізнес-операціями компанії. Для ведення бізнесу в декількох країнах використовується більш ширша система, а саме міжнародний менеджмент [2, 3], який вимагає ознайомлення з правилами ведення бізнесу, які можуть різнитися між регіонами світу, країнами, підприємствами та бізнес-операції здійснюватися в різних валютах.

**Результати досліджень.** Основними суб'єктами бізнесу на світовому ринку виступають компанії, які мають, як правило відому репутацію, високі конкурентні переваги, значний сегмент відповідного ринку товару чи послуг, проводять професійну маркетингову діяльність і високопрофесійний менеджмент, впроваджують в економічну діяльність сучасні інноваційні технології, мають інвестиційну привабливість. В науковій літературі зроблено наголос на саме домінуючій ролі транснаціональної стратегії міжнародних компаній [5]. При цьому потенційні переваги можуть бути досягнуті через збільшення і складність диверсифікації виробництва, а також підвищення ефективності управління. Для досягнення високого рівня професійності менеджменту міжнародних компаній формується ряд завдань, які відповідають як викликам глобалізації (різні види криз, торговельні війни, політична та економічна нестабільність, технологічні зміни, періоди війн та загроз безпеці тощо), адже це явище, яке охоплює економічні, соціальні, політичні та правові аспекти розвитку кожної країни [4], так і слугують засобом нівелювання ризиків внаслідок посилення конкурентоспроможності на світовому товарному ринку. Найрозповсюдженими завданнями менеджменту міжнародних компаній за умов сучасних проблем і викликів є такі:

- спільність дій у виконанні місій та візії компанії;
- формування сучасної орієнтованої на глобальний ринок організаційної структури компанії;
- забезпечення умов професійного зростання кадрів та володіння найкращими світовими практиками у підготовці спеціалістів;

- володіння основними тенденціями та особливостями міжнародної економічної політики;
- розвиток соціального партнерства як ефективної форми мотивації персоналу компанії;
- формування ефективного стилю лідерства.

В межах зазначених завдань, ряд зарубіжних вчених наголошують на таких “основних темах” в міжнародному менеджменті, як стратегія, структура організації та контроль, відносини з урядом, теорія організації, організаційна поведінка та управління людськими ресурсами, загальне управління та управління виробництвом [6], що свідчить про вихід міжнародно орієнтованого менеджменту за рамки традиційних функцій менеджменту. Діяльність міжнародних компаній, які зорієнтовані на виконання завдань і реалізацію новітніх функцій менеджменту, свідчать про наявні і потенційні конкурентні переваги й успіхи в міжнародному бізнесі, що створює можливості для усунення проблем та зниження складності у виконання господарських операцій на міжнародному ринку. Так, відомі в світі 10 найуспішніших компаній з професійною системою міжнародного менеджменту (версія 2023 р.) демонструють високий рівень капіталізації. Зокрема, ТНК Apple стала першою компанією в світі, ринкова капіталізація якої перевищила 3 трлн дол. США (для порівняння ВВП України складає 148 млрд дол. США, а в світі існує лише 6 країн, ВВП яких перевищує 3 трлн дол. США), ринкова капіталізація Microsoft становить 2,534 трлн дол. США, Saudi Aramco (видобуток нафти і газу) - 2,087 трлн дол. США, Alphabet Inc. (ПЗ, пошук, онлайн сервіси, реклама) - 1,554 трлн дол. США, Amazon (електронна торгівля, онлайн сервіси, стримінг) - 1,337 трлн дол. США, NVIDIA (залізо, стримінг) - 1,052 трлн дол. США, Tesla, Inc. (автовиробник) - 885,91 млрд дол. США, Meta Platforms (соціальна мережа: Instagram, WhatsApp та Messenger, ПЗ) - 759,78 млрд дол. США, тощо [1]. В міжнародному контексті завдяки своїм конкурентним перевагам, постійному процесу вдосконалення та нововведенням в своїй діяльності, такі компанії досягають успіхів на глобальному ринку.

**Висновки.** Отже, учасники міжнародного бізнесу є важливими суб'єктами та гарантами інноваційних змін в системі міжнародного менеджменту. Проблеми підвищення конкурентоспроможності набувають особливого значення та здатні вирішуватися з позиції проблем глобального економічного середовища. Жорсткі умови конкуренції в міжнародному бізнесі на світовій арені фактично диктують компаніям необхідність розробки нових підходів до стратегій креативної управлінської поведінки, дотримання соціальних та етичних стандартів в своїй діяльності, а також розвитку конкурентного потенціалу.

#### Список використаних джерел

1. Данилов О. 10 найбільших компаній світу [за капіталізацією]. URL: <https://mezha.media/articles/top-10-biggest-companies-of-the-world/> (Дата звернення 10.12.2024)

2. Лозовський О.М., Гусак К. Ю. Шляхи оптимізації системи менеджменту підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. №2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6896> (Дата звернення: 09.12.2024)
3. Медведєва І.В. Сутність поняття “міжнародний бізнес”. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва* : зб. наук. пр. Харків. нац. автомоб.-дор. ун-т. Харків, 2016. № 1 (12). С. 128-133.
4. Панасюк О. П., Олійник С. М., Литовченко В. П. Глобалізація та її виклики для національних суверенітетів: аналіз впливу глобалізаційних процесів на сучасне міжнародне право. *Академічні візії*. 2024. (33). URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1238> (Дата звернення: 11.12.2024)
5. Шамборовський Г.О. Концептуальні основи міжнародного стратегічного менеджменту. *Ефективна економіка*. 2021. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=941> (Дата звернення: 11.12. 2024)
6. Zaida L Martínez, Brian Toyne (2000) What is international management, and what is its domain? *Journal of International Management*. Volume 6, Issue 1, Spring 2000, Pp. 11-28. URL:<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1075425300000181> (Дата звернення; 11.12.2024).

## СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Олександр КОРОТУН

магістрант спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Науковий керівник - Лариса НЕДІЛЬСЬКА, к.е.н., доц.

**Вступ.** Розробка перспективних стратегічних напрямів розвитку будівельних компаній набуває особливого значення в умовах війни. Військові дії в Україні призводять до значних змін на ринку: руйнування потужностей та будівельних об'єктів, пошкодження інфраструктури, порушення виробничих ланцюгів і, відповідно, економічної нестабільності суб'єктів ринку, що вимагає адаптованих та ефективних рішень. Для будівельних компаній вкрай важливо швидко адаптуватися до мінливих обставин, розробляти плани ремонту пошкоджених об'єктів та ініціювати нові проєкти.

**Результати дослідження.** Для забезпечення стабільності, стратегії розвитку будівельних підприємств мають передбачати застосування інноваційних підходів, диверсифікацію діяльності, пошук можливостей залучення міжнародних ресурсів [1]. Перспективні напрями стратегічного розвитку будівельних підприємств на будівельному ринку України в умовах війни представлено у табл. 1.

Таблиця 1

**Перспективні напрями стратегічного розвитку  
будівельних підприємств України в умовах війни**

| Стратегічний напрям розвитку                                  | Опис                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Будівництво модульних будинків для тимчасово переміщених осіб | Відповідь на потребу в тимчасовому житлі для ТПО через швидке зведення модульних будинків. Використання енергоефективних матеріалів і мобільних конструкцій для створення комфортних житлових умов у короткі терміни.     |
| Відновлення пошкодженої інфраструктури та житлових будинків   | Реконструкція та модернізація об'єктів, пошкоджених під час бойових дій, включаючи житлові будинки, дороги, мости та інші важливі елементи інфраструктури. Це сприятиме відновленню економіки та створенню робочих місць. |
| Впровадження енергоефективних та екологічних технологій       | Розробка та впровадження новітніх технологій у будівництві, спрямованих на зниження енергоспоживання, використання відновлюваних джерел енергії та екологічних матеріалів, що сприятиме сталому розвитку країни.          |
| Будівництво соціальних і громадських об'єктів                 | Створення об'єктів соціальної інфраструктури, таких як лікарні, школи та дитячі садки, для підтримки постраждалих регіонів. Це допоможе покращити якість життя населення та сприяти відбудові суспільних інститутів.      |

*Джерело: розроблено автором.*

Отже, пріоритетним перспективним напрямом розвитку будівельної компанії в сучасних умовах активних вієнних дій слід вважати розвиток сегменту будівництва модульних будинків для переселенців. За підрахунками експертів, нині понад 600 тисяч сімей в Україні залишились без домівок. Найближчим часом, враховуючи масштаби збитку, необхідно буде відновити близько 38 000 будинків.

Існує багато потенційних рішень проблеми забезпечення житлом переселенців, однак, жодне з них наразі не вважається ідеальним. Частина переселенців одразу вирушають за кордон, інші проживають у тимчасових помешканнях, а ті, хто має кошти, орендують або купують житло. Альтернативними варіантами у такій ситуації можуть стати проекти з будівництва каркасних, щитових чи модульних мобільних будинків [1; 2].

З фінансової точки зору будівництво таких будинків для тимчасово переміщених осіб внаслідок війни в Україні має низку суттєвих переваг, які будівельне підприємство може використати у стратегії розвитку [1]:

- швидке зведення, що забезпечує відповідно швидке освоєння капіталу без суттєвого впливу фактора часу на знецінення грошових коштів;

- мобільність та гнучкість, що дозволяє здешевити конструкції та економити кошти та швидко покривати інші нагальні потреби фінансуванні. Такі будинки легко транспортувати та переміщувати на нові локації, що дозволяє швидко адаптувати їх до потреб різних регіонів без додаткових капіталовкладень;

- висока економічна ефективність, оскільки вартість будівництва модульних будинків є відносно низькою порівняно з традиційним житлом. Це робить їх доступним та раціональним рішенням для держави та інвесторів;

- енергоефективність та екологічність завдяки використанню сучасних

матеріалів, які забезпечують хорошу теплоізоляцію та зниження енергоспоживання, що важливо в умовах ресурсної економії та необхідності капіталоозаощаджень;

- можливість масштабування, що забезпечує використання уже напрацьованих механізмів, способів і прийомів з відповідною економією ресурсів завдяки масштабності і типовості.

В контексті обґрунтування найбільш доцільного з альтернативних проєктів слід застосовувати методику побудови «дерева рішень» [3]. Реалізацію кожного з альтернативних напрямів стратегічного розвитку окремих напрямів діяльності (видів проєктів з будівництва) будівельного підприємства апробовано на матеріалах ТОВ «ІБК «Обрій». У результаті прогнозу обґрунтовано, що у підприємства є можливості збільшити обсяги річного чистого прибутку на 5% і водночас розв'язати нагальну проблему – забезпечити житлом частину внутрішньопереміщених сімей.

Здійснено припущення, що в процесі реалізації кожного із вказаних проєктів (стратегічного напрямку розвитку) може бути досягнутий один із результатів: стабільне зростання підприємства, стагнація розвитку підприємства або високі темпи інфляції на ринку. Ймовірність настання кожного результату становить відповідно:  $p_1=0,5$ ;  $p_2=0,3$ ;  $p_3=0,2$ .

Підсумкова оцінка доцільності проєкту виражена коефіцієнтом окупності інвестицій – ROI (RETURN ON INVESTMENT), що виражений у відсотках.

Для візуалізації вибору альтернативного проєкту для будівельного підприємства ТОВ «ІБК «Обрій» побудовано «дерево рішень» (рис. 1):

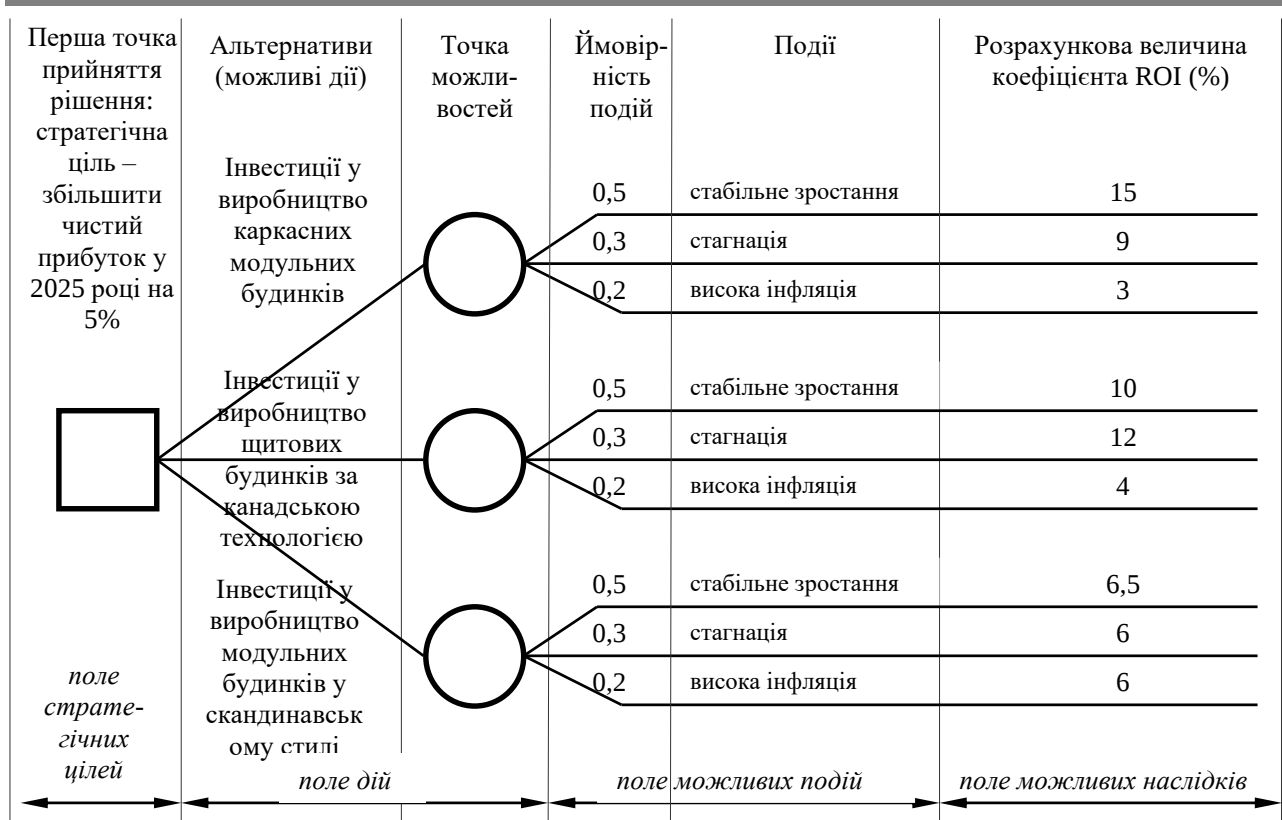
1. Розраховано очікуваний рівень окупності інвестицій для відповідного сценарію шляхом множення розрахункової величини ROI на показник імовірності настання події. Зокрема, для усіх проєктів очікувана величина окупності інвестицій складає:

I проєкт –  $(15,0 \times 0,5) + (9,0 \times 0,3) + (3,0 \times 0,2) = 7,5 + 2,7 + 0,6 = 10,8\%$ .

II проєкт –  $(10,0 \times 0,5) + (12,0 \times 0,3) + (4,0 \times 0,2) = 5,0 + 3,6 + 0,8 = 9,4$

III проєкт –  $(6,5 \times 0,5) + (5 \times 0,3) + (6 \times 0,2) = 3,25 + 1,80 + 1,20 = 6,2$

2. Здійснено порівняння отриманих величин рівня окупності інвестицій, і встановлено, що найвищий рівень окупності може забезпечити перший проєкт, який передбачає будівництво каркасних модульних будинків. Таким чином, можна стверджувати, що будівництво каркасних модульних будинків може стати перспективним напрямом стратегічного розвитку ТОВ «ІБК «Обрій»».



**Рис. 1. «Дерево рішень» будівельної компанії ТОВ «ІБК «Обрій»» щодо вибору та реалізації альтернатив впровадження проєктів**

Джерело: розроблено автором.

**Висновки.** Отже, будівельні підприємства під час війни потребують особливих підходів у розробці і впровадженні стратегії розвитку. Передусім, оперативними цілями такої стратегії має бути спрямування зусиль на вирішення нагальних потреб з подальшим удосконаленням згідно з викликами часу. Це може призвести до покращення фінансових показників і вдосконалення процесів стратегічного управління розвитком в умовах війни та післявоєнного відновлення України.

### Список використаних джерел

1. Адамська І. Сучасний стан й тенденції розвитку будівельної галузі України. Галицький економічний вісник. 2024. № 5. С. 7–15.
2. Будівельна галузь у 2024 році. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/stroitel'naya-otrasl-2024-godu-pokazalarekordnyy-1579790957.html>
3. Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент: підручник. К.: Каравела, 2019. 464с.

## ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА БАНКІВСЬКИЙ КАРТКОВИЙ БІЗНЕС

Карина КРАВЧУК

Магістрантка спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник, к.е.н., доцент Леся Сус

**Вступ.** Цифровізація стала потужним драйвером змін у різних сферах економіки, і банківський картковий бізнес не є винятком. Впровадження новітніх технологій, таких як мобільні платформи, блокчейн, штучний інтелект та біометричні системи, радикально змінює традиційні методи здійснення фінансових операцій. Цифрові рішення не тільки спрощують процеси обробки транзакцій, але й відкривають нові можливості для персоналізованих фінансових послуг, підвищення безпеки та зручності для користувачів.

**Результати досліджень.** Цифровізація кардинально змінює банківський сектор, і картковий бізнес є однією з найбільш динамічних та технологічно просунутих його галузей. С.А. Шелудько та П.П. Браткевич визначають цифровізацію (англ. digitalization) як процес перетворення фізичних або аналогових об'єктів, процесів чи контенту на цифрові, тобто такі, що базуються на дискретних сигналах. Основний ефект цифрової трансформації, окрім можливого підвищення ефективності, полягає в тому, що це дозволяє зробити ці об'єкти більш адаптивними та гнучкими [5, с. 335]. Динаміка місця України у рейтингу цифрової конкурентоспроможності за 2017–2023 рр. наведена у табл. 1.

Таблиця 1

**Динаміка місця України у рейтингу цифрової конкурентоспроможності  
за 2017–2023 рр.**

| Рік  | Місце України | Характеристика                                                                                              |
|------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2017 | 60 з 63       | Перше включення України до рейтингу, низький рівень через недоліки в технологіях і знаннях.                 |
| 2018 | 58 з 63       | Поліпшення завдяки зміцненню цифрових знань та початковим реформам у цифровізації.                          |
| 2019 | 60 з 63       | Повернення до попереднього рівня через зростання конкуренції та проблеми з технологічною інфраструктурою.   |
| 2020 | 58 з 63       | Відновлення позицій завдяки впровадженню цифрових рішень і реформ у сфері ІТ                                |
| 2021 | 54 з 64       | Прогрес завдяки активним крокам у сфері цифровізації, особливо в банківській та урядовій галузях            |
| 2022 | 54 з 63       | Незважаючи на війну, Україна зберігає свої позиції через сильну ІТ-індустрію та електронні сервіси          |
| 2023 | 53 з 63       | Подальше зростання позицій завдяки розвитку цифрових ініціатив, підтримці партнерів та новітнім технологіям |

Джерело: складено автором на основі [3, с. 4; 1]

Україна демонструє певні позитивні зрушення у цифровій конкурентоспроможності, незважаючи на деякі коливання в рейтингу. Найбільший прогрес спостерігався в 2019 році, коли країна досягла свого найвищого місця (60) з початку спостережень. Однак в подальші роки, зокрема з 2020 по 2021, країна пережила падіння, і її місце значно знизилося (з 60 до 54

місця), що відображає різноманітні економічні та соціальні виклики, включаючи війну та глобальні економічні кризи. Незважаючи на це, загальна тенденція показує, що Україна рухається в напрямку покращення цифрової трансформації, зокрема у сфері технологій, знань та майбутньої готовності.

На сьогоднішній день мобільні платформи та цифрові гаманці дозволяють користувачам з легкістю здійснювати оплату товарів та послуг без фізичної картки. Такі рішення, як Apple Pay, Google Pay змінили традиційний підхід до використання пластикових карт, адже замість фізичної картки користувач може здійснювати оплату за допомогою смартфона або планшета. Це сприяє зростанню популярності безконтактних платежів, що стають все більш поширеними серед споживачів, надаючи їм можливість здійснювати операції швидко та безпечно.

Цифровізація дозволяє банкам значно знижувати витрати на обслуговування клієнтів та обробку транзакцій. Автоматизація процесів, впровадження чат-ботів, онлайн-консультацій та електронних підписів зменшують потребу у фізичному обслуговуванні клієнтів у відділеннях, що дозволяє банкам значно оптимізувати свої витрати. Крім того, інтеграція банківських карток із мобільними додатками дозволяє швидше реагувати на запити клієнтів і надавати їм персоналізовані пропозиції.

Протягом останніх п'яти років вітчизняна банківська клієнтура значно наблизилася до світових стандартів цифровізації особистого життя. Одним із показників цього є, зокрема, обсяги ринку смартфонів — основного інструменту для комунікації між клієнтами та постачальниками послуг, зокрема банківських (табл. 2).

Таблиця 2

### Обсяги продажів смартфонів в Україні в 2011-2023 рр.

| Рік  | Обсяг продажів, млрд грн | Кількість проданих смартфонів, млн шт |
|------|--------------------------|---------------------------------------|
| 2014 | 25                       | 6                                     |
| 2015 | 20                       | 5                                     |
| 2016 | 23                       | 5,5                                   |
| 2017 | 27                       | 6,5                                   |
| 2018 | 35                       | 8                                     |
| 2019 | 40                       | 9                                     |
| 2020 | 42                       | 9,5                                   |
| 2021 | 45                       | 10                                    |
| 2022 | 30                       | 7                                     |
| 2023 | 35                       | 7,5                                   |

Джерело: складено автором самостійно на основі [5, с. 336; 4; 2]

З табл. 2 бачимо, що обсяги продажів смартфонів в Україні за 2014–2023 роки демонструють стійке зростання до 2021 року завдяки високому попиту на преміальні моделі та розвитку онлайн-продажів. Проте у 2022 році, через економічну нестабільність, спричинену повномасштабною війною, ринок зазнав значного спаду. У 2023 році спостерігається часткове відновлення продажів,

зокрема в преміальному сегменті, що свідчить про адаптацію ринку до нових умов.

Безпека є ключовим аспектом впливу цифровізації на картковий бізнес. Нові технології, як біометрія, двофакторна аутентифікація та шифрування, знижують ризики шахрайства та підвищують довіру до карткових операцій. Технології EMV та токенизація забезпечують високий рівень захисту, роблячи картки менш вразливими до зломисників. Для банків важливо постійно оновлювати інфраструктуру, щоб не відстати від конкурентів. Це потребує значних інвестицій у нові технології. Блокчейн та децентралізовані фінанси створюють альтернативи традиційним карткам, пропонуючи безпечні та швидкі транзакції без посередників, що може зменшити попит на пластикові картки.

Цифровізація також стимулює розвиток нових платіжних інструментів, зокрема цифрових валют центральних банків (CBDC), які можуть стати альтернативою карткам. Фінтех-компанії активно конкурують з банками, змушуючи їх переосмислювати стратегію на ринку карткових послуг.

Висновки. Цифровізація не тільки трансформує банківський картковий бізнес, але й стимулює розвиток нових технологій та послуг, що покращують досвід користувачів і роблять платіжні операції більш доступними та безпечними. Однак ця трансформація також ставить перед банками нові виклики, пов'язані з необхідністю постійного оновлення технологій, забезпеченням безпеки та адаптацією до швидко змінюваного ринку.

#### Список використаних джерел

1. IMD World Digital Competitiveness Ranking 2020-2023. URL: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/> (дата звернення 27.11.2024).

2. Несенюк А. Попит на преміальні смартфони в Україні вийшов на довоєнний рівень. Що кажуть ритейлери про тенденції на ринку. URL: <https://forbes.ua/news/popit-na-premialni-smartfoni-v-ukraini-viyshov-na-dovoenniy-riven-shcho-kazhut-riteyleri-pro-tendentsii-na-rinku-14092023-16011> (дата звернення 27.11.2024).

3. Реверчук С.К., Творидло О.І. Цифровізація банківського бізнесу: виклики та можливості для державного регулювання. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 55. С. 1-11.

4. Ринок смартфонів під час великої війни впав на третину, кнопових мобільних — на понад 42%. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2023/02/08/100414877/> (дата звернення 27.11.2024).

5. Шелудько С.А., Браткевич П.П. Вплив цифровізації на банківський бізнес в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 5(16). С. 334-339.

## HR-МЕНЕДЖМЕНТ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ МІГРАЦІЙНОЇ КРИЗИ

Дар'яна КРИВОВ'ЯЗА

Магістр спеціальності «Менеджмент» ОП «Міжнародний менеджмент»

Науковий керівник – Прокопчук О.А., к.е.н., доцент

**Вступ.** В глобалізованому середовищі усі масштабні події на рівні країн набувають глобальних проявів і впливів. Так, воєнний російсько-український конфлікт швидко вийшов за національні та регіональні масштаби, спричинивши амплітудні флуктації на глобальних ринках продовольства, енергетичних ресурсів, праці. Масштабна міграція українців з перший днів збройного вторгнення призвела до втрат людського капіталу та скорочення ВВП України, обумовила нову хвилю міграційної кризи в країнах ЄС, призвела до змін на європейському ринку праці і появи супутніх нових трендів в HR-менеджменті міжнародних, зокрема європейських, компаній. Знання сучасних запитів та особливостей HR-менеджменту є важливим як для компаній, щоб бути ефективними, так і для працівників, щоб бути конкурентоздатними на ринку праці.

**Результати дослідження.** Повномасштабне воєнне вторгнення РФ на території України спричинило потужну хвилю міграції, основним реципієнтом якої стали країни ЄС. У 2024 р. кількість українських переселенців в Європейському Союзі досягла понад 4 млн осіб. Зокрема на кінець серпня 2024 р. кількість українців зі статусом тимчасового захисту становила 4163660 осіб. В розрізі країн ЄС чисельність українських мігрантів змінюється внаслідок нових потоків з України та транскордонного переміщення в межах території ЄС. Наразі лідерами за кількістю українських переселенців є Німеччина (1 млн 122,33 тис., 27,0 % від загальної кількості бенефіціарів ЄС), Польща (975,19 тис. або 23,4 %) і Чехія (376,89 тис. або 9,1 %) **[Error! Reference source not found.]**. Зі загальної кількості мігрантів понад 3 млн є особами працездатного віку (40 % жінки і 12 % – чоловіки віком 18–59 років із загальної кількості).

Міграція українців відобразилася на кон'юктурі ринку праці країн ЄС. Зокрема станом на вересень 2024 р. було працевлаштовано 1,6 млн українців, понад 300 тис. – зареєстровані як безробітні **[Error! Reference source not found.]**. Це стало результатом ініціатив переселенців та національних політик їх економічної та соціальної інтеграції та адаптації (для прикладу, Литва спростила процедуру визнання українських дипломів медичних працівників). На думку експертів найсприятливішими країнами для працевлаштування українців стали Німеччина, Румунія, Чехія, Швеція **[Error! Reference source not found.]**, хоча і в цих країнах рівень заробітної плати є не високим. Натомість в таких країнах як Греція, Італія та Іспанія працевлаштуватися найскладніше.

Основними стримуючими чинниками для працевлаштування українців закордоном є мовні бар'єри, невизнання українських дипломів та кваліфікації. Тому вони переважно працюють на некваліфікованих та низькооплачуваних

роботах (будівельники, водії, вантажники, доглядальниці, прибиральники тощо) (табл. 1).

Таблиця 1.

### Сфери працевлаштування українців в країнах ЄС

| Країна     | Сфера переважної зайнятості українців                                        |
|------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Німеччина  | Будівництво, складське господарство, клінінг, догляд за людьми похилого віку |
| Нідерланди | Сільське господарство, промислове виробництво                                |
| Норвегія   | Будівництво, промислове виробництво                                          |
| Польща     | Готельно-ресторанний бізнес, будівництво, сільське господарство              |
| Франція    | Сільське господарство                                                        |

Джерело: власні дослідження.

Така ситуація є вкрай негативною, зважаючи на той факт що 73 % українських біженців працездатного віку в Європі мають вищу освіту [**Error! Reference source not found.**] і формують значний потенціал для вирішення проблем європейського ринку праці, що в останнє десятиліття переживав брак кадрів. Українські працівники можуть не лише сприяти вирішенню проблем зайнятості та безробіття, а й стати фактором подолання сучасних викликів в HR-менеджменті європейських та міжнародних компаній, основними з яких є [**Error! Reference source not found.**]:

1. Неефективність лідерів, яким не вистачає ініціативності, емпатії, людиноцентричності – українці ментально є працьовитими, ініціативними та відповідальними. Емпатичність українських працівників посилилася складними умовами, що спонукали їх до міграції.

2. Складність управління змінами – за результатами досліджень 53 % HR директорів і 45 % співробітників вважають, що зростаюча інтенсивність внутрішніх організаційних змін та зовнішніх викликів (політичних й економічних) спричинили високий рівень тривожності працівників, їх пригнічення й розосередженість, незлагоджену роботу команд, низький рівень залученості. В сукупності це знижує ефективність роботи персоналу і компанії в цілому.

3. Зростання конкуренції компаній за таланти, резервом вирішення проблеми є прозорість рекрутингу без національної дискримінації.

4. Добробут – зростає потреба у збалансуванні організаційного і домашнього добробуту – стресовість умов роботи та життєдіяльності працівників обумовлює зростання витрат та уваги до піклування про фізичний, ментальний, соціальний та фінансовий добробут працівників.

Враховуючи сучасні тренди розвитку європейського ринку праці та HR-менеджменту, процес найму українських мігрантів як персоналу відкриває для міжнародних компаній значні резерви для підвищення власного людського капіталу, однак вимагає застосування гнучких технологій HR менеджменту відповідно до специфіки українців, підвищення уваги та витрат на їх адаптацію та інтеграцію у корпоративне середовище.

**Список використаних джерел**

1. Кількість біженців з України зі статусом тимчасового захисту в ЄС у серпні зросла майже на 40 тис. Євростат. 2024. Interfax Україна. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/1020312.html>
2. Українські біженці добре інтегрувалися на ринку праці в ЄС: єврокомісар шокував цифрами. 2024. URL: <https://tsn.ua/svit/ukrayinski-bizhenci-dobre-integruvalisya-na-rinku-praci-v-yes-yevrokomisar-nazvav-cifri-2675544.html>
3. В яких країнах ЄС найкращі умови працевлаштування для біженців з України у 2024 році? 2024. URL: <https://tsn.ua/svit/ukrayinski-bizhenci-dobre-integruvalisya-na-rinku-praci-v-yes-yevrokomisar-nazvav-cifri-2675544.html>
4. Вимушений виїзд українців за кордон: як коректно оцінити масштаби. 2024. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/vymushenny-vyyizd-ukrayintsiv-za-kordon-yak-korektno-otsinyty-masshtaby>
5. 5 трендів конференції з управління талантами HR Festival Europe. 2023. URL: <https://forbes.ua/lifestyle/zvichki-efektivnikh-lideriv-novi-instrumenti-rekrutingu-ta-knizhki-yaki-chitayut-providni-hr-direktori-5-trendiv-konferentsii-z-upravlinnya-talantami-hr-festival-europe-05042023-12864>.

## **ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ МОНІТОРИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНТРОЛЮ ЗА СТАНОМ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ**

*Олександра КУЗЬМЕНКО*

*Магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,  
Науковий керівник – Наталія КУРОВСЬКА, к.е.н., доцент*

**Вступ.** Банківський сектор займає важливе місце у забезпеченні функціонування економіки країни. Базовими економічними показниками, що впливають на банківський сектор, є процентні ставки, інфляція, ціна нерухомості, а також загальна економічна продуктивність і зростання. Середовище процентної ставки центрального банку та експансіоністська монетарна політика впливають на цей сектор. Розвиток конкуренції у банківському секторі фінансового ринку вимагає модернізації системи управління, яка забезпечує довгострокове функціонування банку. Серед інструментів такої модернізації, одне з головних місць займає фінансовий моніторинг. Тому актуальним є вивчення особливостей фінансово-економічного моніторингу з метою посилення контролю за діяльністю банківських установ.

**Результати дослідження.** Високий ризик погіршення діяльності кредитних організацій, переважно банків, вимагає постійного моніторингу банківської діяльності. Управління, спрямовані на боротьбу з відмиванням грошей банками, можуть бути залучені до спеціального контролю. Лише потужний банківський

нагляд забезпечує стабільну роботу банківської системи, яка є джерелом життєзабезпечення економіки, уникнення економічних криз, широке залучення приватного капіталу та додаткове підвищення довіри іноземних інвесторів до банківської системи країни.

Для того, щоб забезпечити прозорість діяльності комерційних банків, запобігти загрози інтересам вкладників і кредиторів внаслідок небезпечної та нездорової діяльності, необхідно досконало проводити фінансовий моніторинг у банках. Банківський нагляд, який здійснює НБУ, відіграє провідну роль у забезпеченні стабільності банків та підтриманні їх ефективності [2]. Щоб правильно оцінити небезпеку відмивання грошей, необхідно уявити масштаби цього явища. Оскільки точно порахувати реальні доходи, отримані та легалізовані від організованої злочинної діяльності.

Популяризація моніторингу як найбільш ефективного інформаційно-аналітичного методу забезпечення процесів підготовки та прийняття відповідних рішень на мікро та макрорівні простежується в Україні з кінця ХХ ст. [1]. Завдяки постійному застосуванню системи моніторингу і державному регулюванню в поєднанні з іншими інструментами, можна отримати необхідні дані про стан основних макроекономічних і соціальних факторів, виявити можливі загрози та відхилення від цілей.

Моніторинг у системі стратегічного контролю – це процедура спостереження, оцінки, аналізу і прогнозування стану окремих процесів державного регулювання, явищ та дії мікро-, мезо- та макросередовищ. В об'єктному плані моніторинг можна представити як процес безперервного характеру спостереження за спеціально розробленою програмою зі змінною періодичністю, яка залежить від стану явища з урахуванням факторів впливу.

Фінансовий моніторинг – це процес відбору, обробки та аналізу показників економічної та фінансової діяльності банківських установ з метою зміцнення фінансової дисципліни та підвищення ефективності використання майна, фінансових і трудових ресурсів відповідальними за його управління [3].

Метою проведення фінансово-економічного моніторингу є аналіз ефективності діяльності банку в загальному та детально за видами діяльності. За підсумками такого моніторингу формуються управлінські рішення щодо координації діяльності банківської установи та її філій, здійснюється прогнозування перспектив розвитку банку, а також визначаються рентабельність і фінансова стійкість.

Розрізняють внутрішній та зовнішній фінансово-економічний моніторинг діяльності банківських установ (табл. 1).

Моніторинг у системі стратегічного контролю визначається як система регулярного спостереження за змінами деяких процесів і явищ з метою оцінки та впливу на рівень показників, поведінку суб'єктів і управлінські рішення. Методологія моніторингу передбачає використання певної заздалегідь регламентованої послідовності або алгоритму застосування методів аналізу.

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика зовнішнього та внутрішнього моніторингу діяльності банківських установ**

| № з/п | Ознака                              | Зовнішній моніторинг                                                                    | Внутрішній моніторинг                                                |
|-------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 1     | Суб'єкти моніторингу                | НБУ, ДПС, ПФ, фінансові органи, партнери, клієнти                                       | менеджери різних рівнів                                              |
| 2     | Об'єкти моніторингу                 | активи, капітал банку, доходи, витрати, фінансова стійкість, надійність, рентабельність | банківські відділення, окремі проєкти і операції відділень           |
| 3     | Цілі моніторингу                    | оцінка фінансового стану банку                                                          | аналітичне забезпечення управлінського процесу та виявлення резервів |
| 4     | Вид моніторингу                     | ретроспективний                                                                         | перспективний, стратегічний, оперативний                             |
| 5     | Інформаційна база                   | фінансова звітність                                                                     | фінансова та внутрішня звітність                                     |
| 6     | Періодичність проведення            | періодично                                                                              | постійна                                                             |
| 7     | Доступність результатів моніторингу | загальнодоступні                                                                        | комерційна таємниця                                                  |

*Джерело: сформовано автором на основі [1, 2, 3].*

Моніторинг фінансового стану банківської системи базується на таких основних методах: порівняння, зведення та групування, ланцюгових підставок, методах економіко-математичного моделювання. Моніторинг фінансового стану банківської системи включає:

- 1) аналіз динаміки та структури майна банку та джерел його утворення;
- 2) оцінювання доходів і витрат банків;
- 3) розрахунок ліквідності, фінансової стійкості банків;
- 4) пошук резервів зростання рентабельності та платоспроможності.

Можливість моніторингу надійності фінансового сектора передбачає наявність дійсних показників стабільності банківських установ. Ці макропруденційні показники (МРІ) важливі з кількох причин. Вони дозволяють проводити оцінки на основі об'єктивних показників фінансової надійності. Якщо МРІ є загальнодоступними, вони покращують розкриття ключової фінансової інформації для ринків. Крім того, якщо показники можна порівняти між країнами – що можливо, якщо країни дотримуються узгоджених на міжнародному рівні пруденційних, бухгалтерських і статистичних стандартів – вони полегшують моніторинг фінансової системи не лише на національному, а й на глобальному рівні [3]. Останнє має вирішальне значення з огляду на масштаби та мобільність міжнародного капіталу, а також ризик перенесення фінансових криз з однієї країни в іншу.

Фінансовий моніторинг діяльності банківських установ передбачає організацію та проведення детального аналізу на регулярній основі обліково-фінансової інформації для перегляду прогресу та прийняття рішень щодо ресурсів.

**Висновки.** Отже, фінансово-економічний моніторинг банківської є інструментом управління, який передбачає оцінювання: досягнення економічних нормативів, визначених НБУ; оцінювання власного та залученого капіталу; аналіз активами та пасивами банку в цілому і управління окремими видами його активних операцій з урахуванням забезпечення ліквідності вкладених у нього коштів; оцінювання доходів і витрат, аналіз факторів, що впливають на фінансовий стан та результати діяльності банку; розрахунок дохідності за окремими фінансовими інструментами. Відтак, в результаті регулярного систематичного моніторингу діяльності банківського сектору можна вчасно визначити найбільш фінансово успішний і ефективний учасників банківської системи.

#### Список використаних джерел.

1. Дропа Я. Б., Тесля С. М. Піхоцька М. Р. Розвиток системи фінансового моніторингу як складової частини формування ефективного контролю й безпеки в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2021. Випуск 37. С. 35-43.
2. Казарян О. Г. Моніторинг функціонування банківської системи як інструмент механізму її фінансового регулювання. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 19. С. 623-628.
3. Радик В. В. Підходи до визначення ефективності системи фінансового моніторингу у контексті санаційної політики. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 61. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-101>.

## МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ДЕРЖАВНИХ ОБЛІГАЦІЙ ТА ДЕТЕРМІНАНТИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Станіслав КУЛЄШОВ

магістрант спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Недільська Л. В., к.е.н., доцент

**Вступ.** Розвиток економіки потребує постійного обігу капіталу з відповідним активним його переміщенням між державами, сферами, галузями чи іншими рівнями економічних відносин. Переважна більшість країн світу, вибудовуючи та реалізуючи свої стратегії розвитку, зіштовхуються з проблемою недостатності доходів бюджету для покриття поточних чи стратегічних потреб. В таких випадках, одним з ключових механізмів, що забезпечують переміщення фінансових ресурсів і покриття потреб у фінансуванні, виступає ринок боргових капіталів, де вагома роль належить ринку державних облігацій.

**Результати дослідження.** Механізм функціонування державних облігацій охоплює декілька ключових елементів, що забезпечують ефективність і стабільність ринку (рис. 1). До таких елементів, передусім, варто віднести учасників ринку: емітентів (уряд або державні органи, які випускають

зобов'язання для залучення коштів); інвесторів та контролюючі органи. Метою діяльності емітента може бути покриття дефіциту бюджету, фінансування спеціальних програм та управління державним боргом.



**Рис. 1. Елементи механізму функціонування ринку державних облігацій**

*Джерело: власні дослідження.*

Попит на ринку формується з боку інвесторів, в особі яких можуть бути комерційні банки, пенсійні фонди, страхові компанії та інші інституційні інвестори, юридичні та фізичні особи. Водночас, найбільшими покупцями таких цінних паперів є комерційні банки, з їх високою прибутковістю вони володіють переважною більшістю облігацій [1]. Іноземні інвестори також можуть стати вагомими учасниками ринку державних облігацій, зокрема, іноземні держави, фінансові установи або приватні іноземні інвестори можуть здійснювати операції з державними облігаціями.

Окрему роль на ринку цінних паперів відіграють андеррайтери (банки або фінансові установи, які організовують продаж) та державні регулятори (Національна комісія з цінних паперів і фондового ринку).

Окремим елементом механізму функціонування ринку державних облігацій є фінансові інструменти – державні векселі (короткострокові), державні ноти (середньострокові), казначейські зобов'язання (довгострокові) або зобов'язання з індексованою доходністю (захищені від інфляції).

Місце обігу також виступає окремим елементом загального механізму, так, місце, де відбувається первинний випуск облігацій емітентом називають первинним ринком, а платформа для перепродажу раніше випущених зобов'язань – це вторинний ринок. І первинний, і вторинний ринок за механізмом торгів може бути біржовим або позабіржовим.

Надзвичайно важлива роль у механізмі функціонування ринку державних облігацій відведена ринковій інфраструктурі: депозитаріям (реєструють та обліковують власність на облігації), клірингові системи (забезпечують розрахунки за угодами), платформи торгівлі (біржі або електронні системи).

Загалом весь механізм функціонування ринку державних облігацій призначений для виконання функцій: забезпечення обігу фінансових інструментів, підтримання ліквідності та надання інвесторам можливості формувати і коригувати свої інвестиційні портфелі.

Зважаючи на характерні ознаки державних облігацій та низку виявлених особливостей, варто вказати, що на функціонування і розвиток ринку державних облігацій можуть впливати різні фактори мезо та макрорівнів: політичні, економічні, фінансово-ринкові, регуляторні, технологічні (рис. 2).



**Рис. 2. Детермінанти розвитку ринку державних облігацій**

*Джерело: власні дослідження.*

Стабільна економіка сприяє зростанню довіри інвесторів до державних облігацій. Важливим фактором, що визначає обсяги емісії та операцій купівлі-продажу на ринку державних облігацій є рівень державного боргу загалом і його внутрішня та зовнішня складові. Високий рівень може знизити довіру інвесторів, оскільки зростає ризик дефолту, а помірний рівень боргу може бути прийнятним, якщо уряд демонструє здатність ефективно управляти фінансами. Високий рівень інфляції або економічні кризи можуть негативно вплинути на ринок.

Політична ситуація в країні та регіоні, політична стабільність і передбачуваність урядової політики також надзвичайно важливі для інвесторів при прийнятті рішення про інвестування чи утримання облігацій в загальному інвестиційному портфелі. Політичні кризи або зміни уряду можуть викликати невизначеність і знизити попит на державні облігації. Однак, у періоди глобальної нестабільності інвестори часто обирають державні зобов'язання.

До групи фінансово-ринкових факторів відносять процентні ставки на ринку капіталів і ринку державних облігацій зокрема, розвиненість інфраструктури ринку капіталів. Високі процентні ставки можуть зробити державні облігації більш привабливими для інвесторів, оскільки вони пропонують вищу дохідність. Низькі ставки, навпаки, можуть знизити інтерес до облігацій. Розвинена інфраструктура фінансового ринку, включаючи надійні

торгові платформи та регуляторні механізми, сприяє активності усіх учасників ринку.

Група регуляторних факторів охоплює чіткі та прозорі правила випуску та обігу облігацій, що стимулює залучення інвесторів, додаткові стимули для інвесторів (наприклад, пільгове оподаткування).

Надзвичайно вагомою групою факторів є технологічні, які передбачають рівень розвитку електронних платформ і автоматизацію ринкових процесів. Сучасні платформи торгівлі облігаціями здійснюють процес купівлі-продажу простим і доступним для широкого кола інвесторів. Високий рівень автоматизації дозволяє знизити витрати на управління облігаціями, що сприяє підвищенню ефективності ринку.

**Висновки.** Розуміння цих факторів, вчасна їх ідентифікація та об'єктивна оцінка впливу здатні підвищити рівень прогнозованості динаміки ринку та визначити перспективи його розвитку для інвесторів і регуляторів.

#### Список використаних джерел

1. The Economics of Money, Banking, and Financial Markets. Front Cover. Frederic S. Mishkin. Little, Brown, Business & Economics. 1986. P.34.

## ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Наталія КУПРІЯНЧУК

*Магістр спеціальності «Облік та оподаткування»*

*Науковий керівник - СУЛІМЕНКО Л.А., к.е.н., професор*

**Вступ.** Кондитерська промисловість належить до найбільш розвинених секторів харчової індустрії України. Щорічний обсяг виробництва підприємств галузі перевищує 1 мільйон тон, що дає змогу повністю задовольняти потреби внутрішнього ринку, а також українська продукція є затребуваною і на іноземних ринках. Експорт продукції з України складає близько 23-25 % від обсягів виробництва. Зокрема, найбільшими країнами-споживачами, за даними статистики, в 2023 р. є Молдова, Польща, Румунія [4].

Кондитерські вироби, що виробляються в Україні, мають широкий асортимент, який включає понад 2000 різноманітних найменувань, здатних задовольнити потреби та вподобання широкого кола споживачів. Продукція враховує вікові особливості, професійну діяльність, стан здоров'я, національні традиції та навіть кліматичні умови.

**Результати дослідження.** Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств кондитерської галузі адаптації до динамічного ринкового середовища, жорсткої конкуренції та підвищених очікувань споживачів. Особливості обліку виробництва в цій галузі стають більш складними через

вплив зовнішніх факторів, таких як економічна нестабільність в умовах військового стану, зміна цін на сировину, логістичні виклики та необхідність дотримання вимог технологічних та екологічних стандартів.

Облік виробничого процесу є ключовим елементом управління діяльністю підприємств, що займаються виготовленням продукції. Він забезпечує можливість формування інформації та контроль витрат, оцінки ефективності виробництва та прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Витрати підприємства є важливими об'єктами обліку. Точність і своєчасність їх відображення у бухгалтерському обліку безпосередньо впливають на достовірність визначення фінансових результатів діяльності. Крім того, облік витрат дозволяє підприємствам ефективно контролювати собівартість продукції, планувати виробничі процеси, підвищувати їх ефективність і досягати фінансових цілей [1, с. 62].

Відповідно до діючого Плану рахунків бухгалтерського обліку, формування облікової інформації про виробництво кондитерської продукції ведеться на рахунку 23 «Виробництво». По дебету відображаються прямі матеріальні, трудові та інші прямі витрати, розподілені загальновиробничі витрати, а по кредиту – фактична виробнича собівартість готової продукції, виконаних робіт та наданих послуг. Аналітичний облік витрат за рахунком 23 «Виробництво» ведеться за видами виробництв, в розрізі окремих статей витрат, визначених в обліковій політиці підприємства [3].

На підприємствах кондитерської галузі витрати класифікують за різними критеріями, в залежності від потреб та цілей їх обліку, контролю, аналізу та управління. Залежно від способу віднесення витрат на собівартість продукції (робіт, послуг), витрати бувають прямі та непрямі. Прямі витрати – це витрати, які безпосередньо пов'язані з виробництвом окремих видів продукції: сировина (цукор, борошно, какао), основні матеріали, допоміжні матеріали, які використовуються безпосередньо у виробництві.

До непрямих (загальновиробничих) витрат відносять витрати, які потребують попереднього розподілу для їх віднесення на конкретний об'єкт. Їх ще називають накладними, до яких відносять витрати на утримання виробничих приміщень, амортизацію основних засобів загальновиробничого призначення, витрати на вдосконалення технології й організації виробництва та ін. [3].

Виробництво кондитерських виробів є одним із важливих сегментів харчової промисловості, що забезпечує населення продуктами із високими смаковими та енергетичними характеристиками. Кондитерські вироби є харчовими продуктами, що виготовляються з використанням різноманітних інгредієнтів, таких як цукор, борошно, жири, молоко, какао, фруктові добавки та інші компоненти. Тому технологічний процес їх виробництва охоплює широкий спектр операцій, спрямованих на отримання продукції високої якості з дотриманням норм безпеки. Основна мета цього процесу – забезпечення технологічної структури, смаку, зовнішнього вигляду та термінів зберігання продуктів. Представлена на рис. 1 технологічна схема виробництва печива складається з окремих етапів та стадій виробництва, фасування та зберігання.



Рис. 1. Технологічна схема виробництва печива

Джерело:[2].

Кожен етап виробництва вимагає суворого контролю за якістю сировини та дотримання технологічних параметрів. Використання сучасних технологій та автоматизація процесів дозволяють значно підвищити продуктивність та знизити виробничі витрати [2].

Облік виробництва на підприємствах кондитерської галузі має свої особливості, оскільки цей сектор характеризується певними технологічними та економічними особливостями (табл. 1). Таким чином, облік виробництва на підприємствах кондитерської галузі має бути організований з урахуванням специфіки виробничих процесів і потребує ретельного контролю на кожному виробничому етапі, щоб забезпечити ефективне управління та функціонування підприємства.

**Висновки.** Отже харчова галузь має значний вплив на економіку країни та забезпечує споживачів продуктами харчування, тому вивчення та вдосконалення управління технологічними процесами та підвищення ефективності галузі є важливими завданнями, що потребують уваги і детального аналізу. Виходячи з перерахованих особливостей обліку виробництва на підприємствах кондитерської галузі, для покращення діяльності в цій сфері важливе значення має автоматизація обліку та контролю сировини і матеріалів, оптимізація методів обліку витрат та їх достовірного розподілу між різними видами продукції та виробничими етапами.

Таблиця 1

### Особливості обліку виробництва кондитерських виробів

| Сектор виробництва                    | Ключові особливості                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Облік сировини та матеріалів          | Облік запасів та їх руху має важливе значення для зниження втрат та мінімізації витрат. Крім того, потрібно враховувати особливості зберігання та використання інгредієнтів, які швидко псуються.                 |
| Облік готової продукції               | Кондитерські вироби мають різні терміни придатності, тому важливим є облік не тільки на складі, але й на етапах упаковки та зберігання продукції, що допомагає знизити втрати через псування або зниження якості. |
| Формування собівартості продукції:    | Важливо в аналітичному обліку враховувати не тільки матеріальні витрати, але й трудові, енергетичні та інші прямі та розподілені непрямі витрати, щоб достовірно визначити собівартість одиниці продукції.        |
| Облік нарахування амортизації         | Оскільки виробниче обладнання в кондитерських підприємствах зазвичай складне і дороге, необхідно вести його детальний облік нарахування амортизації для правильного відображення витрат на виробництво.           |
| Інвентаризація                        | Важливо проводити регулярні інвентаризації сировини, готової продукції та інших запасів, щоб переконатися в їх відповідності обліковим даним.                                                                     |
| Застосування програмного забезпечення | На підприємствах широко застосовуються автоматизовані системи для обліку виробництва, які допомагають управляти запасами, контролювати витрати, формувати звіти і здійснювати аналітику.                          |

*Джерело: власні дослідження.*

Важливим є оперативний контроль якості продукції на всіх етапах виробництва, умов і термінів зберігання сировини та готової продукції. Виконання цих завдань дозволить оптимізувати витрати та знизити собівартість продукції, мінімізувати втрати від псування чи зниження її якості.

### Список використаних джерел

1. Жихоренко М. О. Класифікація витрат в залежності від цілей збору інформації. Вісник СНТ Бізнесу і менеджменту ХНТУСГ. 2019. Випуск 2. С. 61-65.
2. Коваленко А. Технологія виробництва печива в умовах ТОВ «Терновський хлібзавод» м. Миколаїв : кваліф. робота здобув. вищої освіти ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 181 – Харчові технології. Миколаїв : МНАУ, 2023. 62 с.
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999. № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>.
4. Офіційний сайт аналітичної компанії Pro Consulting: URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-konditerskih-izdelij-v-ukraine-2024-god>.

**МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ДОХОДІВ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ***Іван КУРАЧЕНКО**Магістр спеціальності «Облік та оподаткування»**Науковий керівник – Русак О.П., к.е.н., доцент*

**Вступ.** Контроль доходів банківських установ є критично важливим для забезпечення їх фінансової стабільності та ефективності. Банки генерують доходи через різноманітні джерела, включаючи проценти з кредитів, комісії за послуги, доходи від інвестицій тощо.

Ефективний контроль доходів є ключовим елементом управління банківськими установами, що забезпечує фінансову стабільність, прозорість діяльності та довіру клієнтів. З огляду на складність фінансових операцій та зростання конкуренції на ринку, банки змушені впроваджувати сучасні методи контролю доходів, які дозволяють вчасно виявляти ризики, оптимізувати діяльність і забезпечувати виконання стратегічних цілей.

**Результати дослідження.** Доходи банківських установ є базовим показником їхньої діяльності, що визначає фінансову стійкість і конкурентоспроможність на ринку. В умовах сучасної економіки контроль доходів набуває особливого значення, адже саме цей аспект забезпечує захист від ризиків, дотримання нормативів і підтримання високого рівня довіри з боку клієнтів.

Контроль доходів банківських установ – це процес моніторингу, аналізу та перевірки надходжень, спрямований на забезпечення достовірності інформації, ефективного використання ресурсів і запобігання фінансовим порушенням.

Ефективний контроль доходів комерційних банків полягає в запровадженні прозорих і дієвих механізмів фінансового управління, які сприяють інтеграції кредитних установ у зовнішнє середовище з урахуванням аспектів надійності, ліквідності та прибутковості [3].

Основними завданнями контролю доходів є: виявлення та мінімізація ризиків недоотримання доходів; забезпечення відповідності операцій нормативно-правовим вимогам; оптимізація структури доходів для підвищення рентабельності.

Перед початком контролю важливо визначити структуру доходів, яка зазвичай включає:

- процентні доходи: від кредитів, депозитів та операцій з цінними паперами.
- непроцентні доходи: комісійні, доходи від інвестиційної діяльності, обмінних операцій тощо.
- інші доходи: прибуток від продажу активів, страхові премії, надходження від дочірніх компаній.

Кожна група доходів вимагає специфічних методів контролю, оскільки їх формування має різні ризики та особливості.

Контроль доходів тісно пов'язаний із системою ризик-менеджменту, оскільки залежить від зовнішніх факторів (економічні умови, ринкова

конкуренція) та внутрішніх (управлінські рішення, технології).

Методи контролю доходів мають інтегрувати як традиційні підходи, так і сучасні технологічні рішення, що відповідають викликам цифрової трансформації.

Контроль доходів банківських установ здійснюється на основі таких основних методів, які наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

### Основні методи контролю доходів банківських установ

| Метод                           | Зміст                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Операційний контроль            | Передбачає перевірку кожної фінансової операції на етапі її виконання. Основними елементами є: <ul style="list-style-type: none"> <li>• підтвердження легітимності операцій через відповідну документацію;</li> <li>• контроль правильності нарахування процентів, комісій і зборів;</li> <li>• аналіз відхилень між запланованими та фактичними доходами.</li> </ul>               |
| Фінансовий аудит                | Аудит доходів банку проводиться для оцінки їхнього формування та відповідності обліковій політиці. У процесі перевірки увага приділяється: <ul style="list-style-type: none"> <li>• відповідності бухгалтерського обліку доходів МСФЗ;</li> <li>• аналізу обґрунтованості формування резервів за кредитами;</li> <li>• перевірці дотримання умов договорів із клієнтами.</li> </ul> |
| Технологічний контроль          | Використання інформаційних систем для моніторингу надходжень є важливим кроком до автоматизації. Наприклад, CRM-системи допомагають аналізувати взаємодію з клієнтами, а BI-системи дозволяють оперативно створювати аналітичні звіти.                                                                                                                                              |
| Порівняльний аналіз             | Використовується для оцінки ефективності доходів шляхом співставлення: <ul style="list-style-type: none"> <li>• внутрішніх показників за попередні періоди;</li> <li>• результатів діяльності банку з конкурентами;</li> <li>• динаміки доходів у різних сегментах бізнесу.</li> </ul>                                                                                              |
| Контроль ризиків доходів        | Враховуючи, що банківські доходи залежать від багатьох зовнішніх факторів, важливо своєчасно ідентифікувати можливі ризики. Розробляються методики прогнозування, що враховують макроекономічні індикатори, зміну облікових ставок та поведінку клієнтів.                                                                                                                           |
| Внутрішньо-банківський контроль | Базується на створенні ефективної системи внутрішніх процедур, які регламентують облік і перевірку доходів. Важливими аспектами є: <ul style="list-style-type: none"> <li>• регулярний перегляд політик і процедур;</li> <li>• навчання персоналу щодо нових інструментів та вимог;</li> <li>• побудова механізмів незалежного моніторингу.</li> </ul>                              |

*Джерело: розробка автора*

Попри значний прогрес у методах контролю, існують певні труднощі, які вимагають вдосконалення системи:

- ризики шахрайства через використання нових технологій;
- високий рівень конкуренції на ринку фінансових послуг;

- посилення регуляторного тиску з боку державних органів.

В умовах цифрової економіки банки повинні приділяти особливу увагу впровадженню автоматизованих систем і кібербезпеці, що дозволить забезпечити надійний контроль доходів у режимі реального часу.

Майбутній розвиток методів контролю доходів у банківській сфері залежить від інтеграції таких елементів:

- впровадження штучного інтелекту та машинного навчання для прогнозування ризиків і доходів;
- використання блокчейн-технологій для забезпечення прозорості фінансових операцій;
- адаптація внутрішніх політик до міжнародних стандартів.

**Висновки.** Ефективний контроль доходів є необхідною умовою стабільної діяльності банківських установ. Контроль доходів банківських установ є динамічним процесом, який потребує постійного вдосконалення відповідно до сучасних викликів. Інтеграція інноваційних технологій, ефективний ризик-менеджмент і професійна підготовка кадрів дозволять підвищити ефективність діяльності банків та забезпечити стабільний розвиток у конкурентному середовищі. Сучасні методи контролю, інтеграція інноваційних технологій та регулярний аналіз діяльності забезпечують прозорість операцій, підвищують прибутковість і зміцнюють конкурентні позиції банків. У майбутньому розвиток автоматизованих систем контролю та посилення регуляторного середовища сприятиме вдосконаленню цієї сфери.

#### Список використаних джерел:

1. Білошапка В.С., Охрименко І.Б. Регуляторний та комплаєнс-контроль в управлінні операційним ризиком банку. «Актуальні питання у сучасній науці (Серія Економіка)»: журнал. 2023. № 1(7) 2023. С. 12-34. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-1\(7\)](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-1(7)).
2. Козачук Д. П Напрямки і функції комплаєнс-контролю в банку. URL: [https://kneu.edu.ua/userfiles/Credit\\_Economics\\_Department/2024kbss/KNEU\\_ZbD196rnik\\_konferencD196D197\\_2024.pdf#page=239](https://kneu.edu.ua/userfiles/Credit_Economics_Department/2024kbss/KNEU_ZbD196rnik_konferencD196D197_2024.pdf#page=239)
3. Костюк В.А., Стеренчук М.М. Управління доходами і витратами банку. Фаховий науковий журнал "Приазовський економічний вісник", 2020. №6 (23), С. 230-233.
4. Рудницький В. С. Форми контролю діяльності банківських установ. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2013. Вип. 1. С. 17-24.

## ФОРМУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ: АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ

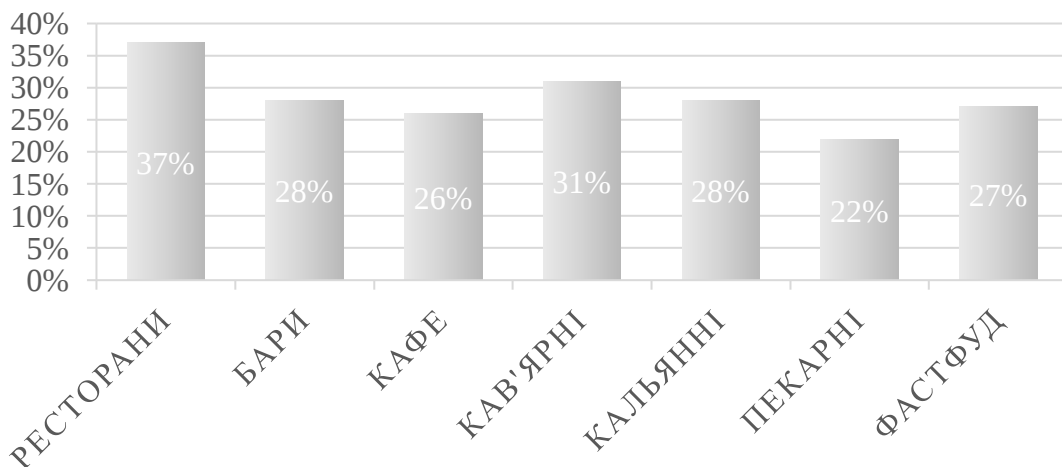
Вікторія ЛАНЬКО

бакалавр спеціальності «Облік і оподаткування»

Науковий керівник - Русак Олена Петрівна, к.е.н., доцент

**Вступ.** Заклади громадського харчування є важливим елементом соціального життя та культурного середовища України, який першочергово відображає її історичну спадщину, традиції та сучасні тенденції. Зважаючи на зростаючий інтерес до даної сфери та постійне зростання попиту, необхідно розглянути аналітичний характер формування закладів харчування в Україні, їх різноманітність, особливості та перспективи, що приваблюють як місцевих жителів, так і туристів.

**Результати дослідження.** Сучасні тенденції формування закладів громадського харчування зазнали суттєвих змін, зважаючи на постійні ризики та військовий стан в країні. Тільки у 2022 році сфера ресторанного бізнесу зазнала скорочення більше ніж на 65%-70% у грошовому доларовому еквіваленті, та на 55%-60% в кількості працюючих закладів. У другій половині зазначеного періоду, ситуація дещо стабілізувалася, та до кінця 2023 р. у Києві, Львові, Західних та Центральних частинах України спостерігалася динаміка до надходжень та зростання ринку відкритих закладів харчування. Показники доходів за аналізований період приблизно становили від 25% до 35% зростання порівняно з 2022 р. (рис.1), відвідуваність в загальному збільшилася на 10%, середній чек на 18%.

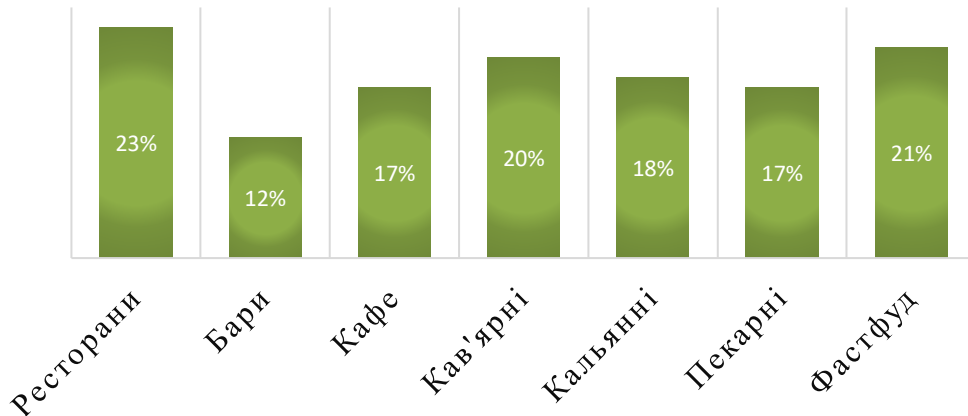


**Рис.1. Формування доходів закладів громадського харчування  
у II півріччі 2023 р. до II півріччя 2022 р., %**

Джерело: розраховано за даними [1]

Впродовж останніх років спостерігалася значне зростання доходів у ресторанах (37%) та кав'ярнях (31%). Найменший рівень доходів отримали пекарні (22%) та кафе (26%). Це зумовлено особливостями формування

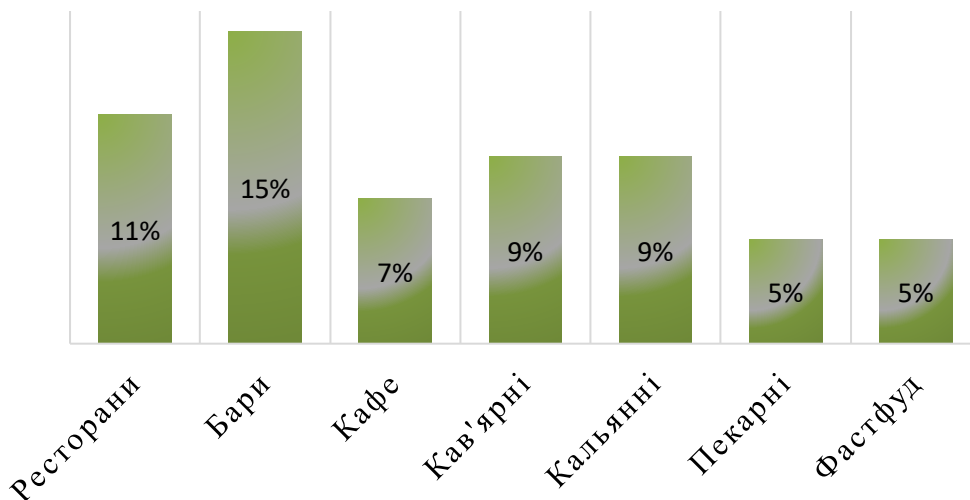
середнього чеку через здорожчення страв та напоїв, рівня обслуговування, різницею у форматах роботи тощо.



**Рис.2. Формування середнього чеку у II півріччі 2023 р. до II півріччя 2022 р., %**

Джерело: розраховано за даними [1].

Дані рисунку 2 свідчать про те, що всі сегменти ринку зазнали збільшення середнього чеку. Причинами цьому можуть слугувати: механізм використання сучасних дієвих інструментів наближення до клієнтів (програми лояльності, бонусні пропозиції, розробка «товарів-компаньйонів»), зміни вподобань клієнтів, розширення асортименту у більшості закладах.



**Рис.3. Формування відвідуваності клієнтів закладів у II півріччі 2023 до II півріччя 2022 р., %**

Джерело: розраховано за даними [1]

Щодо формування відвідуваності клієнтів закладів громадського харчування, найбільше їх зростання за останні 2 роки спостерігалось у ресторанах та барах. Це означає що відвідувачі найчастіше обирають заклади для харчування поза межами власних осель. Не значне зростання даного показника у інших закладах можна охарактеризувати зменшенням купівельної спроможності населення, зростанням індексу цін, а також тиском з боку конкурентів.

Деталізувати динаміку кількості відвідувачів закладів громадського харчування дозволила оцінка Pro-Consulting (табл. 1).

**Таблиця 1. Динаміка кількості відвідувачів у закладах громадського харчування, млн. осіб**

| Заклади громадського харчування | 2021 р. | 2022 р. | 2023 р. | 2023 р. до |            |
|---------------------------------|---------|---------|---------|------------|------------|
|                                 |         |         |         | 2021 р., % | 2022 р., % |
| Бари/паби                       | 119,1   | 87,7    | 100,8   | 84,6       | 114,9      |
| Ресторани                       | 219,4   | 174,1   | 193,3   | 88,1       | 111,0      |
| Фаст-фуд                        | 330,0   | 275,5   | 289,3   | 87,6       | 105,0      |
| Кафе                            | 513,9   | 416,7   | 445,8   | 86,7       | 107,0      |
| Кав'ярні                        | 737,4   | 613,9   | 669,2   | 91,0       | 109,0      |

*Джерело: розраховано за даними оцінки Pro-Consulting [3].*

Порівнюючи дані 2023 р. із довоєнним 2021 р., чітко прослідковується різкий спад даного показника – від 9% до 15 % по всіх закладах, що стало наслідком повномасштабного вторгнення росії на територію України.

**Результати досліджень.** Не зважаючи на значні виклики економіки, постійні інфляційні процеси, послаблення роботи логістичних компаній, агресію військових дій, заклади громадського харчування зуміли зберегти свою життєстійкість, адаптуватися до змін на ринку HoReCa. Вважаємо, що одним із пріоритетних напрямків подальшого розвитку та посилення економічної активності даної сфери може стати зростання пропозицій локальних страв та заміщення імпоротної продукції на місцеву. Ключова роль у такому сегменті відведена маркетинговим інструментам, не зважаючи на дороговартісну складову їх впровадження.

### Список використаних джерел

1. Як змінилася виручка, середній чек та відвідуваність закладів. Підсумки 2023. URL: <https://joinposter.com/ua/blog/management/pidsumky-2023-roku-vid-poster>
2. Ресторанний ринок у 2023 році. URL: <https://horeca-ukraine.com/restorannij-rinok-u-2023-roci-zmini-ta-pidsumki/>
3. Як заклади громадського харчування адаптувалися до змін на ринку HoReCa. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/kak-zavedeniya-obshepita-adaptiruyutsya-k-izmeneniyam-na-rynke-horeca>

## ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Вікторія ЛАРЦЕВА

Бакалавр спеціальності «Облік і оподаткування»

Науковий керівник – Савченко Н.М., к.е.н., доцент

**Вступ.** Збільшення обсягу інформаційного масиву та стрімкий розвиток цифрових технологій вказує на необхідність автоматизації всіх господарських процесів підприємства та залучення сучасного методологічного інструментарію менеджменту для роботи із економічними показниками. Інтеграція цих складових сприяє формуванню релевантних облікових даних, підвищує продуктивність праці співробітників та скорочує витрати на ведення бухгалтерського обліку. Використання спеціалізованого програмного забезпечення системою бухгалтерського обліку не лише знижує трудомісткість облікових робіт, але й змінює традиційний підхід до обробки фінансової інформації і надає можливість прийняття більш точних і оперативних управлінських рішень.

**Результати дослідження.** Стрімкий розвиток інформаційних систем та технологій зумовлюють необхідність постійної розробки нового програмного забезпечення, яке стає важливим інструментом в обліковій діяльності. Використання сучасних інформаційних технологій, таких як хмарні обчислення, штучний інтелект дозволяє автоматизувати рутинні облікові операції, забезпечує точність проведення розрахунків, дозволяє аналізувати великі обсяги даних та сприяє прогнозуванню ризиків. Завдяки інтеграції бухгалтерських програм із системами управління ресурсами підприємств (ERP) та іншими модулями, забезпечується комплексний підхід до управління фінансами. Це сприяє підвищенню ефективності роботи бухгалтерів, адаптації програм до змін у законодавстві та глобалізації облікових процесів.

До програм на основі використання можливостей штучного інтелекту з бухгалтерським напрямом можна віднести:

1. QuickBooks Online - має у своїй базі декілька продуктів, таких як Simple Start, Essentials, Plus, Advanced. Усі ці програми підходять переважно для малого бізнесу, фрілансерів та стартапів. Simple Start надає можливість відстежувати витрати та характеризувати фінансовий стан підприємства. Essentials спеціалізується на платежах. Plus допомагає керувати витратами по заробітній платі, переглядати прибутковість.[1] Їх перевагою слугує автоматичне ведення даних, розпізнавання витрат, також надання індивідуальних рекомендацій з метою оптимізації грошових потоків. Проте недоліком є обмежений функціонал програм порівняно з іншими продуктами на ринку;

2. Херо - програмне забезпечення, яке зберігається на хмарних сервісах, за допомогою якого стає можливим ведення обліку витрат за видами, звірка по банківським рахункам, обробка первинних документів [2]. Багатофункціональність Херо виступає як перевагою, так і недоліком, через

проблематичність налаштування усіх можливостей без додаткових консультацій;

3. BlackLine - продукт на базі штучного інтелекту спрощує ведення обліку в підприємстві, оскільки автоматизує облікові операції та звіряння рахунків [2]. Являє собою програмне рішення на основі ШІ, яке сприяє оптимізації господарських процесів, зменшує ризикованість діяльності [3]. Продукт гарантує точність та забезпечує прийняття ефективних управлінських рішень;

4. FreshBooks аналогічно підходить для малого бізнесу. Програма побудована на основі використання можливостей штучного інтелекту для автоматизації процесів бухгалтерського обліку. Перевагою цього програмного продукту є забезпечення ефективної взаємодії з клієнтами, а також автоматичне нагадування про необхідність проведення платежів або ж зарахування коштів на рахунок в банку;

5. Sage - продукт котрий доречно використовувати у великому бізнесі. Він спрощує та пришвидшує процеси звірки, а також аналізує можливі маніпуляції з даними та шахрайські дії [2], використовує можливості ШІ для прогнозування та аналізу діяльності підприємства. Перевагою програмного забезпечення є наявність значного обсягу навчальних ресурсів та супроводу, а також інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. Недоліком є висока вартість на ринку та проблеми з інтеграцією;

6. Dynamics 365 Finance - пропонує автоматизоване проведення аналізу фінансової звітності на основі використання потужних аналітичних інструментів. Значною перевагою є інтеграція з іншими продуктами Microsoft. Також варто відзначити можливість ведення фінансового, податкового та кадрового обліку із врахуванням вимог вітчизняного законодавства;

7. Workday - програмне забезпечення, що зберігається на хмарних серверах та діє на платформі ШІ. Використовується для автоматизації та спрощення проведення фінансових операцій, складання звітних форм, обробки рахунків-фактур. Також є можливість ведення кадрового та управлінського обліку. [2] Workday — це єдина платформа, яка об'єднує HR та фінанси для забезпечення розвитку бізнесу [3].

Використовуючи такі програмні продукти підприємство створює комфортні умови для працівників, у зв'язку з делегуванням певних посадових обов'язків, автоматизує однотипні завдання, що сприяє підвищенню точності облікових даних та полегшує процес прийняття управлінських рішень. Також варто зазначити, що ринок програмного забезпечення є мінливою системою та постійно пропонує користувачам нові продукти, які підходять для використання будь-яким підприємствам з урахуванням їх інтересів, специфіки господарських процесів та потреб в інформації. Здатність штучного інтелекту швидше аналізувати дані, ніж людина допомагає оперативно приймати управлінські рішення та обробляти більше інформації за короткий час. У перспективі використання таких технологій в обліковій діяльності може стати одним з найнеобхідніших інструментів, адже вони не тільки сприяють зростанню

ефективності, а й допомагають заощадити час. Однак, варто оцінити ризики та труднощі, які можуть виникнути. Застосування ІІІ потребує високих витрат на впровадження програмного забезпечення, особливо це є гострою проблемою для підприємств з обмеженим бюджетом. Також, необхідно обрати ту програму, яка буде виконувати завдання відповідно до запитів користувачів, а також підходити підприємству за видом діяльності та потребою використання такої програми. Варто зазначити, про обов'язкову наявність кваліфікованих кадрів при використанні ІІІ для налаштування та обслуговування таких систем, а також виправлення помилок та уникнення неточних даних. Використання ІІІ у фінансовому обліку може породжувати етичні питання, особливо у зв'язку з відповідальністю за прийняття фінансових рішень та захистом конфіденційної інформації. [2, с.16]

**Висновки.** Використання програмного забезпечення на основі ІІІ, сприяє підвищенню результативності діяльності за умов правильного використання таких ресурсів. Розвиток інформаційних систем та технологій свідчить про стрімке зростання попиту на спеціалізоване програмне забезпечення. Враховуючи характеристики програм, а також можливість правильного та раціонального аналізу переваг та усунення їх недоліків, підприємство може впроваджувати такі технології та очікувати на позитивний результат, за умов їх систематичного контролю. Також досліджуючи офіційні сайти та відгуки про програми, можна зробити висновок, що споживачі переважно задоволені введенням таких засобів у свій бізнес.

#### Список використаних джерел

1. Головчак Г. В., Головчак Ю. В., скрипник С. В. Інтеграція розумних технологій та штучного інтелекту в бухгалтерський облік: ключові аспекти цифрової революції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 6. С. 38-44.
2. Гнатєва Т.М., Яковенко А. О., Златова М. Г. Особливості використання штучного інтелекту для потреб бухгалтерського обліку та управління підприємством. *Економічний вісник Причорномор'я*. 2024. №5. С.3-19.
3. Лемішовська О. С., Лінинська В. І. Бухгалтерський облік в умовах впровадження інформаційних технологій і систем. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. С. 56-61.

---

## СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Оксана МАКАРУК

*Магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник - Шубенко І.А., к. е. н, доцент*

**Вступ.** В умовах сучасної економічної нестабільності стратегічне управління фінансовими ресурсами стає ключовим фактором забезпечення стійкості та розвитку підприємства. Ефективне планування, оптимізація фінансових потоків і адаптація до змін зовнішнього середовища дозволяють підприємствам мінімізувати ризики та посилювати свою конкурентоспроможність. Саме стратегічний підхід до управління фінансовими ресурсами сприяє досягненню довгострокових цілей та зміцненню економічної стійкості організації.

Вагомий внесок у розвиток управління фінансовими ресурсами зробили такі вчені, як Є. І. Бровко, В. В. Бугас, А. А. Коваль, О. Є. Гудзь, Т. О. Журавльова, Д. С. Поліщук, В. А. Рудик, В. І. Фоміних, Д. І. Безпалова, Ю. О. Швець та С. М. Халатур та інші. Їхні дослідження охоплюють широке коло питань, пов'язаних із формуванням, використанням і управлінням фінансовими ресурсами підприємств у різних секторах економіки. Висока динаміка змін попиту на страхові та фінансові послуги потребує подальших досліджень для вдосконалення стратегій управління у заданому напрямі.

**Результати досліджень.** Стратегічне управління фінансовими ресурсами є одним із ключових інструментів забезпечення стійкості та конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах динамічних змін економіки. Воно передбачає довгострокове планування і контроль фінансових потоків з урахуванням як внутрішніх можливостей, так і зовнішніх факторів впливу, таких як економічні кризи, інфляція чи зміна ринкових умов. Завдяки цьому підходу підприємства можуть більш ефективно розподіляти ресурси, оптимізувати структуру капіталу та знижувати фінансові ризики, що дозволяє їм реагувати на виклики ринку та зберігати стійкість навіть у нестабільних умовах.

Крім того, стратегічне управління фінансами створює основу для реалізації інноваційних проєктів, підвищення ефективності інвестиційної діяльності та формування сприятливих умов для зростання бізнесу. Воно сприяє інтеграції різних аспектів діяльності підприємства, таких як управління витратами, бюджетування та фінансовий аналіз, у єдину систему. Цей підхід також дає змогу враховувати довгострокові цілі підприємства, узгоджуючи їх із поточними рішеннями, що робить управління фінансовими ресурсами важливим елементом стратегічного менеджменту [1].

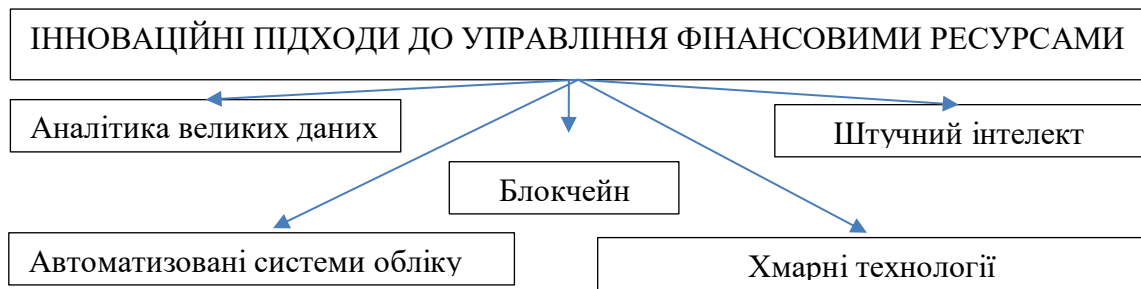
Роль стратегічного управління фінансовими ресурсами в конкурентному середовищі є визначальною для забезпечення довгострокової стійкості та успіху підприємства. Одним із головних аспектів цього управління є підвищення конкурентоспроможності шляхом ефективного використання фінансових

ресурсів. Це досягається через оптимізацію витрат, збалансування доходів і витрат, а також раціональне розподілення капіталу на ключові напрямки діяльності. Застосування стратегічного підходу дозволяє підприємству створювати фінансові резерви, інвестувати в розвиток інновацій та вдосконалювати виробничі процеси, що суттєво підвищує його конкурентну позицію на ринку [1].

Іншою важливою складовою є здатність підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища, таких як інфляція, валютні ризики чи економічні кризи. Стратегічне управління передбачає аналіз макроекономічних умов і передбачення можливих загроз, що дозволяє вчасно впроваджувати коригувальні заходи. Наприклад, диверсифікація фінансових джерел, використання страхування ризиків або хеджування валютних коливань допомагають мінімізувати негативний вплив зовнішніх факторів. Таким чином, стратегічний підхід до управління фінансовими ресурсами забезпечує підприємству стійкість до кризових явищ і сприяє збереженню його конкурентоспроможності в будь-яких умовах [1].

У сучасному динамічному бізнес-середовищі інноваційні підходи до управління фінансовими ресурсами стають не просто конкурентною перевагою, а необхідністю для забезпечення стійкості та розвитку підприємств. Технологічний прогрес, цифровізація економіки та стрімке зростання обсягів даних створюють нові виклики і можливості для бізнесу. Використання цифрових технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн і автоматизованих системи обліку, дозволяє значно підвищити точність фінансового аналізу, скоротити витрати на операційні процеси та прискорити прийняття стратегічних рішень.

Перспективи впровадження інноваційних підходів охоплюють інтеграцію хмарних технологій для управління бюджетуванням і прогнозуванням, створення платформ для аналітики великих даних (Big Data) і впровадження адаптивних систем управління ризиками (рис.1) . В майбутньому підприємства, які активно використовуватимуть ці інструменти, зможуть ефективніше управляти своїми фінансовими потоками, знижувати залежність від зовнішніх факторів і відкривати нові ринки. Такий підхід не лише посилює фінансову стабільність, а й дозволяє підприємствам розвиватися інноваційно та відповідати викликам глобальної економіки. Крім того, інтеграція сучасних цифрових технологій створює умови для автоматизації бізнес-процесів, що знижує операційні витрати. Підприємства отримують змогу швидше реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, підвищуючи свою конкурентоспроможність. Завдяки цьому формується новий рівень взаємодії з клієнтами, що базується на аналізі їхніх потреб та індивідуальному підході [2].



**Рис. 1 Інноваційні підходи до управління фінансовими ресурсами**

*Джерело: створено автором на основі [2].*

Впровадження інноваційних рішень стає ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності, що дозволяє підприємствам ефективно адаптуватися до зовнішніх викликів і формувати стійкі стратегії майбутнього.

Стратегічне управління фінансовими ресурсами є фундаментом для досягнення стійкого розвитку підприємства, особливо в умовах сучасних економічних викликів. Використання інноваційних підходів, адаптація до зовнішніх змін і раціональне планування дозволяють оптимізувати фінансові потоки, підвищити ефективність діяльності та зміцнити конкурентні позиції підприємства. Подальші дослідження в цій сфері є необхідними для розробки нових інструментів і методик, які забезпечать підприємствам гнучкість і стабільність у довгостроковій перспективі

**Висновки:** Стратегічне управління фінансовими ресурсами виступає важливим інструментом забезпечення фінансової стійкості та конкурентоспроможності підприємств в умовах економічної нестабільності. Раціональне використання ресурсів, впровадження інновацій і адаптація до змін зовнішнього середовища дозволяють підприємствам досягати довгострокових цілей і зберігати стабільність у динамічному ринковому середовищі.

### Список використаних джерел

1. Гудзь О.Є., Стецюк П. А. Концептуальні засади формування системи управління фінансовими ресурсами підприємств. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики. 2021. Т. 1 № 32. С. 330-340.
2. Ситник Н.С., Фелісеєв В.А. Цифрові фінанси як інноваційний підхід до вдосконалення сектору фінансових послуг. Scientific collection «interconf». 2021. № 90. С. 76–80.

## ВПЛИВ РОЗВИТКУ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ КОНКУРЕНТУРНИХ УМОВАХ

Андрій МАНЬКО

Магістр спеціальності «Міжнародний менеджмент»

Науковий керівник – Паламарчук Т.М., к.е.н., доцент

**Вступ.** Сучасний світ характеризується стрімким розвитком комп'ютерних технологій, які здійснюють суттєвий вплив на всі сфери людської діяльності, включаючи бізнес. Умови конкуренції на сучасному ринку вимагають від підприємств високої ефективності, швидкості прийняття рішень та інноваційного підходу до управління. Саме використання комп'ютерних технологій дозволяє підприємствам не лише відповідати цим викликам, але й отримувати конкурентні переваги.

**Результати дослідження.** В умовах цифрової трансформації бізнесу роль комп'ютерних технологій набуває вирішального значення. Пандемія COVID-19 стала каталізатором для впровадження інформаційних систем, автоматизації та дистанційної роботи. Згідно з дослідженням компанії McKinsey, підприємства, які успішно впровадили цифрові технології, демонструють кращу фінансову стійкість та адаптивність до змін [1]. Це свідчить про те, що в сучасних умовах виживання та подальше процвітання підприємства безпосередньо залежить від їхньої здатності інтегрувати в свою діяльність останні досягнення із сфери комп'ютерних технологій.

Вплив комп'ютерних технологій охоплює всі аспекти функціонування підприємства – від внутрішніх операцій до зовнішньої взаємодії з клієнтами. Сьогодні підприємства використовують інформаційні системи не лише для автоматизації рутинних завдань, але й для стратегічного управління, інноваційного розвитку та зміцнення конкурентних переваг. До основних напрямів впливу комп'ютерних технологій можна віднести:

- автоматизація бізнес-процесів - є основним напрямком використання комп'ютерних технологій. Вона дозволяє значно скоротити час виконання рутинних завдань, зменшити кількість помилок та оптимізувати витрати. Наприклад, системи управління ресурсами (ERP) допомагають інтегрувати всі ключові процеси на підприємстві – від закупівель до виробництва і фінансів [3];

- підвищення конкурентоспроможності - завдяки сучасним аналітичним інструментам компанії можуть швидше аналізувати ринок, прогнозувати тенденції розвитку та адаптувати його стратегію. Використання CRM-систем, таких як Salesforce або Microsoft Dynamics, дозволяє ефективніше працювати з клієнтами, збільшуючи їхню лояльність [2];

- інновації у виробництві - технології, такі як Інтернет речей (IoT) та штучний інтелект (AI), відкривають нові можливості для оптимізації виробництва. Наприклад, використання роботизованих систем на виробничих лініях скорочує час виконання замовлень і зменшує кількість відходів;

- розширення ринків збуту - інтернет і цифровий маркетинг дозволяють підприємствам виходити на нові ринки, скорочуючи витрати на традиційну рекламу. Використання платформ електронної комерції, таких як Shopify чи Amazon, робить продукцію доступною для глобальної аудиторії;

- управління ризиками та безпека - інформаційні системи забезпечують захист даних, автоматизацію моніторингу ризиків і кібербезпеку. Наприклад, використання хмарних технологій дозволяє створювати резервні копії даних і мінімізувати вплив можливих атак.

Програмне забезпечення — це сукупність програм, алгоритмів і даних, які керують роботою комп'ютера та інших пристроїв. Воно забезпечує виконання різноманітних завдань: від базових операцій операційної системи до складних бізнес-процесів і наукових розрахунків. Важливість програмного забезпечення полягає в його здатності автоматизувати рутинні процеси, підвищувати продуктивність і забезпечувати доступ до інноваційних рішень.

В таблиці 1 представлено аналіз топового програмного забезпечення, які можуть використовувати підприємства в наш час:

Таблиця 1

### Аналіз топового програмного забезпечення

|                        |                          |                                                                                                           |
|------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ERP-системи            | SAP                      | Лідер серед ERP-систем, пропонує широкий спектр функцій для управління ресурсами, фінансами та логістикою |
|                        | Oracle NetSuite          | Хмарне рішення, яке особливо підходить для середніх підприємств завдяки простоті впровадження             |
|                        | Microsoft Dynamics 365   | Інтегроване рішення для управління продажами, фінансами та операційною діяльністю                         |
| CRM-системи            | Salesforce               | Забезпечує ефективний менеджмент взаємодії з клієнтами та аналітику продажів                              |
|                        | HubSpot CRM              | Інтуїтивно зрозуміла платформа для потреб малого бізнесу                                                  |
|                        | Zoho CRM                 | Оптимальне рішення для компаній, які прагнуть автоматизувати маркетинг та продажі                         |
| Аналітичні інструменти | Power BI                 | Потужна платформа від Microsoft для візуалізації даних                                                    |
|                        | Tableau                  | Програма для створення інтерактивних аналітичних панелей                                                  |
|                        | Google Analytics         | Невід'ємний інструмент для аналізу поведінки користувачів на сайтах.                                      |
| Системи кібербезпеки   | McAfee Endpoint Security | Комплексне рішення для захисту корпоративних мереж                                                        |
|                        | Kaspersky Security Cloud | Надійна програма для захисту даних та управління ризиками                                                 |
|                        | Norton Security          | Популярний вибір для захисту малого та середнього бізнесу                                                 |

Джерело: власні дослідження.

Power BI – це платформа бізнес-аналітики від Microsoft, яка дозволяє підприємствам ефективно аналізувати дані та створювати інтерактивні звіти. Основний функціонал Power BI включає:

- збирання даних із різних джерел: баз даних, Excel, веб-ресурсів, CRM, ERP-систем;
- побудова динамічних панелей управління (dashboard) і звітів;
- використання різних типів графіків, діаграм, таблиць для наочного представлення інформації;
- потужний інструменти для обробки великих обсягів даних;
- можливість використовувати мову DAX для створення складних аналітичних обчислень;
- функція прогнозування та трендового аналізу;
- хмарний доступ до даних у режимі реального часу через Power BI Service;
- мобільний додаток для роботи зі звітами на смартфонах і планшетах;
- спільне редагування та обговорення аналітичних результатів [2].

**Висновки.** Проаналізувавши можливості Power BI можна виділити основний вплив на розвиток підприємства. Завдяки наочним звітам керівники можуть швидше та точніше оцінювати поточний стан бізнесу. Використання прогнозів допомагає уникати ризиків і обирати оптимальні стратегії розвитку. Аналітика Power BI дозволяє виявляти слабкі місця в операційній діяльності та ефективно розподіляти ресурси. Інструменти Power BI дозволяють проводити глибокий аналіз ринку, вивчати поведінку клієнтів і швидко реагувати на зміни. Автоматизація створення звітів і доступність даних у реальному часі значно знижують час, витрачений на рутинні завдання. Завдяки спільним звітам і дашбордам Power BI сприяє кращій координації між департаментами. Платформа підходить як для малого бізнесу, так і для великих корпорацій, забезпечуючи гнучкість у вирішенні бізнес-завдань.

#### Список використаних джерел

1. McKinsey & Company. «The future of work after COVID-19». 2021. URL: [www.mckinsey.com](http://www.mckinsey.com)
2. Microsoft. «Power BI Documentation». URL: <https://powerbi.microsoft.com>
3. SAP SE. «SAP ERP Overview». URL: <https://www.sap.com>

**РИНКОВІ ТРЕНДИ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ***Артем МЕЛЬНИК**Магістр спеціальності «Менеджмент» ОП «Міжнародний менеджмент»**Науковий керівник – Ковальчук О. Д., к.е.н., доцент*

**Вступ.** Швидкість доставки є основним фактором, який буде визначати розвиток логістичної галузі в найближчі роки. Споживачі вимагають швидкої доставки товарів, що стимулює численні зміни в ланцюгах постачань, зокрема в упаковці, маркуванні та складських операціях. Згідно з глобальним звітом Logistics – Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, до 2024 р. логістична галузь досягне обсягу \$12,256 млрд. Ось 5 головних трендів, що визначатимуть розвиток галузі в найближчі роки. Висока швидкість доставки, яку забезпечує глобальна транспортна мережа, має свою ціну - величезну кількість шкідливих парникових газів, що викидається в атмосферу щороку. Інноваційні технології, такі як електричні транспортні засоби, штучний інтелект для оптимізації маршрутів з мінімальними викидами, екологічне пакування та безвуглецеве морське паливо, допоможуть зменшити негативний вплив логістики на навколишнє середовище [3].

**Результати досліджень.** Використання блокчейн-технології забезпечить безперебійне функціонування логістичних компаній в цифровому середовищі. Ця технологія дозволить створити прозору та ефективну систему для запису транзакцій, відстеження активів і управління документацією для всіх учасників логістичного ланцюга, таких як виробники, постачальники, клієнти, аудиторі та менеджери складів. Завдяки впровадженню блокчейн-систем безпека ланцюга постачань покращиться, а кількість шахрайських операцій зменшиться завдяки повній прозорості та відсутності паперової документації, що знизить ризик помилок. Сучасні технології Інтернет речей (IoT) кардинально змінюють глобальний ринок. Це дозволяє пристроям з різними датчиками зв'язуватись між собою, створюючи можливості для оптимізації ланцюгів постачання. IoT допоможе знизити затримки транспортування, уникнути помилок операцій, виявляти втрату контролю за вантажем, програмні збої та крадіжки. Очікується, що в майбутньому IoT та периферійні обчислення будуть використовуватись для отримання автоматизованих даних у реальному часі, таких як прогнозування відмов обладнання і зменшення ризиків аварій на морських перевезеннях за допомогою візуальних та акустичних датчиків. У найближчому майбутньому голосові чат-боти стануть інструментом для взаємодії з учасниками логістичних процесів, виконуючи певні завдання, пов'язані з закупівлею, комплектуванням товару тощо. Коботи (співпрацюючі роботи) будуть використовуватись для ефективної обробки замовлень на доставку. Вони оснащені дальнодійними системами огляду і здатні швидко розвантажувати вантажівки, переміщати ящики та піддони. Компанія Amazon вже працює над розробкою роботів для складів, зокрема для таких завдань, як упаковка, зберігання та комплектування замовлень [1].

До недавнього часу комп'ютерні моделі конструкцій не могли відображати процес зношування та заміни їхніх деталей. Однак із розвитком технології

«цифрових близнюків» ця ситуація змінилася. Тепер фізичний та цифровий світи можуть бути настільки тісно інтегровані, що дозволяють взаємодіяти з цифровою моделлю об'єкта так само, як із його фізичним аналогом. Технологія «цифрових близнюків» відкриває величезні можливості для логістики. У сфері міжнародних перевезень вона дозволяє збирати дані про продукти та їх упаковку, що допомагає виявляти дефекти та помилки на різних етапах. Склади та підприємства можуть використовувати «цифрових близнюків» для створення точних тривимірних моделей своїх об'єктів, що дає змогу тестувати нове обладнання. А для логістичних мереж це технологія, що забезпечує надання даних про вантаж у реальному часі, скорочує час доставки та допомагає автономним транспортним засобам на їх маршрутах.

**Висновки.** Логістичні операції також виграють від зростання доставки в рамках "останній кілометр" в економіці гіг-робіт. Коли продукт покидає склад, він завантажується на необхідні транспортні засоби і доставляється до дверей клієнта. Доставка на останній кілометр - це останній етап процесу. Вона є найдорожчою та найчасозатратнішою частиною доставки. Це пов'язано з тим, що на останньому етапі доставки зазвичай робиться кілька зупинок, а обсяги відвантаження невеликі, що є додатковою проблемою в сільській місцевості, де будинки знаходяться далеко один від одного і в переповнених містах, де затори уповільнюють процес.

Витрати на доставку "остання миля" складають 53% від загальних витрат на доставку. Тому, з ростом гіг-економіки, рітейлери та логістичні партнери почали використовувати технології краудсорсингу, щоб безпосередньо з'єднуватися з місцевими, непрофесійними кур'єрами, які використовують власний транспорт для доставки. Це дозволяє компаніям доставляти свої замовлення електронної комерції клієнтам швидше та з меншими витратами на логістику. Зі зростанням технологій та інтеграцією автоматизації в різних секторах ми незабаром побачимо більше роботів, дронів і автономних транспортних засобів, що здійснюють доставку. Це основні тенденції майбутнього, які змінять логістику і не лише спростять організацію та контроль ланцюга постачання, але й значно зменшать фінансові витрати, як для клієнтів, так і для виконавців [2].

#### Список використаних джерел

1. Logistics Global HR Trends. (2023). Retrieved from <https://www.gigroupholding.com/wp-content/uploads/2022/11/Logistics-Global-HR-Trends.pdf> (дата звернення: 10.11.2024).
2. Transport and Logistics Barometr. (2023). Retrieved from <https://www.pwc.de/de/transport-und-logistik/pwc-transport-and-logistics-barometer-h1-2024.pdf> (дата звернення: 12.11.2024).
3. Постан М. Я., Куруджи Ю. В., Кривопиша Т. В. Оптимізація планів виробництва та доставки продукції в логістичних ланцюгах. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2024. Вип. 1. - С. 80-92.

**НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ АКЦІЙ В УКРАЇНІ***Максим МОСІЙЧУК**Магістр спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник –Стойко О. Я., к. е. н., доцент*

**Вступ.** Ринок акцій становить основу для розвитку та стабільності недержавного сектора економіки України. На сучасному етапі розвитку ринок акцій є динамічним та непередбачуваним, що передусім можна пояснити негативним впливом на роботу ринку військових дій в нашій державі. Це супроводжується значною кількістю викликів перед ринком акцій та зумовлює необхідність пошуку і прийняття новаторських нестандартних рішень.

Проблеми розвитку ринку акцій досліджували такі науковці: С. О. Бірюк, О. П. Близнюк, О. В. Борисюк, Є. О. Вовк, О. М. Горбачова, Ю. А. Заяць, І. М. Крупка, І. О. Лютий, Н. М. Матвійчук, Т. О. Ставерська, Л. А. Хмелярська та ін. Однак, досить актуальним постає питання дослідження особливостей розвитку вітчизняного ринку акцій в сучасних надскладних умовах воєнного стану.

**Результати досліджень.** Ринок акцій досить об'єктивно відображає процес інституційних змін в економіці. Загалом, ринок акцій будучи складовою фондового ринків є індикатором того, як розвивається економіка. Акції як фінансові активи повністю відображають динаміку розвитку недержавного сектора економіки. Перспективи розвитку вітчизняного ринку акцій напряду залежать від розвитку досягнутих сильних сторін на цьому ринку та нівелювання впливу можливих загроз та ризиків ринку акцій.

Сильні та слабкі сторони, можливості та загрози вітчизняного ринку акцій представлені в табл.1.

Сильною стороною ринку акцій можна вважати інвестиційну привабливість акцій як для вітчизняних, так і для іноземних інвесторів; ринок акцій – це надійне джерело фінансування корпоративної складової національної економіки.

Відзначимо слабкі сторони ринку акцій України, що перешкоджають розвитку на теперішньому етапі:

- воєнні дії на території України;
- політична та економічна нестабільність викликана війною перешкоджає нормальному функціонуванню ринку акцій та призводить до зниження рівня довіри бізнесу до нього;
- жорстка монетарна політика
- зменшення емісії акцій;
- зниження рівня ефективної мобілізації внутрішніх фінансових резервів ринку акцій;
- непередбачуваність факторів макроекономічного середовища та перспектива повільного відновлення економіки: високий рівень безробіття, коливання валютного курсу, деформований споживчий попит, висока інфляція, міграція населення, макроекономічні ризики додатково створювати невпевненість для інвесторів і бізнесу;
- глобалізація фінансово-інвестиційних процесів;

- фінансова нестабільність, як наслідок ризиків, що пов'язані із зростанням волатильності на глобальних фінансових ринках;
- негативний вплив корупції, а також невпевненість в правовій системі, здійснює значний вплив на довіру до ринку акцій та створює додаткові ризики для інвесторів.

Таблиця 1

**Матриця SWOT-аналізу вітчизняного ринку акцій**

| Сильні сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Слабкі сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- ефективність та популярність національної фондової біржі як засобу залучення фінансових інвестицій у реальний сектор економіки України;</li> <li>- інвестиційна привабливість акцій як для вітчизняних, так і для іноземних інвесторів;</li> <li>- інтеграція вітчизняної банківської системи в глобальну фінансову та монетарну лібералізацію також має велике значення;</li> <li>- надійне джерело фінансування корпоративної складової національної економіки.</li> </ul>                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- жорстка монетарна політика;</li> <li>- зменшення емісії акцій;</li> <li>- зниження рівня ефективної мобілізації внутрішніх фінансових резервів ринку акцій;</li> <li>- непередбачуваність факторів макроекономічного середовища та перспектива повільного відновлення економіки;</li> <li>- низька довіра інвесторів до ринку акцій;</li> <li>- відсутність розвинутої мережі фондових бірж;</li> <li>- менша дохідність акцій українських акціонерних товариств порівняно інших альтернативних вкладень капіталу.</li> </ul> |
| Можливості                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Загрози                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- збільшення обсягів інвестиційних ресурсів у результаті реформування пенсійної системи;</li> <li>- сприяння появі привабливих суб'єктів, у які можна інвестувати за рахунок приватизації державних підприємств;</li> <li>- зниження корупційного потенціалу;</li> <li>- підвищення ефективності судочинства щодо захисту прав акціонерів.</li> <li>- створення цифрової інфраструктури для торгівлі та посттрейдингу, здатної обробляти великі обсяги транзакцій;</li> <li>- формування довгострокової стратегії розвитку ринку акцій України.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- воєнні дії на території України;</li> <li>- негативний вплив корупції;</li> <li>- глобалізація фінансово-інвестиційних процесів;</li> <li>- фінансова нестабільність, як наслідок ризиків, що пов'язані з зростання волатильності на глобальних фінансових ринках;</li> <li>- невпевненість в правовій системі;</li> <li>- політична та економічна нестабільність в державі.</li> </ul>                                                                                                                                       |

Джерело: складено за [1-6].

В умовах воєнного стану, суттєво зросли кризові явища в діяльності акціонерних товариств-емітентів, а це обумовило стрімке скорочення емісії акцій товариствами і зменшення подальших торгів ними на біржовому фондовому ринку. Розв'язання визначених проблем чи зменшення їх негативного впливу сприятиме розвитку ринку акцій в Україні.

Конкурентоспроможність ринку акцій напряду буде залежати від ступеню розвитку фінансового ринку в цілому. Вона визначатиметься здатністю залучення ресурсів і вкладення коштів учасників ринку та ефективністю даних процесів. Виділимо основні ключові складові, які визначатимуть здатність ринку акцій залучати нових і утримувати діючих учасників: обсяги торгів акціями; кількість та якість емітентів на ринку акцій; рівень транспарентності ринку акцій; ступінь розвитку посттрейдингової і торговельної інфраструктури; рівень захисту прав акціонерів та інших учасників ринку акцій, режим оподаткування та регулювання ринку акцій.

Ринок акцій України має бути стабільним і надійним як джерело фінансування корпоративної складової національної економіки. Процес і методи державного регулювання передусім повинні бути спрямовані на створення в країні сприятливого інвестиційного клімату, відповідної законодавчої бази, яка гарантує права всіх учасників ринку акцій, забезпечить рівний доступ до фінансової інформації та ресурсів, запобігатиме монополізації, створить умови для добросовісної конкуренції на ринку акцій України.

Актуальним залишатиметься питання підвищення ефективності та популярності національної фондової біржі як засобу залучення фінансових інвестицій у реальний сектор економіки України. У період післявоєнної відбудови економіки важливо підвищити ефективність кожного учасника ринку акцій, його ліквідність, капіталізацію, ринкову якість та інвестиційну привабливість акцій як для вітчизняних, так і для іноземних інвесторів.

Глобалізація фінансового ринку визначає такі детермінанти розвитку для українського ринку акцій:

- збільшення обсягів інвестиційних ресурсів у результаті реформування пенсійної системи та запровадження обов'язкового рівня накопичувальних пенсій;
- сприяння появі привабливих суб'єктів, у які можна інвестувати за рахунок приватизації державних підприємств, що приносять дохід і прибуток. Ще одна перевага цих дій – зниження корупційного потенціалу.
- підвищення ефективності судочинства щодо захисту прав акціонерів. Також може бути створений інвестиційний омбудсмен, який буде стежити за найбільшим ступенем дотримання прав акціонерів.
- створення цифрової інфраструктури для торгівлі та посттрейдингу, здатної обробляти великі обсяги транзакцій, є важливим. Подальша інтеграція вітчизняної банківської системи в глобальну фінансову та монетарну лібералізацію також має велике значення. Це полегшить переміщення капіталу та дозволить іноземним інвесторам отримати доступ до внутрішнього ринку акцій.

Розглянуті можливості сприятимуть розвитку фінансового ринку в цілому та ринку акцій зокрема, а адаптація до процесів глобалізації та прискорить інтеграцію національного ринку акцій до європейського та світового фінансового простору.

**Висновки.** В умовах війни та фінансової глобалізації формування довгострокової стратегії розвитку ринку акцій України має базуватися на системному аналізі ключових тенденцій динаміки та структури ринку капіталу в умовах кризових явищ та об'єктивної оцінки ефективності учасників ринку акцій,

визначенні стратегічних напрямів удосконалення економічної інфраструктури емісії акцій, пошуку організаційно-управлінських механізмів, як основної умови та вирішального важеля для подальшої капіталізації та рівня інноваційної та інвестиційної привабливості національного ринку акцій.

Стратегічною метою післявоєнної економічної реконструкції ринку акцій України повинна стати поступова інтеграція зі світовим фондовим ринком, що призведе до значної кореляції між фондовими індексами України та іншими європейськими та світовими фондовими індексами, а також збільшить капіталізацію вітчизняного ринку акцій. Це забезпечить безпеку іноземних та вітчизняних інвесторів, зменшить тиск спекуляцій на всіх учасників ринку акцій України.

### Список використаних джерел

1. Бірюк С. О. Вітчизняні корпорації на глобальному ринку акцій : оцінка стратегічних перспектив. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 2-1. С. 18-22.
2. Близнюк О. П., Ставерська Т. О. Сучасний стан і тенденції розвитку фондового ринку України в умовах викликів війни та фінансової глобалізації. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наукових праць*. Харків : ДБТУ, 2024. Вип. 1 (35). С. 55-71.
3. Борисюк О. В., Матвійчук Н. М., Хмелярська Л. А. Особливості розвитку фінансового ринку України під час війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-76> (дата звернення 08.11.2024).
4. Вовк Є. О. Глобальні детермінанти розвитку українського ринку акцій. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. № 1. С. 126-130.
5. Горбачова О.М., Заяць Ю.А. Сучасний фондовий ринок України : проблеми та шляхи їх вирішення. *Підприємництво та інновації*. 2021. Випуск 20. С. 62-66.
6. Лютий І. О., Крупка І. М. Пріоритети розвитку та суперечності функціонування вітчизняного ринку акцій. *Наукові праці НДФІ*. 2019. Вип. 2. С. 45-66.

**ВИМОГИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ  
ДО СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ***Тетяна МЯКУШКО**Магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»**Науковий керівник: ШУБЕНКО І.А. к.е.н., доцент*

**Вступ.** Страховий ринок є важливою складовою частиною фінансової системи будь-якої країни, а його стабільність та розвиток прямо впливають на економічний клімат і добробут громадян. Для України, яка прагне стати частиною Європейського Союзу, адаптація страхового ринку до європейських стандартів стає надзвичайно важливим етапом на шляху інтеграції. Європейські вимоги до страхового ринку є досить високими, і для досягнення відповідності цим стандартам Україна повинна здійснити низку реформ і змін у своїй законодавчій та регуляторній базі.

Однією з ключових директив, що визначають правила діяльності страхових компаній у Європейському Союзі, є Solvency II. Він зобов'язує страхові компанії не лише утримувати достатні резерви для покриття ризиків, а й регулярно оцінювати ці ризики з урахуванням змін економічних умов та ситуації на ринку. Завдяки цьому, компанії мають бути готовими до фінансових коливань та зможуть ефективно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, що знижує ймовірність їх банкрутства або нестабільності на ринку [5].

Над питання страхового ринку та перехід його до Європейського Союзу працює багато науковців, серед них Гречаник Н., Савчук О., Сьох К. Я., Матвійчук Л. О., Панасюк В. О.

**Результати дослідження.** Прозорість та інформаційна відкритість є одним із найбільш важливих аспектів у регулюванні страхових компаній у ЄС. Згідно з вимогами, страхові компанії повинні надавати споживачам чітку та доступну інформацію про умови страхування, ризики, пов'язані з різними полісами, а також можливі фінансові наслідки для клієнтів. Ще одним важливим аспектом є фінансова стабільність. ЄС створив систему нагляду за страховими компаніями, яка дозволяє виявляти фінансові труднощі в компаніях на ранніх етапах і вживати необхідних заходів для їх стабілізації. Це є важливим механізмом для запобігання банкрутства великих страховиків. Однак для цього необхідно, щоб кожна компанія мала достатньо міцну фінансову основу та ефективно управляла своїми ризиками. ЄС вимагає від страхових компаній гарантувати захист їхніх прав у разі виникнення спірних ситуацій. Споживачі повинні мати можливість звертатися до незалежних органів для вирішення спорів та отримання компенсацій у разі недотримання умов договору. Ці заходи підвищують довіру громадян до страхової системи та стимулюють компанії надавати якісніші та справедливі послуги [1].

Важливим етапом є адаптація українського страхового ринку до високих вимог ЄС, що включає модернізацію законодавчої бази, покращення системи нагляду та забезпечення захисту прав споживачів.

Одним з перших кроків у напрямку адаптації є вдосконалення законодавчої бази, що регулює страхову діяльність в Україні. У 2020 році були прийняті зміни до Закону України «Про страхування», які дозволили створити більш прозору та ефективну систему, що відповідає базовим вимогам ЄС. Однак для повної гармонізації з європейськими стандартами необхідно внести додаткові зміни в частині вимог до фінансових резервів страховиків, управління ризиками та забезпечення більш ефективного захисту прав споживачів. Крім цього, важливим кроком є створення ефективної системи нагляду та контролю за діяльністю страхових компаній. Перехід до нової системи нагляду створює певні труднощі, однак це також дає можливість модернізувати наглядову функцію, відповідно до сучасних європейських вимог, включаючи інтеграцію принципів прозорості, об'єктивності та незалежності наглядових органів [4].

Адаптація до європейських стандартів також передбачає зміни в управлінні ризиками на страховому ринку. Європейський Союз вимагає від компаній забезпечення достатніх резервів для покриття різних видів ризиків. Що стосується захисту прав споживачів, то європейські стандарти вимагають від страхових компаній не тільки надання прозорої інформації про умови страхування, але й гарантування доступу до справедливого врегулювання спорів. В Україні питання захисту прав споживачів також стає важливим, оскільки це дозволяє підвищити довіру до ринку та знизити рівень конфліктів між страховиками та їх клієнтами. Для цього необхідно створити дієві механізми для вирішення спорів і забезпечення захисту інтересів споживачів, а також розвивати освіту споживачів у сфері страхування, щоб вони могли краще розуміти умови страхових продуктів і обирати оптимальні варіанти для себе [2].

Інтеграція України до Європейського Союзу відкриває нові горизонти для розвитку різних секторів економіки, і страхова галузь не є винятком. Інтеграція України до ЄС дає можливість страховикам виходити на нові ринки, розширюючи спектр своїх послуг та залучаючи міжнародних партнерів. Для того, щоб відповідати вимогам ЄС, українські страхові компанії повинні створити ефективні системи управління ризиками, в тому числі впровадити сучасні методи оцінки та прогнозування фінансових та операційних ризиків [3].

Таким чином, перспективи розвитку українського страхового ринку після інтеграції до ЄС є значними, але вони вимагають значних зусиль для досягнення повної гармонізації з європейськими стандартами. Успішна адаптація дозволить українським страховикам стати важливими учасниками європейського ринку, а також сприятиме розвитку інвестиційної привабливості та економічної стабільності країни в цілому.

**Висновки.** Адаптація українського страхового ринку до вимог Європейського Союзу є необхідним кроком для інтеграції України в європейську економічну систему. Це вимагатиме вдосконалення законодавства, створення ефективної системи нагляду, підвищення прозорості та захисту прав споживачів. Успішний перехід до європейських стандартів дозволить українським страховим компаніям конкурувати на міжнародному ринку та сприятиме розвитку економіки країни.

**Список використаних джерел**

1. Гречаник Н., Савчук О. Страховий ринок України в умовах воєнного стану: маркетинговий аспект. Успіхи і досягнення у науці. 2024. № 7(7). URL: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-7\(7\)-230-240](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-7(7)-230-240) (дата звернення: 09.11.2024).
2. Матвійчук Л. О. Страховий ринок України: виклики, тренди, сучасні реалії. Efektyvna ekonomika. 2023. № 3. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.3.26> (дата звернення: 08.11.2024).
3. Панасюк В. О. Актуальні питання вступу України до Європейського Союзу. «Закарпатські правові читання. Сталий розвиток та інституційна спроможність в умовах війни: національний та міжнародно-правовий аспекти». 2024. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-377-7-135> (дата звернення: 08.11.2024).
4. Сьох К. Я. Адаптація законодавства України до права Європейського Союзу. Правове регулювання суспільних відносин: перспективні напрямки на шляху до сталого розвитку. 2022. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-268-8-6> (дата звернення: 09.11.2024).
5. Solvency II Wire Data. Solvency II Wire. URL: [https://www.solvencyiiwire.com/solvency-ii-wire-data-demo/?gad\\_source=1](https://www.solvencyiiwire.com/solvency-ii-wire-data-demo/?gad_source=1) (date of access: 09.11.2024).

**ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЛІКВІДНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА  
В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ**

Олена НІКІТЧИНА

*Бакалавр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»*

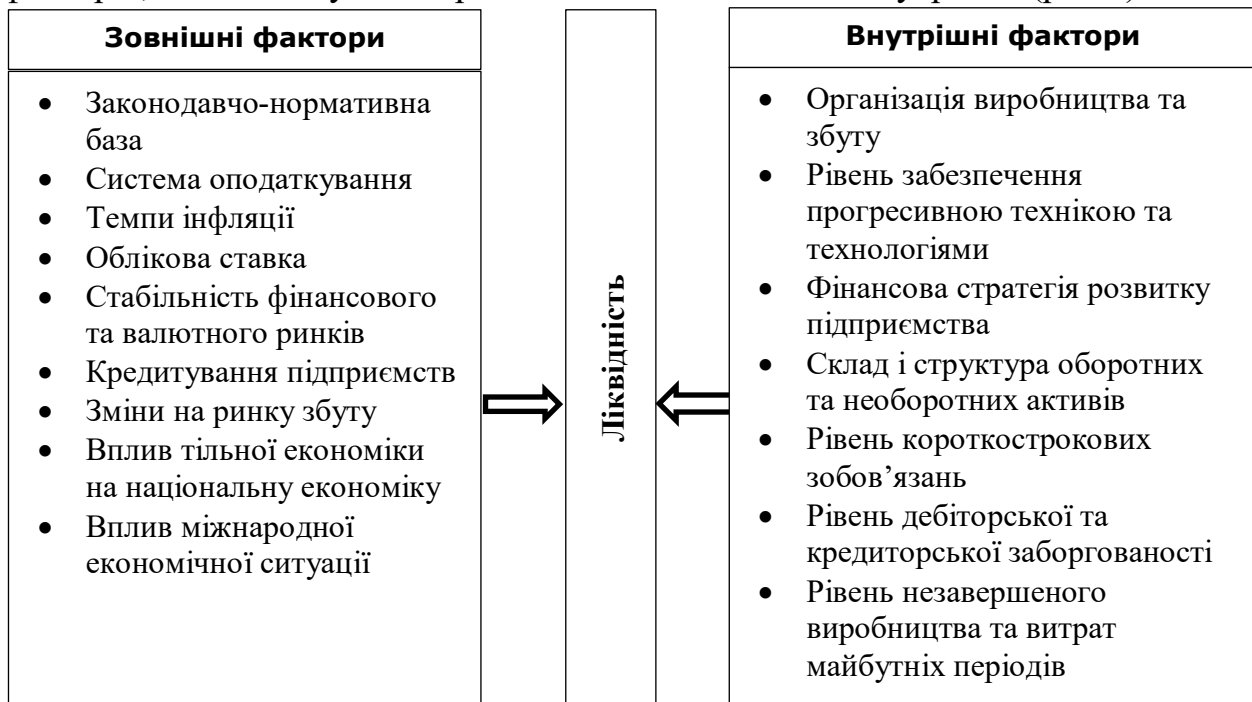
*Науковий керівник: Сус Ю.Ю., к.е.н., доцент*

**Вступ.** В умовах економічної нестабільності, що супроводжується інфляцією, коливанням валютного курсу, зміною попиту та умов на фінансових ринках, питання ліквідності підприємств набуває особливої актуальності. Ліквідність виступає не лише показником платоспроможності, а й запорукою здатності підприємства адаптуватися до кризових ситуацій. Однак, в умовах економічної нестабільності зростає вплив різноманітних зовнішніх і внутрішніх факторів, що ускладнює процес управління ліквідністю. Багато підприємств стикаються з ризиками неплатоспроможності, відсутністю фінансових резервів та обмеженістю доступу до кредитних ресурсів, що може призвести до банкрутства.

**Результати дослідження.** Ліквідність – це здатність підприємства швидко перетворювати активи на грошові кошти для своєчасного виконання короткострокових зобов'язань. Ліквідність є критично важливим показником, який відображає фінансову стійкість і платоспроможність компанії, забезпечуючи їй здатність оперативно покривати свої витрати та уникати

фінансових труднощів. Високий рівень ліквідності свідчить про те, що підприємство має достатньо ліквідних активів, таких як готівка, депозити, або інші активи, які можуть бути швидко реалізовані без значних втрат у вартості.

Проте ліквідність не є сталою величиною і підлягає впливу численних факторів, які можна умовно розділити на зовнішні та внутрішні (рис.1).



*Рис. 1. Зовнішні та внутрішні фактори впливу на ліквідність підприємства*

*Джерело: [2].*

Кожна з цих груп включає специфічні елементи, які впливають на здатність підприємства підтримувати достатній рівень ліквідності в умовах економічної нестабільності.

Зовнішні фактори або загальноекономічні чинники виникають поза межами підприємства і часто є неконтрольованими, але вони значно впливають на фінансову стабільність і ліквідність. Внутрішні фактори або мікроекономічні чинники перебувають під контролем самого підприємства і можуть бути скориговані відповідно до його стратегічних цілей для забезпечення належного рівня ліквідності.

Досліджуючи фактори внутрішнього і зовнішнього впливу на ліквідність підприємства слід враховувати, що дані чинники мають різний вплив на стан підприємства, як позитивний, так і негативний.

Зовнішні фактори можна умовно поділи на дві групи: фактори на рівні світової економіки та фактори на рівні національної економіки. Фактори на рівні світової економіки характеризують загальом стан світової економіки. Протягом останніх років даному чиннику приділяють особливо увагу, оскільки фінансові кризи, глобалізація, технологічні інновації, пандемія створили нові виклики для підприємств. Фактори на рівні національної економіки включають економічні, політичні, соціальні та технологічні чинники. До економічних факторів

належать: підвищення податків, що зменшує прибуток підприємства, обмежуючи його можливості для погашення боргів; зміни в трудовому законодавстві, що можуть збільшити витрати підприємства за рахунок збільшення витрат на оплату праці; зміна валютного курсу впливає на вартість імпоротної та експортної продукції, що призводить до коливань доходів і витрат; зростання процентних ставок збільшує вартість кредитів, що негативно впливає на ліквідність. До політичних чинників варто віднести політичні кризи, повномасштабне вторгнення на територію України, що загалом негативно впливають на фінансову діяльність підприємства. До соціальних факторів належать демографічні зміни та рівень життя населення, адже зміна вікової структури населення та зміни рівня життя можуть впливати на купівельну спроможність та попит на певні види продукції. Серед технологічних факторів важливо відзначити швидкий розвиток технологій, що може зробити продукцію підприємства застарілою та неактуальною на ринку, внаслідок чого підприємства втратить конкурентні переваги.

Внутрішні фактори базуються на діяльності підприємства загалом. Ефективне управління структурою активів і пасивів дозволяє підприємству підтримувати оптимальний рівень ліквідності. Відповідне балансування активів, придатних до швидкої реалізації, і зобов'язань, які потрібно погашати, є критично важливим для забезпечення платоспроможності. Ефективність виробничих процесів та організація збуту продукції впливають на швидкість оборотності оборотних активів, що у свою чергу впливає на ліквідність. Правильно підібрана фінансова стратегія дозволяє забезпечити оптимальний рівень ліквідності та фінансову стійкість підприємства. Високий рівень короткострокових зобов'язань може збільшити ризик неплатоспроможності, що негативно впливає на ліквідність підприємства. Несвоєчасна оплата кредиторам чи затримки оплати дебіторів можуть негативно вплинути на грошові потоки підприємства. Великий обсяг незавершеного виробництва може свідчити про неефективну організацію виробництва і знизити ліквідність підприємства. Оптимальний рівень запасів забезпечує безперебійний виробничий процес і продаж, але надлишкові запаси можуть "заморожувати" кошти та знижувати ліквідність.

**Висновки.** Визначено, що ліквідність виступає важливим показником фінансової стабільності підприємства, оскільки саме вона визначає здатність підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання. Високий рівень ліквідності забезпечує гнучкість у розподілі ресурсів та сприяє довірі з боку кредиторів і партнерів.

Сукупність чинників впливу на ліквідність суб'єкта господарювання можна поділити на внутрішні та зовнішні. Оптимальне управління внутрішніми факторами сприяє формуванню належного рівня ліквідності та зниженню ризиків неплатоспроможності..

Серед ключових зовнішніх факторів, що впливають на ліквідність підприємства, виокремлено такі як економічна ситуація в країні, динамічні зміни валютного курсу та методів його формування, податкове навантаження на

суб'єкта господарювання та регуляторні обмеження. В умовах нестабільної економіки підприємства мають враховувати ризики, пов'язані зі змінами ринкових умов.

### Список використаних джерел

1. Коцеруба Н. В. Інформаційне забезпечення аудиту фінансової стійкості та платоспроможності підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2021. Випуск 27. С. 78–81.
2. Чалюк Й. О., Довганик Н. М. . Соціальне партнерство України з ЄС у межах європейських регіонів і транскордонних кластерів. Науковий вісник Полісся. 2020. Випуск №4 (16), 33–38. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/27892784-d328-443f-b93a-edbebf3963b/content>.
3. Шергіна Л.А., Домшина Т.Р. Фактори впливу на фінансову стійкість і платоспроможність підприємства в період кризи. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32614233.pdf>.

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА АГРАРНОЇ СФЕРИ

*Дар'я НІКОЛЕНКО*

*магістр спеціальності «Облік і оподаткування»*

*Науковий керівник – Русак Олена Петрівна, к.е.н., доцент*

**Вступ.** Сучасний механізм формування витрат підприємства аграрної сфери є ключовим інструментом ефективного управління ресурсами, підвищення продуктивності та забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Оскільки аграрні підприємства стикаються з низкою специфічних факторів (залежність від погодних умов, сезонність, потреба в дорогій техніці та ресурсах), точна і комплексна оцінка витрат допомагає визначити основні джерела їх формування, виявити особливості, оптимізувати виробничі процеси та мінімізувати ризики.

**Результати досліджень.** Формування витрат аграрних підприємств залежить від багатьох чинників, які забезпечують ефективний аналіз та управління ресурсами. Основними з них є:

**1. Технологічне оснащення:**

- використання сучасних цифрових технологій, таких як ERP-системи (системи планування ресурсів підприємства), допомагає аналізувати витрати у реальному часі;
- автоматизація обліку витрат через датчики, GPS-трекери, дрони та інші пристрої дозволяє відстежувати ефективність використання ресурсів.

**2. Облік специфіки аграрного виробництва:**

- сезонність та залежність від погодних умов вимагають особливого підходу до управління витратами;

- витрати на насіння, добрива, паливо та технічне обслуговування необхідно враховувати з урахуванням змінних факторів.

### 3. Державне регулювання та ринкові умови:

- наявність державних субсидій або пільг впливає на структуру витрат;  
- динаміка цін на продукцію та ресурси, такі як паливо чи добрива, також суттєво визначають витрати.

### 4. Кваліфікація персоналу:

- висококваліфіковані кадри здатні забезпечити ефективне управління витратами, використовуючи сучасні методи управління і аналізу.

Значною мірою формування витрат підприємства залежить від фінансового стану та готовності до вдосконалення. Ці фактори визначають можливості суб'єкта господарювання впроваджувати сучасні інструменти аналізу, оптимізації та управління витратами.

Фермерське господарство «Юхимчук» впродовж останніх трьох років характеризувалося різноманітністю дохідної частини (табл. 1). За даними таблиці 1 прослідковується значне зниження виручки від реалізації продукції у 2022 р., та її відсутність у 2023 р, що вказує на проблеми реалізації в період війни. Однак зростання інших доходів за аналізований період більш ніж на 30% вказує на витривалість та адаптивність господарства до мінливого бізнес-середовища в умовах війни.

Таблиця 1

### Динаміка формування доходу у ФГ «Юхимчук» Черняхівського району, Житомирської області, тис. грн

| Показники                                | Роки    |        |         | 2023 р. до 2021 р. |       |
|------------------------------------------|---------|--------|---------|--------------------|-------|
|                                          | 2021    | 2022   | 2023    |                    |       |
|                                          |         |        |         | +; -               | %     |
| Дохід (виручка) від реалізації продукції | 17089,2 | 2037,4 | -       | -                  | -     |
| Чистий дохід від реалізації продукції    | 14170,8 | 310,3  | 19416,2 | 5245,4             | 137,0 |
| Інші доходи                              | 2717,8  | 41,6   | 3608,3  | 890,5              | 132,8 |
| Разом чисті доходи                       | 16888,6 | 351,9  | 23024,5 | 6135,9             | 136,3 |

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності підприємства

Суттєве збільшення усіх видів отриманих доходів у досліджуваному господарстві значною мірою залежить від ефективного управління витратами підприємства, адже оптимізація витрат дозволяє максимально використовувати наявні ресурси та зменшувати собівартість продукції. Це, у свою чергу, створює можливості для підвищення прибутковості та, відповідно, конкурентоспроможності.

В умовах сьогодення ефективне управління формування витрат визначається характерними особливостями: раціональним використанням ресурсів, контролем за собівартістю продукції, використанням сучасних технологій, ролі менеджменту в даному процесі та зростанням доходів через ефективність (рис.1).

Не меншого значення у формуванні витрат фермерського господарства мають зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на ефективність діяльності підприємства. Погодні умови, ціни на ресурси, кон'юнктура ринку, державне регулювання є чинниками зовнішнього середовища, які є більшою мірою визначальними у зазначеному контексті.



**Рис. 1. Особливості формування витрат у фермерському господарстві**

Джерело: узагальнено на основі [1-2].

Внутрішні чинники, такі як технологічний рівень, якість управління, рівень організації, специфіка виробництва, сезонність виробництва в останні роки набувають не меншого значення.

Взаємозалежною ланкою між двома середовищами є інвестиції у розвиток. Витрати на вдосконалення інфраструктури, придбання сучасного обладнання,

будівництво складських приміщень та покращення логістики також входять до витратної частини, проте забезпечують довгострокову віддачу.

**Висновок.** Витрати фермерського господарства формуються під впливом багатьох факторів, які мають взаємозалежний характер. Ефективне управління ними дозволяє знижувати собівартість продукції, підвищувати рентабельність і забезпечувати стійкість підприємства навіть у нестабільних ринкових умовах.

Дослідженням встановлено, що фінансовий стан підприємства є базовою умовою для впровадження змін, тоді як готовність до вдосконалення визначає швидкість і ефективність цих процесів. Успіх діагностики та оптимізації витрат залежить від взаємодії цих двох компонентів, а також від стратегічного планування розвитку фермерського господарства.

#### Список використаних джерел

1. Анисенко О. В. Сучасний стан фермерських господарств в Україні та їх розвиток. *Агросвіт*. № 3. 2018. С. 37-40.
2. Бежена І. М., Грищенко О.Ю. Фермерські господарства в Україні: стан та перспективи розвитку. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. № 9 2023. URL.: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-9-04-14/2023-9-04-14>
3. Здирко Н. Г. Облік доходів від використання державної підтримки фермерських господарств. *Облік і фінанси*. 2015. № 2. С. 22-28. URL.: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif\\_apk\\_2015\\_2\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2015_2_5).
4. Савка М.В. Становлення та розвиток фермерських господарств. *Інноваційна економіка*. Науково-виробничий журнал. 2017. С. 107-112.

## ПРОГНОЗУВАННЯ НАДХОДЖЕНЬ ПЛАТЕЖІВ З ОПОДАТКУВАННЯ ЗЕМЛІ ДО МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Роман ОМЕЛЬЯНЧУК

магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Дема Д.І., к. е. н., професор

**Вступ.** Аналіз динаміки та структури податкових надходжень до місцевих бюджетів, використання інструментарію економіко-математичного прогнозування дають можливість виявити тенденції зміни обсягу окремих бюджетоутворюючих податків, що формують доходи бюджетів.

Питання прогнозування податкових надходжень досліджували: Л. М. Васильєва [1], Д.І. Дема., Г.М. Фадєєва та Н.С. Краснокутська [3], Р.Ю. Паславська [4] та інші науковці.

**Результати дослідження.** Методика надходжень від оподаткування землі до місцевих бюджетів включає прогноз всіх податкових надходжень та надходжень від оподаткування землі до місцевого бюджету та за лінійною, поліноміальною (квадратна), експоненційною, логарифмічною та степеневою моделями. Для розрахунку застосуємо вбудовані функції графічного редактору програми «Ексел». Для проведення аналізу використовується інтервал даних за період за 2019-2023 рр. який дасть змогу виявити тенденції та за допомогою екстраполяції визначити необхідні показники на 2024 рік.

Прогноз всіх податкових надходжень до місцевого бюджету наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

### Прогноз всіх податкових надходжень до місцевого бюджету

| Податкові надходження до місцевого бюджету, млрд. грн |          |          |          |          | Специфікація моделі       | Модель                             | Прогноз на 2024 рік, млрд. грн | Достовірність апроксимації |
|-------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|---------------------------|------------------------------------|--------------------------------|----------------------------|
| 2019 рік                                              | 2020 рік | 2021 рік | 2022 рік | 2023 рік |                           |                                    |                                |                            |
| 270,5                                                 | 285,5    | 346,7    | 393,5    | 434,5    | лінійна                   | $Y = 492,66x + 20705$              | 476,9                          | $R^2 = 0,9774$             |
|                                                       |          |          |          |          | поліноміальна (квадратна) | $Y = 2,6857x^2 + 27,486x + 234,14$ | 495,7                          | $R^2 = 0,9826$             |
|                                                       |          |          |          |          | експоненційна             | $Y = 232,72e^{0,1269x}$            | 498,3                          | $R^2 = 0,0974$             |
|                                                       |          |          |          |          | логарифмічна              | $Y = 103,03\ln(x) + 247,49$        | 432,1                          | $R^2 = 0,8817$             |
|                                                       |          |          |          |          | степенева                 | $Y = 254,62x^{0,3036}$             | 438,7                          | $R^2 = 0,9041$             |
| Прогноз в середньому                                  |          |          |          |          |                           |                                    | 468,34                         |                            |

Джерело: розраховано за даними [2].

Прогноз загальних податкових надходжень до місцевого бюджету показав такі результати: очікувана прогнозна сума становитиме 486,34 млрд. грн, що більше від надходжень 2023 року на 33,84 млрд. грн чи на 7,8%. Високий коефіцієнт регресії по всіх моделях може свідчити про достовірність прогнозу.

Прогноз всіх надходжень від оподаткування землі до місцевого бюджету наведено в таблиці 2.

**Прогноз надходжень від оподаткування землі до місцевого бюджету**

| Податкові надходження до місцевого бюджету, млрд. грн |          |          |          |          | Специфікація моделі       | Модель                             | Прогноз на 2024 рік, млрд. грн | Достовірність<br>апроксимації |
|-------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|---------------------------|------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| 2019 рік                                              | 2020 рік | 2021 рік | 2022 рік | 2023 рік |                           |                                    |                                |                               |
| 30,1                                                  | 31,5     | 35,3     | 29,6     | 34,5     | лінійна                   | $Y = 0,69x + 30,13$                | 34,3                           | $R^2 = 0,1793$                |
|                                                       |          |          |          |          | поліноміальна (квадратна) | $Y = -0,1786x^2 + 1,7614x + 28,88$ | 33,0                           | $R^2 = 0,1961$                |
|                                                       |          |          |          |          | експоненційна             | $Y = 30,151e^{0,0211x}$            | 34,2                           | $R^2 = 0,1754$                |
|                                                       |          |          |          |          | логарифмічна              | $Y = 1,8681\ln(x) + 30,411$        | 33,8                           | $R^2 = 0,2123$                |
|                                                       |          |          |          |          | степенева                 | $Y = 30,41x^{0,0571}$              | 33,7                           | $R^2 = 0,2082$                |
| Прогноз в середньому                                  |          |          |          |          |                           |                                    | 33,8                           |                               |

Джерело: розраховано за даними [2]

Прогноз загальних податкових надходжень до місцевого бюджету показав такі результати: очікувана прогнозна сума становитиме 33,8 млрд. грн, що менше від надходжень 2023 року на 0,7 млрд. грн чи на 2,0%. Низький коефіцієнт регресії по всіх моделях може свідчити про не високу достовірність прогнозу.

Питома вага прогнозованих надходжень від оподаткування землі становитиме 7,2% від всіх надходжень, що менше від рівня 2023 року на 0,7%.

**Висновки.** Повномасштабне вторгнення зменшило надходження до місцевого бюджету доходів від оподаткування землі, що позначилося на динаміці таких надходжень. Тому держава повинна докласти обґрунтованих зусиль до покращення наповнення доходів місцевого бюджету за рахунок оподаткування землі.

**Список використаних джерел**

1. Васільєва Л. М. Теоретичні аспекти податкового прогнозування та планування як невід'ємних механізмів державної податкової політики. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2019. № 1 (20). С. 31-36.
2. Виконання доходів місцевих бюджетів. URL: <https://mof.gov.ua/uk/vykonannia-dokhodiv-mistsevykh-biudzhativ> (дата звернення 08.11.2024).
3. Краснокутська Н. С., Фадєєва Г. М. Прогнозування надходжень від податку на доходи фізичних осіб до доходної частини місцевого бюджету. *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства*. Харків : НТУ "ХПІ", 2016. № 24 (1196). С. 52-55.
4. Паславська Р.Ю. Підходи до прогнозування податкових надходжень до зведеного бюджету України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Випуск 9. С. 679-683.

## СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ РИНКОВОЮ ЕКСПАНСІЄЮ ПІДПРИЄМСТВ

Алла ПАЛАМАРЧУК

Магістр спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник – Прокопчук О.А., к.е.н., доцент

**Вступ.** Глобалізація та лібералізація національних політик країн формують умови та стимули для бізнес-суб'єктів для успішної експансії міжнародних ринків. Міжнародна експансія відкриває для компаній нові можливості збільшення обсягів продажів через зростання кількості споживачів та освоєння нових ринкових ніш. Міжнародна експансія також дозволяє компаніям зменшити ризики концентрації на внутрішньому ринку, а також отримати конкурентні переваги через доступ до нових технологій, інновацій та ресурсів. Важливою складовою успішного входження на міжнародні ринки є стратегічний підхід на основі якісного аналізу потенційних вигод та загроз, адаптація до місцевих умов та регулювань, а також розроблення ефективної стратегії. Це визначає актуальність даного наукового дослідження.

**Результати досліджень.** Міжнародна експансія відкриває значні нові можливості для розвитку бізнесу, є джерелом підвищення доходності та стійкості, зміцнення наявних та формування нових конкурентних переваг. Однак потенціал досягнення зазначених вигод значною мірою визначається якістю аналізу нового середовища та управління потенційними ризиками в рамках імplementованої системи стратегічного управління. Ключовою складовою даної системи є розробка міжнародної стратегії, яка відповідає цілям та ресурсам підприємства, трендам розвитку закордонних ринків і відображає форму експансії нових ринків. Дані чинники передбачають аналіз потенційних ринків та вибір цільового. Деталізація етапів експансії закордонних ринків в літературі є різною від лаконічної (вибір ринку, способу і термінів виходу на ринок, масштабів проникнення [1]) до більше деталізованої (визначення мотивів виходу на нові ринки; аналіз внутрішнього потенціалу підприємства; оцінка зовнішніх ринків; вибір форми інтернаціоналізації бізнесу; аналіз альтернативних ринків; визначення можливостей нівелювання бар'єрів; SWOT-аналіз та вибір ринку; сегментування ринку; визначення конкурентних переваг; формування комплексу маркетингу; вихід на новий ринок [2]).

Алгоритм вибору цільових ринків:

Етап 1. Попередній вибір цільового ринку на підставі моніторингу вже освоєних закордонних ринків.

Етап 2. Визначення виду продукції, яка може мати попит на новому ринку.

Етап 3. Комплексне дослідження умов ведення бізнесу у новій країні, що має включати ринкові, економічні, соціальні, політичні, демографічні та ін. чинники.

Етап 4. Ідентифікація запитів нового ринку, зокрема споживачів та державних стандартів щодо якості, безпечності, екологічності, патентного захисту.

Етап 5. Моніторинг цін на новому ринку та вибір власної цінової політики.

Етап 6. Відображення міжнародної діяльності на офіційному сайті підприємства, що сприятиме обізнаності громадськості та потенційних партнерів, підвищенню іміджу підприємства.

Етап 7. Вибір методу експансії нового ринку, посередників.

У міжнародній бізнес-практиці є різні методи ринкової експансії від простіших, що є менш ризиковими і менш прибутковими, до складніших, що забезпечують вищий рівень рентабельності, однак мають більше ризиків (табл. 1). Вибір методу визначатиметься поточним типом та рівнем інтеграції підприємства у міжнародні відносини (відсутність досвіду здійснення міжнародних операцій, періодична ЗЕД, системна ефективна міжнародна діяльність).

Таблиця 1.

### Типологія методів міжнародної ринкової експансії підприємств

| Тип стратегії               | Переваги                                                                                                                                                                     | Недоліки                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Прямий експорт              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• контроль над комплексом маркетингу;</li> <li>• прямі контакти з клієнтам</li> </ul>                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• відносно високі початкові вкладень;</li> <li>• витрати на міжнародну логістику</li> </ul>                                            |
| Ліцензування та франчайзинг | <ul style="list-style-type: none"> <li>• відносно нижчі витрати і ризики;</li> <li>• використання збутової мережі та виробничих потужностей іноземних партнерів;</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• обмежений контроль над якістю продукції;</li> <li>• ризик порушення прав інтелектуальної власності</li> </ul>                        |
| Інвестиції з нуля           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• контроль над бізнесом та стратегією;</li> <li>• потенціал для високих прибутків</li> </ul>                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• високі початкові інвестиції;</li> <li>• значний термін окупності інвестицій</li> </ul>                                               |
| Електронна комерція         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• відносно низькі витрати;</li> <li>• потенціал збільшення продажів</li> </ul>                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• витрати на міжнародну логістику;</li> <li>• висока конкуренція в е-просторі</li> </ul>                                               |
| Проекти під ключ            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• високі доходи від проєктів;</li> <li>• зростання міжнародної репутації</li> </ul>                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• високі проєктні ризики;</li> <li>• складність управління проєктами</li> </ul>                                                        |
| Контрактне виробництво      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• низькі витрати на освоєння нового ринку;</li> <li>• використання наявного досвіду</li> </ul>                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• нижча норма прибутку;</li> <li>• низький контроль над маркетингом</li> </ul>                                                         |
| Контрейлерство              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• швидка експансія нових ринків;</li> <li>• використання репутації партнера</li> </ul>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• залежність від іноземного партнера;</li> <li>• низький контроль над маркетингом</li> </ul>                                           |
| Спільне підприємство        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• спільні ризики та інвестиції;</li> <li>• доступ до можливостей і переваг місцевого партнера</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ймовірність конфлікту інтересів;</li> <li>• ускладнення процесу прийняття рішень</li> </ul>                                          |
| Стратегічні альянси         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• гнучкість в умовах збереження незалежності;</li> <li>• доступ до нових ресурсів і досвіду</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ймовірність конфлікту інтересів з партнером;</li> <li>• обмежений контроль над діяльністю</li> </ul>                                 |
| Злиття та поглинання        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• доступ до ресурсів і нових ринків;</li> <li>• нові конкурентні переваги;</li> <li>• збільшення доходів і ринкової частки</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• висока потреба в інвестиціях;</li> <li>• організаційні проблеми;</li> <li>• ймовірність переоцінки ціни цільової компанії</li> </ul> |

Джерело: сформовано за даними [3].

**Висновки.** Узагальнюючи слід відзначити, що міжнародна ринкова експансія є не лише джерелом нових можливостей розвитку, а й фактором ефективного функціонування в умовах обмеженості місткості внутрішнього ринку та зростаючого конкурентного тиску. Це складний багатоетапний процес, ефективність якого формується в складній системі національних та міжнародних чинників. Тому розширення діяльності компаній за межі освоєного ринкового простору має здійснюватися на засадах стратегічного управління, що має потужну науково-концептуальну, методологічну та практичну базу.

#### **Список використаних джерел**

1. Полковниченко С., Єльчищева І. Стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок в умовах посилення Євроінтеграційних процесів. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2019. № 3 (19). С. 89–98.
2. Хринюк О, Ганіч С. Торговельна політика підприємств: стратегії виходу на зовнішній ринок. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 40. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-40-13
3. 10+ стратегій виходу на міжнародні ринки. 2024. URL: <https://www.linguise.com/uk>

## **УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ АТ «ЖИТОМИРСЬКІ ЛАСОЦІ»: КОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ**

*Єлизавета ПАНЧЕНКО*

*Магістер спеціальності «Менеджмент»*

*Науковий керівник - ТАРАСОВИЧ Л.В., к.е.н, доцент*

**Вступ.** Управління власним інноваційним розвитком є головним стратегічним пріоритетом в діяльності будь-якої компанії. Можливість впроваджувати інновації, пошук нових шляхів постійного розвитку та удосконалення існуючих підходів ведення бізнесу є запорукою конкурентоспроможності та прибутковості. Питання інноваційного розвитку досліджували: В. В. Боковець, С. О. Єрмак, Л. Ф. Нелень, В. Д. Мануїлова, М. В. Мокляк, В. В. Плотницька, Ю. М. Попова, А. М. Сорокіна та інші.

**Результати дослідження.** Для забезпечення результативності управління інноваційним розвитком кондитерського підприємства необхідно виконати певний комплекс управлінських дій: аналіз внутрішнього середовища підприємства; аналіз зовнішнього середовища і прогнозування його розвитку; аналіз і кількісна оцінка ризику на етапах інноваційного розвитку всього процесу в цілому та за окремими напрямками; вибір сегментів цільового ринку для реалізації проектів інноваційного розвитку; виділення пріоритетних напрямків виробництва та реалізації продукції; виявлення напрямків та варіантів інноваційного розвитку шляхом проведення стратегічного аналізу діяльності підприємства; коригування управління інноваційним розвитком за результатами

аналітичної роботи; планування виробничо-збутової і фінансової діяльності за обраними пріоритетними напрямками; постійний контроль виконання заходів щодо реалізації потенціалу інноваційного розвитку; розробка підходів до формування цільового ринку на базі визначених сегментів; формування організаційної структури управління інноваційним розвитком; підготовка управлінських рішень про своєчасну зміну пріоритетів і пошук нових напрямів інноваційного розвитку [2-4; 6].

Зважаючи на особливості управління кондитерським підприємством, пропонуємо розглядати управління інноваційним розвитком АТ «Житомирські ласощі» в розрізі товарної політики в таких п'яти основних аспектах, що показано в табл. 1.

Успішним прикладом, є участь АТ «Житомирські ласощі» у бізнес-форумі «Зроблено в Україні» на початку жовтня 2024 року. Участь у даному заході – це не лише можливість продемонструвати власні кондитерські вироби, але й можливість ознайомитися з новітніми трендами українського кондитерського ринку [1]. АТ «Житомирські ласощі» мала змогу представити нові та покращені продукти перед потенційними партнерами, клієнтами, що дало можливість залучити нові контакти та обговорити можливості інноваційного розвитку у спільних проектах.

Комунікаційні заходи є важливими для підвищення пізнаваності товарного асортименту АТ «Житомирські ласощі» та зміцнення бренду фа боки як національного виробника.

Таблиця 1

### Основні товарні інновації кондитерського підприємства

| Аспект                      | Спрямування                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1) інноваційний             | спрямований на вдосконалення на всіх етапах виробництва АТ «Житомирські ласощі» якості продукції, технології виготовлення продукції за рахунок упровадження техніко-технологічних, організаційних нововведень тощо.                                           |
| 2) економічний              | полягає в розширенні сфери споживачів кондитерської продукції, збільшенні частки ринку, підвищенні результативності реалізації продукції АТ «Житомирські ласощі»                                                                                              |
| 3) соціально-організаційний | передбачає розгляд організаційного забезпечення управління АТ «Житомирські ласощі», а також соціальну орієнтацію інноваційного розвитку окремого чи групи виробничих працівників, удосконалення системи та процесів управління виробництвом готової продукції |
| 4) технічний                | АТ «Житомирські ласощі» поєднує розширення матеріально-технічної бази та технологічного забезпечення виробництва інноваційної кондитерської продукції                                                                                                         |
| 5) комунікаційний           | АТ «Житомирські ласощі» має активно розповідати не тільки про характеристики нового товару, але й про цінність та переваги, які отримує споживач від взаємодії з новим товаром.                                                                               |

Джерело: побудовано за [2-4; 6]

**Висновки.** За результатами проведеного дослідження, ми можемо дійти висновку, що АТ «Житомирські ласощі» намагається стимулювати свій інноваційний розвиток товарної політики не тільки за рахунок купівлі та встановлення інноваційного виробничого обладнання або розробки та випуску

інноваційної кондитерської продукції, а доповнює дані моменти вдалою інноваційною комунікаційною політикою.

### Список використаних джерел

1. Бізнес-форум «Зроблено в Україні». URL: [https://zl.com.ua/company/news/biznes\\_forum\\_zrobleno\\_v\\_ukrayini/](https://zl.com.ua/company/news/biznes_forum_zrobleno_v_ukrayini/)
2. Боковець В. В., Мануїлова В. Д. Удосконалення управління інноваційними процесами на підприємствах кондитерської галузі. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2014. Вип. 8(2). С. 85-88.
3. Єрмак С. О., Плотницька В. В. Інноваційні аспекти розвитку ринку кондитерських виробів України. Бізнес Інформ. 2016. № 11. С. 398-403.
4. Мокляк М. В., Попова Ю. М., Нелень Л. Ф. Маркетинг інновацій як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств кондитерської промисловості України в кризових умовах. Економіка і регіон. 2015. № 4. С. 29-34.
5. Сорокіна А. М. Аналіз сучасного стану підприємств кондитерської галузі України та шляхи підвищення економічної ефективності виробництва з запровадженням інновацій. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2023. № 4. С. 429-436.

## АНАЛІЗ ПЛАТІЖНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ПЛАТІЖНИХ КАРТОК В УКРАЇНІ

*Ірина ПАРУБОК*

*Бакалавр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»*

*Науковий керівник – Стойко О. Я., к. е. н., доцент*

**Вступ.** Платіжні картки є вагомим засобом для безготівкових розрахунків та отримання віддаленого доступу до банківських рахунків і відтак, одним з основних елементів в організації платіжних послуг. Розвиток транзакцій із платіжними банківськими картками має вирішальне значення для успішної роботи клірингових систем, вдосконалення методів грошового регулювання та забезпечення економіки адекватними засобами обміну, необхідними для ефективної організації грошового обігу.

Зручність використання платіжних карток для безготівкових розрахунків особливого значення набула в умовах пандемії та повномасштабного вторгнення, що безпосередньо пов'язано із оперативністю, ефективністю та надійністю цього платіжного інструменту. Оскільки платіжні картки є одними з найпотужніших засобів впливу на структуру всього платіжного обороту в нашій державі, дослідження карткових платіжних систем і ринків платіжних інструментів на макрорівні стають все актуальнішими.

Вагомий внесок у дослідження механізму функціонування ринку платіжних карток зробили вітчизняні вчені: Є. О. Бублик, О. В. Ваганова, Н. І. Волкова, О. В. Дзюблук, В. В. Дячук, М. О. Євдокімова, І. І. Легкоступ, І. В. Литвинчук, Г. С. Морозова, Т. П. Назаренко, Л. О. Нетребчук, Т. О. Плісак, В. П. Чайковська та ін. Однак, потребують окремого дослідження питання щодо функціонування платіжних карток і платіжної інфраструктури в умовах повномасштабної війни.

**Результати дослідження.** Банківські платіжні картки являють собою дуже потужний фінансовий засіб, що зумовлює структуру усього грошового обороту в економіці держави [1, с. 153]. Як справедливо зазначають окремі дослідники, «динаміка ринку банківських платіжних карток та рівень його розвитку є важливим індикатором, за якими можна відслідковувати ступінь розвитку фінансового сектору економіки та загальну фінансову обізнаність населення країни» [2].

За допомогою платіжної картки легко керувати грошовими коштами оперативно, доручивши банку миттєво перерахувати суму на інший рахунок. На відміну від чеків, які роблять майже те ж саме, платіжна картка в сучасному світі, що базується на високорозвинених інформаційних комунікаціях, дозволяє власнику карти використовувати свої кошти якомога зручніше. Практично, з точки зору ліквідності, платіжна карта близька до готівки, оскільки за допомогою платіжних карток можна оплачувати товари та послуги в роздрібних торгових точках, які мають відповідне обладнання, так само швидко, як готівкою, але без усіх проблем і витрат, пов'язаних із використанням готівки.

Проаналізуємо динаміку кількості платіжних карток в Україні за 2020 р.–ІІ кв. 2024 р. (табл. 1).

З даних табл. 1 видно, що довіра населення та бізнесу до безготівкових розрахунків росте, так як основна кількість емітованих платіжних карток за станом на 1 липня 2024 р. становить 188,8 млн шт., що більше від кількості на 1 травня 2024 р. на 1,5 млн шт. чи на 1,28 % та більше від кількості на 1 січня 2021 р. на 49,2 млн шт. чи на 72,42 %.

Проте слід зауважити, що не всі картки є активними, якщо на початок 2021 р. активні картки становили 61,2 %, то на початок III кварталу 2024 р. – 44,7 % від загальної кількості платіжних карт. За станом на 1 липня 2024 р. кількість активних платіжних карток становить 53,1 млн шт., що більше від кількості на 1 травня 2024 р. на 0,4 млн шт. чи на 0,76 % та більше від кількості на 1 січня 2021 р. на 10,9 млн шт. чи на 25,83 %.

Про зручність безконтактного розрахунку свідчить стрімке зростання виданих платіжних карт безконтактної оплати. За станом на 1 липня 2024 р. кількість таких карток становить 31,7 млн шт., що більше від кількості безконтактних платіжних карток на 1 травня 2024 р. на 0,3 млн шт. чи на 0,96 % та більше від кількості на 1 січня 2021 р. на 23,1 млн шт. чи в 3,7 рази.

Таблиця 1

**Динаміка кількості платіжних карток в Україні за 2020 р.–ІІ кв. 2024 р.**

| За станом на | Кількість, млн шт. | Абсолютна зміна, млн шт |           | Темп приросту, % |           |
|--------------|--------------------|-------------------------|-----------|------------------|-----------|
|              |                    | базисна                 | ланцюгова | базисна          | ланцюгова |

| Всього платіжних карток в обігу |       |      |      |        |       |
|---------------------------------|-------|------|------|--------|-------|
| 01.01.2021 р.                   | 68,9  | -    | -    | -      | -     |
| 01.01.2022 р.                   | 73,4  | 4,5  | 4,5  | 6,53   | 6,53  |
| 01.01.2023 р.                   | 89,1  | 20,2 | 15,7 | 29,32  | 21,39 |
| 01.01.2024 р.                   | 115,1 | 46,2 | 26   | 67,05  | 29,18 |
| 01.04.2024 р.                   | 117,3 | 48,4 | 2,2  | 70,25  | 1,91  |
| 01.07.2024 р.                   | 118,8 | 49,9 | 1,5  | 72,42  | 1,28  |
| Активні платіжні картки         |       |      |      |        |       |
| 01.01.2021 р.                   | 42,2  | -    | -    | -      | -     |
| 01.01.2022 р.                   | 40,4  | -1,8 | -1,8 | -4,27  | -4,27 |
| 01.01.2023 р.                   | 46,3  | 4,1  | 5,9  | 9,72   | 14,60 |
| 01.01.2024 р.                   | 52,1  | 9,9  | 5,8  | 23,46  | 12,53 |
| 01.04.2024 р.                   | 52,7  | 10,5 | 0,6  | 24,88  | 1,15  |
| 01.07.2024 р.                   | 53,1  | 10,9 | 0,4  | 25,83  | 0,76  |
| Безконтактні платіжні картки    |       |      |      |        |       |
| 01.01.2021 р.                   | 8,6   | -    | -    | -      | -     |
| 01.01.2022 р.                   | 13,2  | 4,6  | 4,6  | 53,49  | 53,49 |
| 01.01.2023 р.                   | 20,0  | 11,4 | 6,8  | 132,56 | 51,52 |
| 01.01.2024 р.                   | 30,6  | 22   | 10,6 | 255,81 | 53,00 |
| 01.04.2024 р.                   | 31,4  | 22,8 | 0,8  | 265,12 | 2,61  |
| 01.07.2024 р.                   | 31,7  | 23,1 | 0,3  | 268,60 | 0,96  |
| Токенізовані платіжні картки    |       |      |      |        |       |
| 01.01.2021 р.                   | 2,5   | -    | -    | -      | -     |
| 01.01.2022 р.                   | 3,9   | 1,4  | 1,4  | 56,00  | 56,00 |
| 01.01.2023 р.                   | 6,7   | 4,2  | 2,8  | 168,00 | 71,79 |
| 01.01.2024 р.                   | 12,4  | 9,9  | 5,7  | 396,00 | 85,07 |
| 01.04.2024 р.                   | 13,4  | 10,9 | 1    | 436,00 | 8,06  |
| 01.07.2024 р.                   | 14,1  | 11,6 | 0,7  | 464,00 | 5,22  |

Джерело: складено за [3]

Ще стрімкішою є токенізація банківських карток, що пов'язано з використанням мобільних телефонів для розрахунків, з розвитком онлайн-торгівлі, а також іншими електронними платіжними сервісами. Кількість токенізованих платіжних карток за станом на 1 липня 2024 р. становить 14,1 млн шт., що більше від кількості на 1 травня 2024 р. на 0,7 млн шт. чи на 5,22 % та більше від кількості на 1 січня 2021 р. на 11,6 млн шт. чи в 5,6 разів.

Розрахункові операції з використанням платіжних карток значно розширили платіжну інфраструктуру. Розглянемо динаміку показників інфраструктури ринку платіжних карток в Україні за 2020 р.–ІІ кв. 2024 р. в табл. 2.

Дані табл. 2 свідчать про значне зростання POS-терміналів та зменшення кількості банкоматів. У такий спосіб банківська система стимулює ріст здійснення населенням безготівкових операцій та досягає зменшення операцій зі зняття готівки. За станом на 1 липня 2024 р. кількість POS-терміналів становить 480,6 тис. шт., що більше від кількості терміналів на 1 травня 2024 року на 15,8 тис. шт. чи на 3,4 % та більше від кількості на 1 січня 2021 р. на 146,8 тис. шт. чи на 43,9 %. За станом на 1 липня 2024 р. кількість банкоматів становить 15,8 тис. шт., що менше від кількості банкоматів на 1 травня 2024 р. на 0,1 тис. шт. чи на 0,63 % та менше від кількості на 1 січня 2021 р. на 3,7 тис. шт. чи на 19,0 %.

**Динаміка показників інфраструктури ринку платіжних карток в Україні  
за 2020 р.–II кв. 2024 р.**

| За станом на    | Кількість, тис. шт. | Абсолютна зміна, тис. шт |           | Темп приросту, % |           |
|-----------------|---------------------|--------------------------|-----------|------------------|-----------|
|                 |                     | базисна                  | ланцюгова | базисна          | ланцюгова |
| Банкомати       |                     |                          |           |                  |           |
| 01.01.2021 р.   | 19,5                | -                        | -         | -                | -         |
| 01.01.2022 р.   | 18,8                | -0,7                     | -0,7      | -3,59            | -3,59     |
| 01.01.2023 р.   | 18,5                | -1                       | -0,3      | -5,13            | -1,60     |
| 01.01.2024 р.   | 16,8                | -2,7                     | -1,7      | -13,85           | -9,19     |
| 01.04.2024 р.   | 15,9                | -3,6                     | -0,9      | -18,46           | -5,36     |
| 01.07.2024 р.   | 15,8                | -3,7                     | -0,1      | -18,97           | -0,63     |
| POS – термінали |                     |                          |           |                  |           |
| 01.01.2021 р.   | 333,8               | -                        | -         | -                | -         |
| 01.01.2022 р.   | 375,0               | 41,2                     | 41,2      | 12,34            | 12,34     |
| 01.01.2023 р.   | 426,5               | 92,7                     | 51,5      | 27,77            | 13,73     |
| 01.01.2024 р.   | 449,5               | 115,7                    | 23        | 34,66            | 5,39      |
| 01.04.2024 р.   | 464,8               | 131                      | 15,3      | 39,25            | 3,40      |
| 01.07.2024 р.   | 480,6               | 146,8                    | 15,8      | 43,98            | 3,40      |

*Джерело: складено за [3]*

**Висновки.** Банківським платіжним карткам як інструменту розрахунків притаманна низка безсумнівних переваг для всіх учасників платіжного обороту – комерційних банків, домашніх господарств, підприємств та держави загалом. Наразі спостерігаємо значне зростання POS-терміналів та зменшення кількості банкоматів, що стимулює зростання обсягів безготівкових операцій та скорочення обсягів операцій зі зняття готівки. За останні роки спостерігається стійка тенденція до збільшення кількості випущених платіжних карток, але водночас відбувається негативна тенденція щодо зменшення кількості активних карток. Також відмічається стрімке зростання токенизації банківських карток, що пов'язано з використанням мобільних телефонів для розрахунків, з розвитком онлайн-торгівлі, а також іншими електронними платіжними сервісами.

**Список використаних джерел**

1. Дзюблюк О. В. Банківські платіжні картки як головна форма сучасних грошових відносин і основа грошового обігу. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. № 1. С. 152-164.
2. Литвинчук І. В., Назаренко Т. П., Дячук В. В. Оцінка ринку платіжних карток в Україні. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 64. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4229/4155> (дата звернення: 02.12.2024).
3. Ринок платіжних карток в Україні // Єдиний державний веб-портал відкритих даних. URL: <https://data.gov.ua/dataset/e69526a2-26bb-4278-a49b-bdc4163cb662> (дата звернення: 02.12.2024).

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАХУВАННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Дарина ПАШКОВСЬКА

бакалавр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»

Науковий керівник - Віленчук О. М., д. е. н, професор

**Вступ.** Страхування відповідальності є вагомим сегментом розвитку страхового ринку України. Адже ризикогенність багатьох сфер та галузей національної економіки зумовлює об'єктивну необхідність посилення страхового захисту третіх осіб (вигодонабувачів), внаслідок діяльності або бездіяльності страхувальників. Завдяки еквівалентному розподілу ризиків й відповідальності між суб'єктами страхування формується дієвий механізм відшкодування непередбачених витрат третім особам у разі настання страхових випадків.

Теоретико-методичні напрацювання у сфері страхування відповідальності відображено в працях таких вчених, як: Ю. Алексєрова, О. Віленчук, В. Борисова, Ю. Клапків, В. Плиса, А. Шолойко та ін. Проте динаміка змін попиту на страхові послуги у даному сегменті страхового ринку є досить високою, що зумовлює актуальність та доцільність дослідження даного сегменту страхового ринку.

**Результати досліджень.** У науковій літературі страхування відповідальності розглядається як сфера страхової діяльності, яка спрямована на «захист майнових інтересів, пов'язаних із компенсацією збитків, завданих життю, здоров'ю чи майну третіх фізичних осіб, а також майну юридичних осіб через дії або бездіяльність страхувальника» [3, с.117-119].

У багатьох розвинених країнах світу страхування відповідальності є важливою складовою страхового ринку, і досвід цих держав може стати корисним для вдосконалення відповідних практик в Україні. Одним із найбільш розвинених напрямів є страхування професійної відповідальності, яке активно застосовується у США, Великобританії, Німеччині та інших країнах.

У країнах Європейського Союзу широко застосовується обов'язкове страхування цивільної відповідальності, зокрема автовласників. Директиви ЄС регулюють цей сегмент, вимагаючи високих стандартів захисту для постраждалих у дорожньо-транспортних пригодах. Наприклад, у Франції діє система, яка передбачає встановлення мінімального розміру страхового покриття для всіх водіїв, що сприяє оперативному відшкодуванню збитків без зайвих затримок.

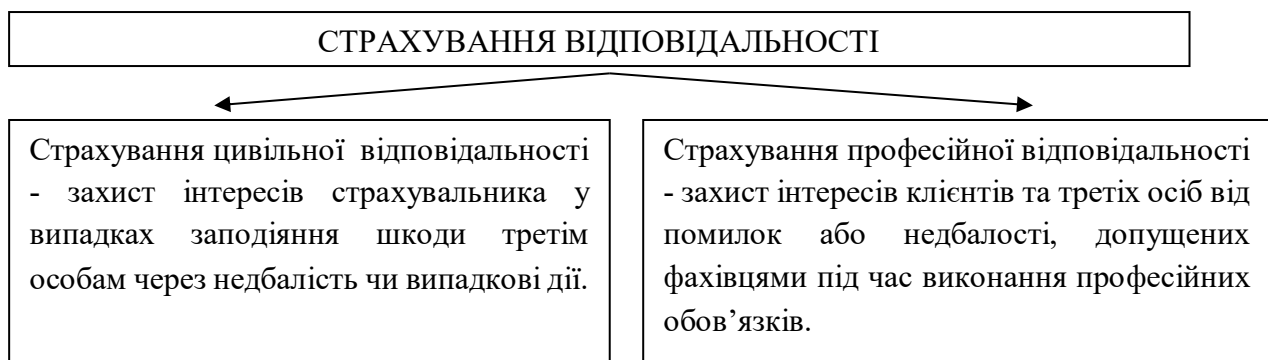
Цінним є досвід Японії, де страхування відповідальності охоплює ризики, пов'язані із стихійними лихами та їх наслідками. В зазначеній країні страхові компанії пропонують послуги, які компенсують збитки, завдані третім особам через нещасні випадки на підприємствах або в житлових приміщеннях, спричинені природними катастрофами. Це є важливим механізмом підтримки соціальної стабільності в умовах високої сейсмічної активності.

Досвід цих країн демонструє, що ефективна система страхування відповідальності ґрунтується на чітких законодавчих нормах, прозорості роботи страхових компаній і широкому залученні до цього процесу професійних об'єднань. Україна може врахувати ці підходи для підвищення довіри до системи страхування та забезпечення належного рівня захисту для страхувальників і постраждалих осіб.

Досліджуючи попит на страхові послуги в Україні варто відзначити, що у сегменті страхування відповідальності найбільшу кількість договорів укладається з обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів (ОСЦПВ). Така тенденція зумовлена необхідністю посилення страхового захисту третіх осіб (вигодонабувачів) у зв'язку з щорічним збільшенням кількості автотранспортних засобів та зростанням ДТП на автошляхах України. Крім цього постає об'єктивна потреба у диверсифікації страхового покриття на фахівців ризикованих професій, зокрема адвокатів, аудиторів, будівельників, лікарів, юристів тощо). Актуальними для України є розвиток страхування екологічної відповідальності за забруднення реципієнтів довкілля, а саме: атмосферного повітря, земельних, водних, рекреаційних та ін. ресурсів. Кожен з цих видів страхування, спрямований на посилення захисту фінансово-економічних інтересів третіх осіб на випадок настання страхових подій

Специфікою даного сегменту страхових відносин є те, що його об'єктом страхування є не майно чи життя страхувальника, а його зобов'язання перед іншими особами. Договір страхування відповідальності передбачає, що страхова компанія покриває витрати страхувальника, пов'язані з відшкодуванням збитків, спричинених особистим та майновим інтересам третіх осіб.

Ще однією особливістю є залежність страхового ризику від поведінки страхувальника, оскільки шкода може бути завдана як умисно, так і через необережність. Це потребує ретельної оцінки ризиків та введення обмежень, таких як франшиза чи виключення певних подій із покриття. Залежно від кваліфікаційних ознак страхування відповідальності поділяється на такі основні підвиди:



**Рис. 1 Основні види страхування відповідальності в Україні**

*Джерело : сформовано автором на основі [3].*

Страхування відповідальності є важливим інструментом захисту майнових та немайнових інтересів як фізичних, так і юридичних осіб. Даний вид страхування спрямований на забезпечення компенсації збитків, завданих третім особам через дії або бездіяльність страхувальника. Основні види страхування відповідальності в Україні поширюються на страхування цивільної відповідальності, що стосується заподіяння шкоди третім особам, та професійної відповідальності, яке спрямоване на захист клієнтів від помилок, допущених фахівцями у професійній діяльності.

Ці види страхування дозволяють мінімізувати фінансові ризики, пов'язані з відшкодуванням збитків, та сприяють підвищенню довіри у суспільстві до ризикогенних професій. Розподіл страхування відповідальності на класи та види допомагає чіткіше структурувати ринок страхових послуг, зробити їх доступнішими для широкого кола страхувальників та ефективніше відповідати на сучасні виклики в страховому захисті.

Істотною особливістю страхування відповідальності слід визнати варіативність ризиків, які можуть бути застраховані. Страхувальники обирають обсяг покриття, який відповідатиме його потребам та ризикам які можуть бути згенеровані у просторі та часі. Крім того, існує можливість укладання договорів страхування з умовами, що визначають максимальні розміри компенсацій, а також винятки з покриття [3,с.119].

Варто відзначити, що страхування відповідальності стимулює дотримання певних стандартів поведінки або ведення бізнесу. Наприклад, обов'язкове страхування відповідальності для водіїв мотивує їх дотримуватись правил дорожнього руху, а професійне страхування відповідальності – діяти в межах стандартів і етики професії.

За останні роки спостерігається поступове зростання попиту на цей вид страхування, особливо у сферах професійної діяльності та екологічної відповідальності. Проте ринок страхування відповідальності в Україні перебуває на етапі своєї трансформації та пошуку оптимальної взаємодії суб'єктів страхового процесу. Необхідність розвитку та впровадження нових страхових продуктів, адаптованих до потреб суб'єктів підприємницької діяльності та громадян, є ключовим завданням для подальшого розвитку даного сегменту страхового ринку.

Для підвищення ефективності страхування відповідальності в Україні доцільно оновити правове регулювання та розширити перелік обов'язкових видів страхування. Зокрема, слід запровадити страхування екологічної відповідальності для підприємств із підвищеним ризиком забруднення довкілля. Стимулювати розвиток добровільного страхування можна через надання податкових пільг для бізнесу та фізичних осіб. Важливо організовувати інформаційні компанії, які роз'яснюватимуть переваги страхування відповідальності, особливо для малого бізнесу.

Страховикам варто зосередитися на впровадженні цифрових технологій для спрощення укладення договорів і швидкого врегулювання страхових випадків. Необхідно розробляти нові страхові продукти, зокрема для захисту від

кіберзагроз і автоматизованих систем. Довіру до страхових компаній допоможе підвищити запровадження рейтингів надійності страховиків. Успішний розвиток цієї сфери можливий за умови активної співпраці держави, страхових компаній і бізнесу, що дозволить зробити страхування відповідальності ефективним інструментом соціального захисту.

**Висновки.** Страхування відповідальності є невід’ємною частиною фінансово-економічних відносин у суспільстві. Завдяки даному виду страхових відносин забезпечується захист не лише для страхувальника, але і третіх осіб, що можуть постраждати через його дії або бездіяльність. Завдяки страхуванню відповідальності зменшуються ризики, пов’язані з різноманітними випадковими подіями та підтримується фінансова стабільність як окремих громадян, так і компаній.

### Список використаних джерел

1. Віленчук О. М. Проблеми та перспективи адаптації та інтеграції України у глобальний страховий простір. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія міжнародні економічні відносини та світове господарство. Вип. 42. 2022. С. 20
2. Економічна суть, необхідність та особливості страхування відповідальності. Страхування відповідальності: вебсайт URL: Навчально-інформаційний портал ВП НУБіП України "Ніжинський агротехнічний інститут" (дата звернення: 01.10.2024)
3. Страхування : навчальний посібник / О. С. Журавка, А. Г. Бухтіарова, О. М. Пахненко. – Суми : Сумський державний університет, 2020. 350 с.

## КРЕДИТНИЙ РИЗИК БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ ТА МЕТОДИ ЙОГО МІНІМІЗАЦІЇ

*Анна ПЕТРИЧУК, Катерина САДОВСЬКА*

*Бакалавр спеціальності «Фінанси банківська справа та страхування»,  
Науковий керівник - Шубенко І.А., к.е.н., доцент*

**Вступ.** У своїй діяльності банки стикаються з різноманітними ризиками, але основний – кредитний ризик. Як правило він виникає у процесах операційної діяльності банку, коли банк оцінює платоспроможність клієнта, несвоєчасне виявлення проблеми в наданні кредиту або недосконала контрольна політика банку спричиняє розвитку саме кредитного ризику. Питання мінімізації кредитного ризику завжди актуальне в банківській діяльності, адже мінімізація ризику допоможе не тільки уникнути його, але й уникнути серйозних проблем, які можуть виникнути з платоспроможністю та ліквідністю банку.

Кредитний ризик – це ризик, який виникає через неплатоспроможність сторони, що взяла на себе зобов’язання виконати умови кредитного договору та

вчасно погасити борг. Присутність у банківській діяльності цього ризику є нормальним явищем, адже як відомо значну частину прибутку банк отримує саме від надання кредитних послуг. Дослідженням кредитного ризику займаються, як іноземні науковці та і вітчизняні, серед них: В. Вітлінський, О. Пернарівський, І. Демчик, І. Бланк, Є. Брігхем та інші. Така кількість науковців свідчить про те, що дана тема є актуальною для дослідження. Тому буде доцільно її розглянути та детально дослідити методи мінімізації кредитного ризику банківськими установами.

**Результати дослідження:** Мінімізація кредитного ризику у сучасній тенденції розвитку банківської системи України є важливим питанням. Вдале управління кредитними ризиками стосується пошуків реальних шляхів мінімізації ризику таких, щоб зберегти платоспроможність банку та одержати достатній дохід для збереження вкладів клієнтів. Мінімізація ризиків використовується, коли дохідність банку відповідає очікуванням керівництва та власників, а головною метою стає забезпечення стабільності фінансових показників. Тому буде доцільно більш детально розглянути методи мінімізації кредитного ризику.

Методи мінімізації кредитного ризику поділяють на зовнішні та внутрішні. До внутрішніх методів в основному відносять внутрішньобанківський менеджмент, сюди можна віднести аналіз платоспроможності та формування резервів банком на покриття кредитних ризиків.

Основним та початковим етапом управління кредитними ризиками є аналіз платоспроможності клієнта так, як при формуванні кредиту банк повинен включати пункт резерву, який забезпечить безпеку від кредитного ризику для даної послуги. Для того аби визначити кредитний ризик існує безліч показників, які розраховуються для оцінки кредитного ризику. Один із таких показників є максимальний обсяг ризику на одного позичальника банківської установи [4]. Відповідно до цього показника НБУ встановив граничний ліміт на рівні 0,25. Також для обчислення кредитного ризику використовують: метод коефіцієнтів, статистичні методи оцінки ступеня кредитного ризику та експертні методи.

До зовнішніх методів мінімізації кредитного ризику можна віднести (рис. 1):

- Лімітування – дає змогу обмежити кредитний ризик, шляхом встановлення максимально допустимої кількості позичок.

- Диверсифікація – полягає у тому, що дозволяє розподілити кредитний портфель між позичальниками, які різняться своїми характеристиками та діяльністю.

- Створення резервів – забезпечить безпеку і вкладникам бо буде гарантія, що кредитний ризик не торкнеться їх, а з іншого боку створення резервів підвищить стабільність та надійність банку.

- Страхування – це механізм захисту фінансових установ від можливих втрат, пов'язаних із неплатоспроможністю позичальників. За допомогою страхування банк або інша кредитна організація передає частину або весь ризик неповернення кредиту страховій компанії, що дозволяє зменшити вплив кредитних ризиків на фінансові показники установи.

Відповідно до Цивільного кодексу України до дієвих методів також можна віднести: Гарантію – це зобов'язання гаранта перед кредитором погасити борг позичальника у разі його неспроможності, що прописано у статті 560-569 Цивільного кодексу України [2].

Порука – це інститут, за яким поручитель бере на себе відповідальність за виконання зобов'язань позичальника у випадку його неспроможності, регламентується статтями 553-559 Цивільного кодексу України [2]. На нашу думку, буде доцільно розглянути такі методи, як хеджування та сек'юритизацію, як свідчить світова банківська практика, ці методи є дієвими у процесі мінімізації кредитного ризику [1]. Під хеджуванням розуміють стратегію захисту від можливих ризиків, яка використовує фінансові інструменти або угоди для зменшення потенційних збитків у разі негативних змін на ринку. Подібно до страхування, хеджування не усуває ризики повністю, але дозволяє мінімізувати їхній вплив на фінансові показники. Основними інструментами є: ф'ючерсні та форвардні контракти та опціони. Щодо строку дії хеджування виділяють коротке та довге хеджування. Більш позитивним є коротке хеджування, адже воно допомагає гарантувати встановлену ціну для продажу базового активу, яким володіє продавець.

Метод сек'юритизації полягає у використанні кредитних деривативів. Даний метод дозволяє банку відокремити актив від кредитного ризику тим самим дозволяє подальшу передачу ризику третій стороні. У сучасній практиці виділяють такі види сек'юритизації: балансова, традиційна(класична) та синтетична. Балансова сек'юритизація – це процес фінансової реструктуризації, при якому активи компанії конвертуються у фінансові інструменти (ціні папери) і залишаються на балансі організації. Головною метою сек'юритизації є залучення додаткового фінансування та зниження ризиків, пов'язаних з активами.

Традиційна (класична) сек'юритизація – це процес перетворення активів на цінні папери, які можуть бути продані інвесторам. Вона широко використовується для підвищення ліквідності активів і зниження фінансових ризиків. Синтетична сек'юритизація – це фінансова технологія, яка дозволяє передавати кредитні ризики без фактичної передачі базових активів. Основна особливість цього механізму полягає в тому, що замість продажу активів створюється синтетична структура, яка базується на фінансових деривативах, таких як кредитні дефолтні свопи (CDS) [3].

Таким чином, для ефективного управління кредитним ризиком необхідні як теоретичні дослідження в цій сфері, так і практичні навички банківських працівників у проведенні аналізу та мінімізації можливих витрат, що виникають під час кредитної діяльності. Важливо, щоб банки відмовлялися від надання швидких кредитів, впроваджували більш прозорі та дієві методи оцінки платоспроможності і кредитоспроможності клієнтів. Окрім цього, доцільно вивчати та застосовувати досвід іноземних банків у сфері управління кредитними ризиками.



**Рис.1. Методи мінімізації кредитним ризиком**

*Джерело: зроблене автором на основі [3].*

**Висновки.** Кредитні ризики становлять найбільшу загрозу для фінансової стійкості комерційних банків, тому впровадження нових, більш ефективних підходів до оцінки, управління та запобігання кредитним ризикам має стати ключовим напрямом розвитку банківської системи України. Важливо продовжувати зусилля щодо зниження кредитного ризику як на рівні комерційних банків, так і через вдосконалення законодавства. Необхідні подальші дослідження у сфері використання комплексних систем управління кредитними ризиками, які відіграють важливу роль у керуванні комерційними банками.

### Список використаних джерел

1. Ампілогова К.О. Сучасні методи управління ризиками кредитування банками фізичних осіб. Фінансова політика. 2020. Вип 4 (144). С. 34-39.
2. Цивільний кодекс України. Відомості Верховної Ради України. 2024. №№ 40-44. С. 356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 17.10.2024).
3. Островська Н.С. Методи мінімізації банківських ризиків в Україні. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 29. С. 80-84.
4. Стратегія макропруденційної політики Національного банку України: веб-сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-makroprudentsiynoyi-politiki-natsionalnogo-banku-ukrayini> (дата звернення: 17.10.2024).

**УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРАТ «ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНА ФІРМА «ЛЕСЯ»***Михайло ПЛОХОТЮК**Магістр спеціальності «Менеджмент», ОП «Міжнародний менеджмент»**Науковий керівник – Паламарчук Т. М., к. е. н, доцент*

**Вступ.** У сучасних умовах швидких змін на ринку, інтенсивної конкуренції та зростаючих вимог споживачів підприємства швейної промисловості вимушені постійно адаптувати свої стратегії та підходи до управління маркетинговою діяльністю. ПрАТ «Виробничо-комерційна фірма «Леся», як відомий виробник одягу, є яскравим прикладом компанії, яка прагне задовольнити потреби споживачів, пропонуючи якісний та стильний одяг, що відповідає сучасним тенденціям.

У контексті сучасних викликів, що стоять перед вітчизняною швейною промисловістю, ключовою задачею є оптимізація системи управління маркетинговою діяльністю, яка повинна бути адаптована до динамічних змін зовнішнього середовища. Удосконалення цієї системи передбачає розробку і впровадження нових методів і технологій міжнародного бізнесу, що дозволять підприємству ефективно реагувати на зміни в споживчому попиті, вдосконалювати комунікаційні стратегії та оптимізувати процеси просування товарів.

**Результати дослідження.** Нині ПрАТ «Виробничо-комерційна фірма «Леся» реалізує ефективну маркетингову стратегію для просування своєї торгової марки LAGRAND [2]. Основною метою стратегії є задоволення потреб споживачів і підвищення впізнаваності бренду. Компанія активно використовує цифрові канали для комунікації з цільовою аудиторією, зокрема соціальні мережі, де веде рекламні кампанії, публікує новини про нові колекції та акції.

Зауважимо, що процес формування маркетингової стратегії вимагає ретельного аналізу її складових: маркетингових цілей (збільшення обсягу продажу, прибутку, частки ринку), а також зовнішніх (економічних, політичних, соціальних, демографічних, екологічних) та внутрішніх (маркетингових можливостей підприємства, конкурентоспроможності продукції) факторів, що впливають на діяльність компанії. Окрім того, важливо оцінити вихідні елементи, що включають розробку стратегічних рішень для маркетингового комплексу (товари, ціни, канали збуту, просування) [3].

Маркетингова стратегія характеризується рядом ключових ознак:

- *зв'язок з генеральною метою:* маркетингова стратегія має бути узгоджена з загальною місією та цілями підприємства. Це забезпечує єдність дій і сприяє досягненню загальних результатів;

- *прогнозування та розробка заходів:* ефективна стратегія включає аналіз ринку, оцінку конкурентів, визначення потреб споживачів та планування дій для досягнення поставлених цілей на довгострокову перспективу;

– *стійка конкурентна позиція*: вона має ґрунтуватися на сильних сторонах підприємства, його ресурсах та можливостях, щоб забезпечити конкурентоспроможність на ринку;

– *потреби споживачів*: основна мета маркетингової стратегії – задовольнити потреби та бажання споживачів, що забезпечить лояльність клієнтів і їх готовність повертатися;

– *миттєва реакція на зміни*: сучасний ринок динамічний, тому стратегія повинна бути гнучкою і здатною швидко реагувати на зміни в умовах конкуренції, уподобаннях споживачів або економічних умовах;

– *провідне місце серед функціональних стратегій*: маркетингова стратегія інтегрується з іншими функціональними стратегіями (наприклад, фінансовою, виробничою) та допомагає формувати загальний бізнес-план;

– *підґрунття для формування інших стратегій*: ефективна маркетингова стратегія слугує основою для розробки інших стратегій підприємства, таких як розробка продуктів, управління брендом або комунікаційна стратегія [Струк].

Один із важливих аспектів маркетингової стратегії ПрАТ «Виробничо-комерційна фірма «Леся» – участь у виставках і модних показах, що дозволяє продемонструвати продукцію та залучити нових клієнтів. Компанія також розробляє лояльні програми для постійних споживачів, пропонуючи знижки та спеціальні пропозиції. Окрім цього, товариство орієнтується на співпрацю з впливовими особами та блогерами, що допомагає розширити охоплення та залучити молоду аудиторію. Компанія здійснює моніторинг трендів і адаптує свій асортимент відповідно до актуальних модних напрямків, що дає змогу залишатися конкурентоспроможною на ринку.

Важливою складовою є зворотний зв'язок від споживачів, який компанія активно використовує для вдосконалення своєї продукції. Це сприяє формуванню довгострокових відносин із клієнтами. ПрАТ «Виробничо-комерційна фірма «Леся» звертає увагу на соціальну відповідальність, що підвищує імідж компанії та залучає свідомих споживачів, які цінують екологічні ініціативи.

Варто зауважити, що у нинішніх складних умовах воєнного стану підприємствам може знадобитися частково або повністю переглядати маркетингові стратегії для адаптації до нових реалій та забезпечення свого виживання [1].

Л. Шостак, Л. Ліпич, В. Морохова та Н. Миронова зазначають, що при розробці маркетингової стратегії в умовах воєнного стану підприємствам слід враховувати наступні аспекти:

– актуальність продукції чи послуг. В умовах війни змінюється попит на товари та послуги, тому важливо орієнтуватися на ті, що є найбільш затребуваними в цей період;

– психологічний елемент у рекламі. Рекламний контент має бути спрямований на підтримку морального духу споживачів, викликати надію та емоційну підтримку;

- підвищення співпраці. Воєнні дії можуть створювати потребу у співробітництві та взаємодопомозі. Тому підприємствам слід фокусуватися на ініціативах, які демонструють їх здатність допомагати та підтримувати суспільство;

- безпека та взаємодія з брендом. У рекламних кампаніях важливо наголошувати на безпечності продукції чи послуг та надійності бренду, особливо в критичних умовах;

- зміна потреб та пріоритетів споживачів. У часи війни споживачі можуть переглядати свої пріоритети та вподобання. Підприємствам важливо вчасно реагувати на ці зміни, адаптуючи пропозиції до нових реалій;

- використання нових маркетингових комунікацій. В умовах нестабільності доцільно залучати нові форми комунікацій, які допоможуть швидко реагувати на зміни ринку та досягати споживачів у складних умовах [4].

Вдосконалення системи управління маркетинговою діяльністю підприємству ПрАТ «Виробничо-комерційна фірма «Леся», передбачає:

1. Аналіз ринку та споживачів:

- дослідження потреб споживачів (проведення регулярних опитувань та фокус-груп для визначення потреб і вподобань цільової аудиторії);

- аналіз конкурентів (вивчення стратегії конкурентів, їх сильних та слабких сторін, щоб виявити можливості для покращення).

2. Вдосконалення маркетингової стратегії:

- сегментація ринку (визначення конкретних сегментів споживачів та адаптація продуктів і послуг під їх потреби);

- позиціонування (розробка чіткої позиції бренду на ринку, яка б підкреслювала унікальність продукції).

3. Підвищення ефективності комунікацій:

- цифровий маркетинг (використання соціальних мереж, контент-маркетингу та SEO для покращення видимості бренду та залучення нових клієнтів);

- розробка рекламних кампаній (створення креативних рекламних кампаній, які б звертали увагу на продукцію).

4. Інновації в продукції:

- розробка нових колекцій (впровадження нових дизайнів та матеріалів, орієнтуючись на сучасні тренди);

- покращення якості (використання нових технологій та підходів для підвищення якості продукції).

5. Управління продажами:

- оптимізація каналів збуту (визначення ефективних каналів розповсюдження, включаючи онлайн-продажі);

- CRM-системи (впровадження системи управління відносинами з клієнтами для покращення сервісу і підтримки клієнтів).

6. Навчання та розвиток персоналу:

- тренінги для співробітників (проведення регулярних навчальних програм для підвищення кваліфікації працівників у сфері маркетингу та продажів);

– мотивація (розробка системи заохочень для стимулювання активності команди у досягненні маркетингових цілей).

#### 7. Вимірювання та аналіз ефективності:

– ключові показники ефективності (встановлення чітких показників КРІ для оцінки результатів маркетингових кампаній та коригування стратегії у разі необхідності);

– зворотний зв'язок (регулярний моніторинг відгуків споживачів і аналіз результатів для подальшого вдосконалення).

**Висновки.** Завдяки зазначеним напрямкам, ПРАТ «Виробничо-комерційна фірма «Леся», на нашу думку, зможе підвищити ефективність своєї маркетингової діяльності, адаптуватися до мінливих умов ринку та задовольняти потреби споживачів.

#### Список використаних джерел

1. Зміни у маркетинговій стратегії бізнесу під час війни та воєнного стану. URL: <https://dinanta.com/blog/marketing-during-war>

2. Офіційний сайт ПРАТ «Виробничо-комерційна фірма «Леся». URL: <http://surl.li/rkinjt>

3. Струк Н., Капраль О. Маркетингова стратегія підприємства: суть і процес вибору. *Економіка та суспільство*. 2023. №55. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-75>

4. Шостак Л., Ліпич Л., Морохова В., Миронова Н. Особливості формування маркетингової стратегії розвитку підприємства в умовах цифрової трансформації, економіко-політичних змін та воєнного часу. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 4 (04). С. 86–90. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-4-15>.

## СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Роман ПОПОВ

магістр спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник - Олена Бездітко, к.е.н., доцент

**Вступ.** Стратегії розвитку маркетингового менеджменту є незаперечним атрибутом бізнес-діяльності підприємства в умовах зростаючої конкуренції та постійних змін ринкових умов, які вимагають від бізнесів адаптації та гнучкості. Ефективна маркетингова стратегія дозволяє підприємствам не лише залучати нових клієнтів, а й утримувати наявних, що є ключовим для стабільного зростання. Розвиток маркетингового менеджменту також сприяє оптимізації витрат і підвищенню рентабельності завдяки точному визначенню потреб цільової аудиторії. У сучасних умовах діджиталізації та глобалізації ефективна

стратегія маркетингового менеджменту стає вирішальним фактором для успішного позиціонування на ринку та збереження конкурентної переваги.

**Результати дослідження.** Стратегія розвитку маркетингового менеджменту – це довгостроковий план дій, спрямований на досягнення конкретних цілей підприємства через ефективне управління маркетинговою діяльністю. Вона охоплює визначення ринкових можливостей, аналіз конкурентів і цільової аудиторії, розробку унікальної пропозиції для споживачів, а також комплекс заходів, які забезпечують адаптивність підприємства до умов ринку. Стратегія розвитку маркетингового менеджменту дозволяє підприємству координувати всі маркетингові інструменти, включаючи цінову, товарну, комунікаційну і збутову політику, для створення стійких конкурентних переваг. Основою стратегії є глибоке розуміння ринку, поведінки споживачів та швидка адаптація до їхніх змінних потреб, що сприяє довготривалим відносинам з клієнтами та підвищенню лояльності до бренду.

Принципи формування стратегій розвитку маркетингового менеджменту уможливають досягнення стратегічних цілей і підтримку конкурентоспроможності підприємства. До основних із них належать:

- ✓ орієнтація на клієнта – розуміння потреб і очікувань клієнтів для підвищення їхньої задоволеності;
- ✓ інноваційність – постійне оновлення продуктів та підходів, щоб випереджати конкурентів і відповідати змінам ринку;
- ✓ гнучкість та адаптивність – здатність оперативно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі;
- ✓ комплексний підхід – координація всіх маркетингових заходів із загальною стратегією підприємства;
- ✓ довгострокове планування – орієнтація на стійке зростання і розвиток через побудову довготривалих відносин з клієнтами [1-3].

Стратегії розвитку маркетингового менеджменту класифікуються за цілями та підходами до розвитку підприємства, охоплюючи основні типи, представлені у табл. 1.

Кожен вид стратегії дозволяє підприємству адаптувати свою діяльність до вимог ринку та вибудовувати стійкі конкурентні переваги, задовольняючи потреби споживачів найбільш ефективним способом. Вибір конкретної стратегії залежить від ресурсів підприємства, його ринкових цілей, рівня конкуренції та динаміки попиту. Поєднання різних стратегій також може бути ефективним для забезпечення сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності.

Таблиця 1.

#### Види стратегій розвитку маркетингового менеджменту

| Стратегії | Обґрунтування |
|-----------|---------------|
|-----------|---------------|

|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Стратегії інтенсивного розвитку  | Передбачають зростання за рахунок оптимізації поточних ринкових позицій та вдосконалення продуктів.<br>До них належать стратегії проникнення на ринок, розширення асортименту, а також вдосконалення товару для максимального задоволення потреб клієнтів.                                                                                                                               |
| Інтеграційні стратегії           | Включають вертикальну і горизонтальну інтеграцію, що дозволяє контролювати більше етапів виробничо-збутового ланцюга.<br>Вертикальна інтеграція охоплює управління ланцюгом постачання (закупівлі та виробництво) або каналами збуту (дистрибуція), тоді як горизонтальна інтеграція може включати злиття з конкурентами.                                                                |
| Диверсифікаційні стратегії       | Передбачають розширення діяльності підприємства у нових напрямках, що може зменшити ризик залежності від одного продукту чи ринку.<br>Диверсифікація буває пов'язаною (нові продукти для наявних ринків) та непов'язаною (вихід на нові ринки з новими продуктами).                                                                                                                      |
| Стратегії інноваційного розвитку | Орієнтовані на створення нових продуктів, послуг або бізнес-моделей, що задовольняють актуальні чи нові потреби ринку.<br>Впровадження інноваційних рішень (цифрові технології, екологічно безпечні матеріали, автоматизація процесів) дозволяє забезпечити конкурентну перевагу та залучати нових клієнтів.                                                                             |
| Конкурентні стратегії            | Включають диференціацію, фокусування та лідерство у витратах.<br>Стратегія диференціації передбачає створення унікальної цінності, що виділяє продукт на фоні конкурентів, тоді як стратегія лідерства у витратах дозволяє залучати клієнтів через низькі ціни.<br>Фокусування на певному сегменті ринку дозволяє підприємству задовольнити специфічні потреби окремої групи споживачів. |

Джерело: власні дослідження.

**Висновки.** Стратегія розвитку маркетингового менеджменту є основним інструментом для досягнення довгострокових цілей підприємства через систематичне управління маркетингом. Вона забезпечує конкурентні переваги завдяки інтеграції ключових маркетингових політик та адаптації до ринкових змін. Глибоке розуміння ринку та потреб споживачів дозволяє підприємству будувати стійкі відносини з клієнтами та підвищувати їх лояльність.

### Список використаних джерел

1. Багорка М. О., Устік Т. В. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії управління підприємством. *Проблеми сучасних трансформацій*. Серія: економіка та управління. 2022. №5. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-04-01>. (дата звернення: 22.09.2024).
2. Ковшова І. О. Наукові підходи до визначення маркетингового менеджменту. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2017. Том 2. Вип. 1. С. 69-74.
3. Tarasovych L., Yaremova M., Vlasenko O. Strategic marketing in the management system: business adaptation technology under global challenges. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. №7. Р. 46–50. DOI: 10.32702/2306-6814.2023.7.46. (дата звернення: 12.09.2024).

## ОГЛЯД МОЖЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ АІ В МЕДИЧНІЙ ДІАГНОСТИЦІ

Антон ПРИМАК

*Бакалавр спеціальності «Комп'ютерні науки»  
Науковий керівник – Ковальчук М.О., к.пед.н., доцент*

**Вступ.** Медична діагностика вже доволі довгий час не терпить кардинальних змін і технології які використовуються для пошуку проблем, або планування їх вирішення вже доволі давно можна назвати застарілими в умовах сучасного часу. Саме тому разом із розвитком різних технологій в медицину прийшов штучний інтелект (ШІ), завдяки ньому у лікарів та пацієнтів з'явилася змога оброблювати величезні об'єми даних без великих затрат часу [1, с. 69], також ШІ дозволяє лікарям ставити доволі точні діагнози з мінімальними відхиленнями від істини.

Штучний інтелект на основі своєї здібності оброблювати великі масиви даних за допомогою машинного та глибокого навчання дає змогу медичній діагностиці прогресувати сильніше ніж будь коли, адже якщо ШІ буде навчений на основі багаторічних досліджень вчених у сфері медицини, то зможе по характерним ознакам виявляти захворювання ще до фактичного його проявлення, що в свою чергу дозволить запобігти йому на ранніх стадіях та збільшити шанси на виживання у пацієнтів із серйозними захворюваннями. Подібні технології особливо сильно потребуються у таких сферах медицини, як онкологія, кардіологія, неврологія та генетика [1, с. 70], адже саме вони потребують від результатів діагностики мізерних відхилень, а в ідеалі повної їх відсутності.

**Результати дослідження.** Аналізи медичних зображень що проводяться спеціалістами у медичному закладі фактично є основою для створення плану лікування, саме тому ці результати є дуже важливими і саме тому в цій справі часто вже зараз використовуються технології ШІ, які на практиці показують, що вони здатні розрізнити різні складні патерни та аномалії на медичних зображеннях таких як МРТ, КТ та рентгенівські знімки [1, с. 70]. Ці технології надають змогу дуже швидко діагностувати захворювання та не витрачаючи лишнього часу відразу перейти до знищення захворювання на ранніх стадіях, особливо важливо це при таких захворюваннях як рак легенів, рак молочної залози та серцево-судинні захворювання.

На основі аналізу великих обсягів клінічних даних системи штучного інтелекту можуть прогнозувати ймовірність виникнення захворювань у певних групах населення. Наприклад алгоритми машинного навчання мають змогу проаналізувати клінічну історію пацієнта, його спосіб життя і генетичні фактори, щоб оцінити ризик розвитку [1, с. 70] таких доволі поширених захворювань як діабет, гіпертонія та навіть можливість виникнення інфаркту, що надає лікарям змогу лікарям заздалегідь вжити превентивних заходів та надати максимально ефективну медичну допомогу.

Дуже поширеною системою лікування пацієнтів є індивідуальна в якій кожному окремому пацієнту підбирають спеціальний план лікування на основі його геномних даних, а саме таких що отримані на молекулярному рівні та досліджені за допомогою штучного інтелекту [2, с. 441], подібний підхід до лікування дозволяє знайти захворювання ще до фактичного його проявлення і вибрати найбільш правильний курс лікування.

Прийняття важливих клінічних рішень є величезним викликом для лікаря, адже від цього висновку буде залежати процес лікування пацієнта та чи закінчиться це лікування вдало. В цій справі також використовуються технології штучного інтелекту, адже він може проаналізувати питання хвороби максимально детально та на основі досліджень конкретного пацієнта винести висновки, які ляжуть в основу клінічного рішення і допоможе лікарю винести максимально обґрунтовані плани лікування [1, с. 69].

Перешкоди з якими стикається ідея інтеграції штучного інтелекту у медичну діагностику є доволі значними і саме вони збільшують затрати часу на подібні інновації. В першу чергу при подібних змінах потрібно буде повністю адаптувати наявну інфраструктуру до нових технологій, що відразу підводить до другої проблеми, яка являє собою неймовірні фінансові витрати. Також значимою перешкодою є необхідність медичним працівникам навчатися використовувати подібні технології. Важливо провести роботу яка дозволить зберегти конфіденційні дані пацієнтів при роботі з ШІ [2, с. 442].

**Висновки.** Розвиток медичної діагностики і справді відбувається вже зараз і саме штучний інтелект має значиму роль у цьому процесі. У довгостроковій перспективі використання ШІ повинно розглядатися лише, як питання часу, а не план, адже саме ця технологія допоможе значно підвищити ефективність роботи як медичної діагностики так і медичних працівників в цілому. Однак перед подібними змінами стоять доволі значимі перешкоди, а саме потрібно вирішити етичні та правові питання, адже захист даних пацієнтів це дуже важливо, також потрібно створити систему за якою відповідальність не буде перекладатися на технологію. Якщо говорити про інтеграцію цих технологій до вже існуючих, то дуже значимою проблемою стане фінансове питання.

### Список використаних джерел

1. Горанський Ю. І. Штучний інтелект у медицині. *Технології доброчесного використання штучного інтелекту у сфері освіти та науки* : матеріали Міжнар. наук. конф., м. Одеса, 31 лип. – 10 верес. 2021 р. Одеса, 2023. С. 68–71.
2. Овдій А. А. Використання штучного інтелекту в медицині, збирання статистичних даних, прогноз майбутнього використання. *Матеріали XXIII Всеукраїнської науково-технічної конференції молодих вчених, аспірантів та студентів*. : Матеріали наук. конф., м. Одеса, 20–21 квіт. 2021 р. Одеса, 2023. С. 441–443.

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КРЕДИТУВАННЯ***Сергій САВОСІН**магістр спеціальності «Фінанси банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Сус Л.В., к.е.н., доцент*

**Вступ.** Досвід країн, що переживали воєнні конфлікти та відновлювали економіку в післявоєнний період, демонструє необхідність зосередження державної політики на підтримці пріоритетних секторів економіки. На цьому етапі серед ключових напрямів кредитування визначаються підприємства оборонно-промислового комплексу, критично важливої енергетичної інфраструктури, переробної промисловості, сільського господарства, а також бізнес, що функціонує на територіях стійкості.

Для стимулювання розвитку кредитування планується застосовувати такі інструменти державної політики: державні та міжнародні гарантії, страхування ризиків, пов'язаних із війною та політичною нестабільністю, програми субсидіювання відсоткових ставок за кредитами, проєктне фінансування та підтримку через державні фінансові інститути.

Водночас монетарна політика залишатиметься спрямованою на забезпечення макрофінансової стабільності як важливої передумови економічного зростання. Макропруденційна політика фокусуватиметься на досягненні балансу між підтримкою фінансової стабільності та зміцненням потенціалу фінансового сектору для збільшення кредитування.[1]

**Результати дослідження.**

Динаміка кредитування фізичних осіб демонструє скорочення обсягів кредитів. Це було зумовлено припиненням видачі кредитів за кредитними картками та зменшенням кредитних лімітів. Крім того, банки призупинили низку кредитних програм, зокрема видачу нових споживчих кредитів, іпотечне кредитування та довгострокові кредити на придбання автомобілів.

У період післявоєнного відновлення економіки роль кредитування у відбудові бізнесу та інфраструктури буде мати кардинальне значення. Війна суттєво зруйнувала бізнес-сектор. Малий і середній бізнес (МСБ) потребує доступу до пільгових кредитів, до державних програм підтримки для відновлення діяльності, закупівлі обладнання та відновлення виробничих потужностей. Окрім того міжнародні донори можуть спрямовувати кошти через локальні банки для підтримки підприємництва.

Важливу роль відіграватимуть інфраструктурні проєкти. Банки можуть приймати участь у кредитуванні реконструкції доріг, мостів, житлового фонду та інших критичних об'єктів. Це включає довгострокове кредитування та співфінансування з урядом або міжнародними організаціями.

Необхідно виокремити декілька основних тенденцій розвитку банківського кредитування на перспективу (табл. 1).

1. Інновації в кредитуванні. Розвиток цифрових платформ, які дозволяють отримувати кредити без фізичного візиту до відділень. Скоринг на основі великих даних, тобто використання AI (штучний інтелект) для аналізу

нетрадиційних даних (наприклад, поведінкових або соціальних) при оцінці кредитоспроможності позичальників. Це особливо важливо для малого бізнесу та підприємців. Використання блокчейн-технологій для зниження операційних витрат, підвищення прозорості транзакцій та автоматизації договірних відносин.

Таблиця 1.

### Пріоритетні напрямки кредитування в поствоєнний період

| Напрямок               | Тип кредитування     | Основні джерела фінансування       | Потенційний вплив                                |
|------------------------|----------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------|
| МСБ                    | Пільгові кредити     | Державні програми, іноземні фонди  | Зростання робочих місць, економічна стабілізація |
| Житлова інфраструктура | Іпотечні кредити     | Банки, державні фонди              | Забезпечення житлом, відновлення попиту          |
| Транспорт і енергетика | Інвестиційні кредити | МФО, державно-приватне партнерство | Відновлення логістики, енергетичної стабільності |

Джерело: власні дослідження.

2. Зміна пріоритетів кредитної політики: від споживчих до інвестиційних кредитів, тобто рефокусування на довгострокові кредити. Підтримка експортно-орієнтованих підприємств через забезпечення пільгового кредитування.

3. Посилення співпраці банків із фінтех-компаніями: спільна розробка кредитних продуктів, використання API для інтеграції банківських послуг із фінтех-платформами, мікрокредити для фізичних осіб через цифрові платформи, платформи peer-to-peer кредитування. На сьогодні уже є успішні кейси співпраці банків і фінтеху в Польщі чи країнах Балтії, які можуть бути адаптовані в Україні.

4. Створення механізмів страхування ризиків кредитування в умовах кризи: державні гарантії для банків щодо кредитів, наданих у зонах з високими ризиками, створення спеціалізованих страхових фондів для захисту кредиторів. Ізраїль використовував державні гарантії для стимулювання кредитування в небезпечних регіонах. Україна може впровадити схожі програми.

**Висновок.** Перспективи розвитку ринку кредитування в Україні пов'язані зі стимулюванням інновацій, державними гарантіями та активною співпрацею банків і міжнародних донорів. Поствоєнне відновлення створює унікальну можливість для трансформації фінансового сектора. Проте досягнення цих цілей вимагає скоординованих дій усіх учасників ринку – уряду, банків, регулятора, міжнародних донорів і приватного сектора. Їхні зусилля мають бути спрямовані на створення сприятливого середовища для кредитування, забезпечення прозорості та довіри, а також формування стабільної макроекономічної основи для довгострокового розвитку фінансової системи.

### Список використаних джерел

1. Стратегія з розвитку кредитування. [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/Lending\\_development\\_strategy\\_2024.pdf](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Lending_development_strategy_2024.pdf). (дата звернення 11.11.2024).
2. Крилова О., Федорова О., Маковін І. Перспективи розвитку банківського бізнесу України в умовах глобальних викликів. Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2022. № 3 (79). С. 97-103. <https://doi.org/10.33271/ebdut/79.097>.
3. Обсяги активних операцій та частка непрацюючих активів в цілому по системі. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> (дата звернення 11.11.2024).
4. Гасій О. В., Клименко В. І. Стан та перспективні вектори розвитку банківської кредитної діяльності в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7617> DOI: 10.32702/2307-2105-2020.1.61 (дата звернення: 18.11.2024).

## ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Олександра САДЧИКОВА

здобувачка ФФБС

Науковий керівник: к.е.н., доцент Баранова В.Г.

Одеський національний економічний університет

**Вступ.** Планування є ключовим елементом фінансового менеджменту страхових компаній, що особливо виявляється в умовах воєнного стану. Воно допомагає визначати ризикові сценарії та розробляти стратегії їх мінімізації. Незважаючи на війну, українські страхові компанії повинні дотримуватися регуляторних вимог, зокрема щодо управління ризиками та капіталом, забезпечуючи безперервну діяльність і захист своїх клієнтів.

**Результати дослідження.** Фінансове планування є критично важливим елементом для всіх страхових компаній, оскільки воно забезпечує ефективне управління ризиками та стабільність, відповідаючи регуляторним вимогам. Проте військові дії суттєво трансформували цей процес. Провідні українські компанії впроваджують адаптивні підходи до планування на різних рівнях — від стратегічного до оперативного. Методи планування залежать від територіальної присутності, розміру та структури компанії, типу страхової діяльності та впливу воєнних дій.

На основі аналізу практики цих компаній і наукових досліджень фахівці розробляють попередній загальноприйнятий алгоритм адаптивного планування страхових компаній [1]:

- оцінка внутрішніх і зовнішніх чинників;
- постановка фінансових цілей;

- розробка стратегії фінансування;
- моделювання та операційне планування;
- моніторинг та готовність до корекції планів.

Але в умовах сьогодення страхові компанії стикаються з унікальними викликами, такими як релокація персоналу, перехід на віддалену роботу, розірвання договорів і відтермінування платежів. Зменшення премій, руйнування майна та складнощі з виїздом на місця страхових випадків, особливо в зонах бойових дій, мають суттєвий вплив на ринок.

В умовах воєнного стану українська економіка зазнала значних змін внаслідок вторгнення Росії. Оновлена оцінка збитків, опублікована урядом України, Світовим банком, ЄС і ООН, визначила, що для відновлення до початку 2024 року потрібно 486 млрд доларів США, що перевищує попередню оцінку в 411 млрд. У 2024 році Україна потребуватиме близько 15 млрд доларів для відновлення житла, соціальної інфраструктури, енергетики та транспорту, з яких 5,5 млрд уже профінансовано, а 9,5 млрд доларів залишаються без фінансування [2].

У своєму звіті Міжнародна асоціація органів страхового нагляду проаналізувала ключові ризики та тенденції за 2023 рік, що впливають на глобальний страховий ринок. Дані, зібрані від близько 60 найбільших страхових груп, які забезпечують понад 90% світових премій, свідчать про стійкість ринку та тенденцію до незалежності від інфляційного тиску у 2023 році [3].

Страхові компанії розширювали свою діяльність, а нові учасники активно входили на ринки, що розвиваються, підвищуючи конкуренцію та вдосконалюючи управління ризиками. Однак складні ризики зіткнулися з обмеженнями в страхуванні, змушуючи компанії шукати альтернативні рішення. Незважаючи на це, стійкий андеррайтинг та стратегічне зростання ринку в 2023 році створили нові можливості для клієнтів, особливо в сегменті ризиків з низькими втратами [1].

Перестрахові ліміти та франшизи залишалися доступними для більшості глобальних ризиків. Деякі страховики використовували накопичені премії для підвищення лімітів або зниження франшиз, особливо в таких затребуваних областях, як кіберстрахування та страхування відповідальності керівників. Компанії продовжували диференціюватися за умовами покриття та андеррайтингом, хоча обмеження щодо інфекційних захворювань, територіального покриття та заворушень залишалися без змін.

Перед плануванням в умовах воєнного стану важливим етапом є прогнозування, яке є критично важливим для фінансового управління страховими компаніями. Опитування Національного банку України виявило, що всі страховики відчують негативний вплив військових дій. З 2022 року обсяги продажів, особливо через роздрібні канали, істотно зменшилися, збільшилася кількість запитів на відстрочку платежів і розірвання контрактів. На початку вторгнення (квітень 2022 року) 42% страховиків стикнулися з труднощами в поданні звітності, а 25 компаній, які займають 10,5% ринку, вказали на проблеми з виконанням нормативів. Прогнозування допомагає компаніям ідентифікувати

майбутні фінансові тренди, що впливають на їхню діяльність, та розробляти ефективні стратегії й плани [4].

В умовах воєнного стану постає питання страхування воєнних ризиків. Уряд активно працює над цим разом із міжнародними партнерами, такими як Світовий банк і ЄБРР. В Україні планується розширення повноважень Експортно-кредитного агентства, яке має стати страхувальником не лише економічних ризиків, а й ризиків, пов'язаних із бойовими діями [5].

У відповідь на сучасні виклики страховий ринок має розробити нові рішення для покриття військових ризиків і кібератак у 2024 році. Андрій Пишний, голова НБУ, зазначив, що розвиток українського страхового ринку у 2024 році зумовлений євроінтеграцією та виконанням програми з МВФ [2].

Імплементация є пріоритетним напрямком, тоді як інтеграція визначатиме підходи НБУ, зокрема в регуляторних аспектах. Регулятор прагне, щоб національний страховий ринок був привабливим для іноземних інвестицій, а також прогресивним і адаптивним. Оновлення ринку передбачає введення нового Закону про страхування. Уряд завершує розробку нормативно-правових актів для його реалізації. У цей період адаптації ринок має бути готовий до активного діалогу про нові норми.

Слід акцентувати увагу на важливих нововведеннях, таких як: запровадження ризик-орієнтованого пруденційного нагляду, вдосконалення вимог до фінансової стійкості страховиків та на новому виді нагляду за ринковою поведінкою, який передбачає контроль за дотриманням стандартів у наданні фінансових послуг, поширенням інформації про них, а також оцінкою ділової репутації власників і керівників компаній.

Діяльність страхових компаній у воєнний час має свої специфічні особливості і грає важливу роль у підтримці економіки та населення. У рамках впровадження нових страхових продуктів і стратегій фінансового планування, які покриватимуть воєнні ризики, можна виділити такі перспективи:

- ☐ Формування стійкого й розвиненого страхового ринку, здатного ефективно протистояти ризикам у невизначеному середовищі.
- ☐ Підтримка всіх верств населення та бізнесу, що дозволяє їм ризикувати з упевненістю в надійному захисті, що, в свою чергу, стимулює розробку нових страхових продуктів.
- ☐ Реалізація заходів для належного страхування інвестицій від воєнних ризиків, що сприятиме залученню фінансів для відновлення країни, релокації підприємств, створенню високотехнологічних виробництв, зростанню експорту, зменшенню імпорту, новим робочим місцям і підвищенню рівня доходів.
- ☐ Збільшення зусиль для розвитку фінансової грамотності населення та популяризація переваг страхових систем.
- ☐ Подальше вдосконалення інноваційних технологій, що надають клієнтам можливість дистанційно вирішувати свої питання.

Отже, в умовах нестабільного функціонування тільки спільна співпраця та чіткий план можуть забезпечити надійний механізм страхування, де всі умови будуть визначені, а терміни однозначно трактуються для уникнення спорів.

У часи невизначеності та ризику, таких як війна, планування дозволяє страховим компаніям проаналізувати потенційні загрози та можливості, що виникають у ринку. Це сприяє створенню фінансових резервів, що є критично важливими для підтримки стабільності бізнесу. Чітко сформульовані цілі допомагають визначити пріоритети в управлінні ресурсами, а також ефективно спрямовувати зусилля на розвиток нових страхових продуктів, які відповідають актуальним потребам клієнтів.

Крім того, адаптивність стратегій планування дозволяє страховим компаніям швидше реагувати на зміни в законодавстві, регуляторних вимогах або попиті на страхові послуги. Це важливо для збереження конкурентоспроможності, адже ринок вимагає гнучкості та інноваційного підходу до вирішення питань.

Таким чином, планування не лише визначає фінансові орієнтири, а й створює основу для стійкого розвитку страхової компанії, що має вирішальне значення для забезпечення захисту клієнтів у складних обставинах.

### **Список використаних джерел**

1. Дума В.В. (2022). Страхова діяльність в умовах російської агресії: правові підстави й практичні перспективи. Наукові праці Національного авіаційного університету. Серія: Юридичний вісник «Повітряне і космічне право», (2)63, 160-166. <https://doi.org/10.18372/2307-9061.63.16724>
2. «Форіншурер». (н.д.). Онлайн-журнал Ліги страхових організацій України. Доступно за посиланням: [forinsurer.com](http://forinsurer.com)
3. Офіційний вебсайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. Доступно за посиланням: [nfp.gov.ua](http://nfp.gov.ua)
4. Національний банк України. (н.д.). Офіційний сайт. Доступно за посиланням: [bank.gov.ua](http://bank.gov.ua)
5. Марценюк О.В., Руда О.Л., & Перкун А.В. (2023). Сучасні тенденції формування ресурсного потенціалу страхової компанії. Ефективна економіка. Доступно за посиланням: [auka.com.ua](http://auka.com.ua).

## ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Вікторія СВИРИДЕНКО

Магістр спеціальності «Облік та оподаткування»

Науковий керівник - Ярмолюк О.Ф., к.е.н., доцент

**Вступ.** Облік витрат виробництва є ключовим елементом управління підприємствами, оскільки саме витрати визначають собівартість продукції, ефективність господарської діяльності та прибутковість бізнесу. В умовах сучасної ринкової економіки організація точного, прозорого та оперативного обліку витрат виробництва дозволяє забезпечити конкурентоспроможність підприємства та обґрунтованість управлінських рішень.

Ефективна організація обліку витрат є фундаментом для забезпечення фінансової стійкості та підвищення конкурентоспроможності підприємств.

**Результати дослідження.** Витрати виробництва – це сукупність матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, використаних у процесі виробництва продукції, виконання робіт чи надання послуг. Ефективне управління витратами можливе лише за умов їх правильного обліку та класифікації.

Основні класифікаційні ознаки витрат:

- за економічною природою: матеріальні витрати, оплата праці, амортизація, інші витрати;
- за способом включення у собівартість: прямі (безпосередньо пов'язані з виробництвом продукції) та непрямі (пов'язані з функціонуванням підприємства загалом);
- за залежністю від обсягу виробництва: змінні (змінюються пропорційно до обсягу) та постійні (залишаються незмінними незалежно від обсягів виробництва);
- за місцем виникнення: витрати основного виробництва, допоміжного виробництва, адміністративні витрати тощо.

Класифікація дозволяє виділити ключові фактори впливу на витрати та розробити ефективну систему їх обліку.

Організація обліку витрат виробництва є важливою частиною фінансового обліку на підприємстві. Витрати виробництва включають всі витрати, які виникають у процесі виготовлення продукції, і їх правильний облік має великий вплив на фінансові результати та ефективність управління підприємством.

Ефективна організація обліку витрат виробництва є важливою передумовою підвищення конкурентоспроможності підприємства, оптимізації його фінансових ресурсів та забезпечення стратегічного розвитку. Вона забезпечує достовірність фінансової інформації, прозорість управлінських процесів та сприяє обґрунтованості прийняття рішень.

До основних принципів організації обліку витрат відносять:

- системність – облік витрат повинен охоплювати всі етапи виробничого процесу, від закупівлі сировини до реалізації продукції;

- прозорість та достовірність – дані обліку мають бути чіткими, зрозумілими та відображати реальний стан підприємства;
- оперативність – своєчасне надання облікової інформації дозволяє швидко реагувати на зміни у виробничій діяльності;
- автоматизація – використання сучасних програмних рішень значно підвищує ефективність обліку.

На організацію обліку витрат впливають наступні сучасні виклики:

- ✓ глобалізація – сучасні підприємства часто працюють у міжнародних умовах, де виникає потреба у гармонізації облікових процедур відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ). Для цього необхідно адаптувати методи обліку витрат до вимог прозорості та порівнюваності;
- ✓ екологічна відповідальність – зростає значення обліку екологічних витрат, пов'язаних із заходами з мінімізації впливу на довкілля, утилізацією відходів та впровадженням енергоефективних технологій. Це додає нові категорії витрат, які потребують системного обліку та контролю;
- ✓ інноваційні технології – інтеграція штучного інтелекту, великих даних (Big Data) та машинного навчання дозволяє створювати передбачувальні моделі витрат, оптимізувати бізнес-процеси та підвищувати гнучкість підприємства.

Ефективний облік витрат неможливий без якісної звітності, яка допомагає менеджменту приймати обґрунтовані рішення. Управлінські звіти з витрат (звіт про виконання бюджету витрат; аналіз структури собівартості; порівняння витрат за окремими продуктами або підрозділами) повинні: мати детальну аналітичну структуру; враховувати потреби різних рівнів управління; відображати тенденції та прогнози щодо витрат.

Організація обліку витрат на виробництві передбачає формування єдиної системи збору, обробки та аналізу інформації про витрати підприємства. Основні етапи:

I етап – визначення об'єктів обліку витрат. Об'єкти можуть бути різними залежно від специфіки діяльності підприємства: продукція, вид робіт, структурні підрозділи, окремі технологічні процеси. Чітке визначення об'єктів дозволяє забезпечити точність обліку.

II етап – методика обліку витрат – вибір методики обліку залежить від галузевої специфіки. Найпоширенішими методами є:

- позамовний – використовується для підприємств, які виконують індивідуальні замовлення;
- попередільний – застосовується на підприємствах з масовим або серійним виробництвом;
- нормативний – базується на встановлених нормах витрат і дозволяє оперативно виявляти відхилення.

III етап – документування витрат. Важливою умовою ефективного обліку є наявність достовірних даних, зафіксованих у первинних документах: накладних, актів виконаних робіт, платіжних відомостях тощо.

IV етап – автоматизація облікових процесів. Сучасні програмні продукти, такі як BAS ERP, 1С:Підприємство, SAP, дозволяють автоматизувати облік

витрат, спрощуючи обробку даних та забезпечуючи доступ до оперативної інформації для прийняття рішень.

Серед основних проблем обліку витрат на підприємствах можна виділити:

- недостатній рівень автоматизації – це ускладнює збір та аналіз даних, підвищує ризик помилок;
- складність у визначенні непрямих витрат – їх правильне розподілення є однією з головних задач управлінського обліку;
- відсутність єдиної методики – кожне підприємство часто розробляє власні підходи, що може призводити до розбіжностей у даних;
- непрозорість облікових процесів – це створює ризики корупції та втрат фінансових ресурсів.

Для підвищення ефективності обліку витрат виробництва доцільно:

- впроваджувати сучасні інформаційні технології для автоматизації обліку;
- розробляти та впроваджувати єдині стандарти обліку витрат;
- залучати кваліфікованих фахівців для контролю за обліковими процесами;
- удосконалювати систему внутрішнього контролю для мінімізації ризиків помилок і зловживань.

**Висновки.** Організація обліку витрат виробництва є ключовим елементом управління підприємством. Від правильної системи обліку залежать не лише фінансові результати, а й можливість оптимізації виробничих процесів. Ефективний облік витрат дозволяє підприємствам своєчасно реагувати на зміни у ринкових умовах та забезпечувати свою конкурентоспроможність.

Отже, організація обліку дозволяє забезпечити точність даних, оптимізувати витрати, контролювати собівартість продукції та підвищувати конкурентоспроможність. У сучасних умовах акцент слід робити на впровадження цифрових технологій, прозорість облікових процесів та використання прогресивних методик обліку, що забезпечить якісну підтримку управлінських рішень і сталий розвиток підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Акімова Т., Распопова Ю., Волященко І. Теоретичні засади організації обліку витрат виробничого підприємства. *Економіка та суспільство*, 2023. № 52. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-46>.
2. Матюха М.М., Ткачова А.І. Шляхи удосконалення бухгалтерського обліку витрат діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2015/74.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/74.pdf).
3. Собченко А.М. Особливості організації обліку витрат на виробництво продукції рослинництва. *Економіка і суспільство*. 2016. Випуск № 2. с.744-748. URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2\\_ukr/132.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/132.pdf).

## ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Діна СЕРГІЙКО

*магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник - Наталія КУРОВСЬКА, к.е.н., доцент*

**Вступ.** Банківський сектор країни є ключовим елементом фінансової системи. Уряд і Національний Банк створюють умови для формування сучасного конкурентоспроможного банківського сектора, що відповідає потребам економіки та забезпечує високий рівень обслуговування. Стабільність банківської системи важлива для всіх сфер бізнесу, навіть нелегальних, і стала ще більш відчутною для громадян з початком війни. Під час перших днів вторгнення платіжна система опинилася на межі зупинки через закриття банківських відділень і масове зняття готівки.

**Результати дослідження.** Зараз банківська система працює з обмеженнями, визначеними Постановою Національного банку № 18 від 24.02.2022 року, що стосуються зняття готівки, валютних операцій і курсу іноземних валют. Водночас зняті обмеження на безготівкові розрахунки, поповнення банкоматів і доступ до сейфів.

Банківська система діє на основі загальних норм поведінки учасників правових відносин, що відображаються у ключових принципах банківської діяльності. Як у мирний час, так і під час війни, діяльність банків має ґрунтуватися на правових і моральних засадах. Важливу роль відіграє рівень правової свідомості учасників банківських правовідносин [1].

Основними принципами банківської діяльності під час війни є: законність – основний принцип, згідно з яким банки діють відповідно до законів та правових документів; економічна самостійність – банки відповідають за результати своєї діяльності, розпоряджаючись власними ресурсами [2]; незалежність від державних органів – влада не втручається в діяльність банків, окрім випадків, передбачених законом; відповідальність за свої зобов'язання – банки не відповідають за зобов'язання держави, і навпаки; легальність операцій – всі операції здійснюються на основі ліцензій; дотримання економічних нормативів НБУ для захисту інтересів клієнтів [3, с. 77–83]; право вибору банку для фізичних та юридичних осіб; виконання зобов'язань перед клієнтами, зокрема, щодо повернення коштів вкладникам [4].

Під час війни важливою особливістю залишається довіра клієнтів до банківського сектору. Згідно з даними Ощадбанку, за перший місяць вторгнення залишки на рахунках фізичних осіб зросли на 8,6 млрд грн [5]. Це підтверджує, що довіра клієнтів забезпечує стабільність роботи банків, навіть під час війни.

Проблеми, з якими зіткнувся банківський сектор під час війни, спричинили значні зміни в умовах його функціонування, але основні принципи його роботи мають залишатися незмінними. Для збереження довіри клієнтів НБУ та банки швидко розробили та впровадили заходи для стабілізації ринку. Завдяки своєчасним діям НБУ та банківських установ у перші місяці війни вдалося

мінімізувати втрати у фінансовому секторі. Незважаючи на воєнні ризики, обсяги коштів клієнтів у банках зросли, включно з депозитами. Водночас частка коштів на вимогу досягла максимального рівня, а кошти корпорацій, особливо в іноземній валюті, зменшилися через зниження доходів і виплату заробітних плат.

Повномасштабна війна також призвела до зниження попиту на кредити серед населення, але попит на кредити для бізнесу залишився стабільним завдяки урядовим програмам. З огляду на зростання кредитного ризику, банки формують резерви під очікувані втрати, що призвело до збитків у секторі. НБУ не планує застосовувати санкції за недотримання вимог до капіталу та ліквідності під час війни, а після її завершення банки отримають час для відновлення стійкості.

У лютому 2022 року ліквідовано російські банки ПАТ «Промінвестбанк» та АТ «Міжнародний резервний банк», що скоротило кількість банків в Україні до 69 на кінець березня. Незважаючи на втрати активів приватними та іноземними банками, державні банки збільшили свої частки в чистих активах та коштах фізичних осіб на 1,1% та 0,4% відповідно [6].

Постановою були введені тимчасові обмеження на зняття готівки з рахунків, заборону видачі коштів в іноземній валюті, призупинення валютного ринку та фіксацію офіційного курсу валюти. Швидка реакція дозволила забезпечити відносну фінансову стабільність для громадян, які можуть знімати готівку, переказувати кошти, оплачувати покупки та підтримувати ЗСУ [7].

В умовах війни, щоб вирішити проблеми банківського сектору, було прийнято та запроваджено низку відновлюючих заходів:

- *Розвиток ризик-менеджменту.* Ризик конфлікту з РФ був врахований НБУ ще у 2014 році, і банки розробили плани для забезпечення стабільної роботи. Особлива увага приділялась захисту від кібератак, що дозволило підтримувати фінансові операції під час війни. НБУ та банки мають продовжувати вдосконалювати систему управління ризиками для мінімізації втрат [8].

- *Діджиталізація.* Процес діджиталізації банків розпочався після реформ 2014–2016 рр., коли зросло використання дистанційних послуг. У 2020 році НБУ оголосив про розвиток безготівкової економіки ("cashless economy") [9]. Система BankID НБУ дозволяє автентифікувати громадян у Дії та надавати їм грошову допомогу через «Підтримку». Використання хмарних сервісів забезпечує збереження даних навіть при руйнуванні інфраструктури.

- *Безготівкові розрахунки.* На початку війни виникли проблеми з готівкою, які частково вирішили можливістю знімати кошти на касах магазинів. Проблема транспортування готівки до банкоматів та відділень у "гарячих точках" залишається. Це підкреслює важливість популяризації безготівкових розрахунків, які продовжують працювати стабільно навіть під час війни.

- *Система електронних платежів.* Безготівкові розрахунки залежать від стабільної роботи електронної платіжної системи, підключеної до всіх банків. НБУ використовує резервні потужності для забезпечення роботи системи, що дозволяє здійснювати розрахунки на всій території, де є зв'язок, а також за кордоном 24/7.

- *Міжнародна фінансова підтримка.* Стабільність банківської системи під час війни значною мірою залежить від міжнародної фінансової підтримки, необхідної для суб'єктів економіки. Також важливі внутрішні ресурси країни. Виконання цих заходів дозволить зберегти довіру до банківської системи.

**Висновки.** Банки забезпечують платежі для населення і бізнесу навіть у воєнний час, працюючи за принципами законності, економічної незалежності та дотримання нормативів НБУ. Основним принципом функціонування банківської системи залишається збереження довіри громадян. Для стабільної роботи необхідно розвивати ризик-менеджмент, діджиталізацію, популяризувати безготівкові розрахунки, посилювати електронну платіжну систему та отримувати міжнародну підтримку. Це допоможе зберегти довіру до банківського сектору.

### Список використаних джерел

1. Халімон Т. М. Принципи (засади) організації та здійснення банківської діяльності. *Прикарпатський юридичний вісник*. 2018. Вип. 4(25). Т 3.
2. Про банки і банківську діяльність : Закон України № 2121-III від 07.12.2000 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text>.
3. Рекіанов С. О. Сутність банківської системи України та її функції в сучасних умовах. *Наукові праці МАУП*. 2013. Вип. 2(37). С. 77–83.
4. Нагайчук Н. Г. Уточнення змісту банківської діяльності: риси і принципи. *Вісник Університету банківської справи Національного Банку України*. 2014. № 3(21).
5. Чому українські банки стабільні навіть під час війни. *oschadbank.ua*. 2022. URL: <https://www.oschadbank.ua/news/comu-ukrainski-banki-stabilni-navit-pid-cas-vijni-2>.
6. НБУ про фінансовий стан банківської системи під час війни. *finbalance.com.ua*. 2022. URL: <https://finbalance.com.ua/news/bankivska-sistema-ukrani-popri-viynu-zumila-zbilshiti-depozitniy-i-kreditniy-portfel>.
7. Жирій К. Як банки допомагають вистояти економіці та громадянам у часи війни. *unian.ua*. 2022. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/yak-banki-dopomagayut-vistoyati-ekonomici-ta-gromadyanam-u-chasiviyini-novini-ukrajina-11753254.html>.
8. Ризик-менеджмент. *pharmencyclopedia.com.ua*. 2022. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/6084/rizik-menedzhment>
9. Пігулка для економіки: як cashless впливає на фінансове здоров'я України. *epravda.com.ua*. 2020. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/interkassa/2020/11/4/666073/>.

## ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СЕРЕДОВИЩ РОЗРОБКИ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ

Ярослав СЛІПЧУК

магістр спеціальності «Комп'ютерні науки»

Науковий керівник – Валентин Романович Українець, асистент кафедри

**Вступ.** На сьогоднішній день, життя та робота людей все більше переходить у смартфони, що тягне за собою потребу у відповідних мобільних застосунках. Важливим аспектом для розробки якісних застосунків є вибір відповідного середовища розробки. Сучасний ринок пропонує різноманітні інструменти, кожен з яких має свої переваги та особливості використання. Порівняльний аналіз найпопулярніших середовищ розробки дозволяє визначити їх ефективність для різних типів проєктів.

**Результати дослідження.** Android Studio та Xcode є лідерами у своїх платформах, пропонуючи офіційні інструменти розробки. Android Studio відрізняється потужним емулятором Android-пристроїв, який підтримує різні версії операційної системи та апаратні конфігурації. Натомість Xcode пропонує більш оптимізований емулятор iOS-пристроїв з меншим споживанням ресурсів системи. У контексті швидкодії, Android Studio потребує більше системних ресурсів, тоді як Xcode демонструє кращу оптимізацію для macOS.[1]

Порівнюючи інструменти для розробки інтерфейсу можна зазначити, що Layout Editor в Android Studio надає більше можливостей для візуального проєктування через підтримку ConstraintLayout та інших сучасних компонентів. Interface Builder у Xcode пропонує більш спрощений підхід до створення інтерфейсів з використанням Auto Layout та Size Classes. Обидва середовища підтримують попередній перегляд інтерфейсу в реальному часі, проте Xcode має перевагу у швидкості оновлення попереднього перегляду.[2]

Visual Studio для Mac займає особливу позицію, пропонуючи єдине середовище для розробки під різні платформи. Порівняно з Android Studio та Xcode, воно має менш розвинений інструментарій для специфічних платформних функцій, але натомість пропонує кращу інтеграцію з хмарними сервісами та підтримку різних мов програмування.[3]

У контексті засобів відлагодження та профілювання, Android Studio надає більш детальні інструменти для аналізу продуктивності та споживання ресурсів. Instruments у Xcode пропонує зручніший інтерфейс для відстеження витоків пам'яті та аналізу енергоспоживання. Visual Studio для Mac поступається обом у глибині аналізу специфічних платформних проблем.[4]

Порівняння систем автоматизації тестування показує, що Android Studio має перевагу в інтеграції з різними фреймворками тестування (Espresso, JUnit, Mockito). Xcode пропонує більш цілісний підхід через XCTest framework, який тісно інтегрований з середовищем розробки. Visual Studio для Mac підтримує різні фреймворки тестування, але потребує додаткової конфігурації для платформи-специфічних тестів.[5]

Аналіз систем контролю версій демонструє, що Android Studio має кращу інтеграцію з Git та підтримує більше функцій для роботи з системами контролю версій. Xcode пропонує більш обмежений, але інтегрований підхід до управління версіями через вбудовану підтримку Git. Visual Studio для Mac забезпечує хорошу інтеграцію з різними системами контролю версій, включаючи Git та SVN.[6]

У контексті підтримки сучасних технологій розробки, Android Studio лідирує у підтримці Kotlin та нових функцій Android. Xcode має перевагу в роботі з Swift та SwiftUI. Visual Studio для Mac пропонує більш універсальний підхід, підтримуючи різні мови та фреймворки.[7]

Важливим аспектом є також система автоматичної збірки та публікації додатків. Android Studio використовує Gradle, що забезпечує гнучку конфігурацію та автоматизацію процесів збірки. Xcode пропонує більш інтегрований підхід через XcodeBuild та тісну інтеграцію з App Store. Visual Studio для Mac підтримує різні системи збірки, включаючи MSBuild та Gradle.[8]

**Висновки.** Аналіз середовищ розробки мобільних застосунків показує, що для нативної розробки Android та iOS найбільш підходять Android Studio та Xcode, які забезпечують глибоку інтеграцію з платформами та розвинуті інструменти. Visual Studio для Mac є оптимальним для кросплатформної розробки, оскільки підтримує різні мови програмування та платформи, але поступається у специфічних функціях для Android та iOS. Вибір середовища розробки залежить від типу проєкту та вимог до універсальності чи глибокої інтеграції з платформою.

#### Список використаних джерел

1. Neil Smyth. "Android Studio Development Essentials", Payload Media, 2024. – 816 с.
2. Ahmad Sahar. "Mastering Xcode 15", Packt Publishing, 2024. – 450 с.
3. Jon D. Reid. "iOS Unit Testing by Example: XCTest Tips and Techniques", The Pragmatic Programmers, 2023. – 294 с.
4. Rahul Malik. "Visual Studio for Mac Succinctly", Syncfusion, 2023. 185 с.
5. Стаття – "Comparison of Mobile Development IDEs" <https://developer-tools.com/ide-comparison> (дата звернення: 11.11.2024).
6. Kotlinlang.org – "Android Studio and SDK Tools" <https://kotlinlang.org/docs/android-studio.html> (дата звернення: 11.11.2024).
7. Apple Developer Documentation – "Xcode Overview" <https://developer.apple.com/documentation/xcode> (дата звернення: 11.11.2024).
8. Microsoft Docs – "Visual Studio for Mac" <https://docs.microsoft.com/visualstudio/mac/> (дата звернення: 11.11.2024).

**УДОСКОНАЛЕННЯ ПІЛЬГОВОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ***Іванна СТОРОЖУК**Бакалавр спеціальність «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – к. е. н., доцент Стойко О. Я.*

**Вступ.** Сучасна система податкових пільг в Україні має значний потенціал для підтримки економіки, проте її функціонування супроводжується низкою проблем. Відсутність чіткої політики та недостатня систематизація податкових пільг призводить до випадкового їх застосування та зменшення ефективності. В умовах економічної нестабільності, посиленої повномасштабною війною, податкові пільги можуть стати важливим інструментом підтримки бізнесу та стимулювання розвитку ключових галузей економіки, однак для цього необхідно впроваджувати структуровані й прозорі фінансові механізми.

Над проблемою удосконалення податкового регулювання в Україні працювали такі науковці як Найденко О. Є. [3], який розглядав у своїх роботах вплив податкових пільг на податкові надходження у воєнний період, Орел В. М., Корнієцький О. В., Пасько С. М. [4] надали чітке пояснення податковому стимулюванню виробничих процесів агропромислового комплексу, Алексійчук О. В., Маланчук Л. О., Антонова С. Є. [1] запропонували напрями покращення акцизного оподаткування в податковій системі України. Водночас потребує окремого дослідження проблема дієвого використання механізму пільгового оподаткування в складних економічних умовах, викликаних повномасштабною російською агресією.

**Результати дослідження.** Податкові пільги являються одним із ключових інструментів, що дозволяє державі знижувати податкове навантаження на підприємства та інвесторів, забезпечуючи сприятливі умови для економічної активності, залучення інвестицій та зростання робочих місць. Україна запровадила спрощену систему оподаткування для деяких галузей економіки, що частково допомогло розв'язати проблему зайнятості населення. Це свідчить, що податкові пільги можуть бути ефективним інструментом антикризової підтримки та економічного стимулювання з боку держави. Проте, нераціональне використання податкових стимулів може призвести до бюджетних втрат і знизити фінансову стабільність держави.

Податкові пільги мають бути спрямовані на підтримку ключових секторів економіки, таких як сільське господарство, виробництво, інформаційні технології, а також галузей, що забезпечують енергетичну незалежність. Малі підприємства теж часто стикаються із фінансовими труднощами, тому доцільно надавати їм додаткові податкові пільги на перших початкових етапах розвитку. Введення тимчасового зниження ставок податку або ж можливості відтермінувати сплати податків може стимулювати створення нових робочих місць, підвищення рівня зайнятості та активізувати підприємницьку діяльність.

Часто, юридичні особи, що мають на меті займатися інноваційною діяльністю, потребують допомоги від держави, тому компанії, що інвестують у наукові дослідження та інновації, можуть отримати пільги на прибуток, що

згодом, може бути реінвестований у нові модернізовані технології або розвиток власної інфраструктури.

Головна мета податкового стимулювання в аграрній сфері – заохотити підприємства до розширення своєї діяльності та збільшення доходів. Такі підприємства, працюючи в аграрному секторі, через сплату податків, зокрема податку на додану вартість, наповнюють державний бюджет, що дає змогу державі більше можливостей для підтримки соціально-економічних проєктів. Від розвитку аграрного комплексу значною мірою залежить продовольча та економічна безпека країни, тому підтримка аграрних підприємств є важливою для економіки загалом.

Осучаснення механізму податкового стимулювання для аграрної галузі включає різноманітні важелі підтримки, наприклад, податкові канікули, податкові пільги або спрощені умови оподаткування [4, с. 126]. Податкові канікули є одним з найдієвіших засобів стимулювання економіки держави, коли підприємницька діяльність тимчасово звільняється від сплати обов'язкових платежів до бюджету, аби підтримати його подальший розвиток. Погоджуємося з думкою окремих дослідників, що «такі прийоми застосовують в основному при переході на систему землеволодіння на основі приватної власності» [4, с. 126].

Підприємствам, які несуть із собою екологічні ініціативи та програми, можливо запровадити податкові пільги, що будуть спрямовані на зменшення викидів, використання відновлюваних джерел енергії або зниження використання шкідливих матеріалів, що дозволить покращити екологічну ситуацію та зробити виробництво безпечнішим для довкілля.

Однією із ідей також можна вважати надання пільг для підприємств, що вкладають кошти у соціальні проєкти, такі як будівництво житла малозабезпеченим сім'ям, військовослужбовцям, ветерана та їх сім'ям, постраждалим внаслідок ворожих атак; розвиток освіти та медицини, допоможе розвинути соціально важливі інфраструктури. Це також створить позитивний імідж бізнесу та зміцнить його зв'язок із суспільством.

Важливим аспектом також являються пільги для стимулювання експорту та інвестиційної діяльності, адже запровадження податкових пільг для компаній, які розширюють експорт та залучають іноземні інвестиції, сприятиме виходу на міжнародні ринки та розвитку стратегічного партнерства. Такі пільги можуть включати як зниження податку на прибуток, так і зниження ввізного мита на необхідні матеріали.

Для того, щоб окреслити напрями покращення пільгового оподаткування слід охарактеризувати переваги та недоліки використання податкових пільг (табл. 1). Хоча податкові пільги не є стабільним явищем, яке в результаті може призвести до перекручування структури податкової системи, ускладнення планування і прогнозування показників податкових надходжень, проте вони дозволяють бізнесу планувати та інвестувати з урахуванням стабільності податкового середовища, що сприяє розвитку підприємств на довгострокову перспективу. Відтак, податкові пільги не тільки стимулюють економічну

активність, але й закладають основи для стійкого розвитку економіки в майбутньому.

Таблиця 1

### Переваги та недоліки використання податкових пільг в Україні

| Переваги<br>пільгового оподаткування                                                                                  | Недоліки<br>пільгового оподаткування                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| виступає інструментом подолання економічних деформацій                                                                | ускладнює податкове законодавство                                                                               |
| використовуватися як засіб проведення певної економічної політики, наприклад, підтримки пріоритетних видів діяльності | веде до здорожчання податкового адміністрування в рамках контролю за дотриманням норм податкового законодавства |
| застосовується з метою нейтралізації негативних соціальних ефектів стягнення окремих податків                         | порушує ринкову рівновагу через надання конкурентних переваг пільговим категоріям платників                     |
| створюють стабільне середовище для бізнесу, підвищуючи його конкурентоспроможність на світовому ринку                 | несправедливо перекладає тягар на платників, які їх не мають, що сприяє ухиленню від оподаткування              |

*Джерело: складено автором.*

Розглядаючи можливості вдосконалення Податкового кодексу України в частині пільгового оподаткування, варто звернути увагу на закордонний досвід. Наприклад, у таких країнах, як Індонезія, Йорданія та Пакистан, новостворені підприємства у пріоритетних секторах звільняються від сплати податків на певний період (2-6 років). У Великій Британії підприємства з річним доходом до 15 тисяч фунтів мають можливість подати спрощену податкову звітність, не надаючи детальної інформації про активи та зобов'язання [2, с. 266].

Під час воєнного стану необхідно впровадити ряд заходів для адаптації податкового регулювання, щоб підтримати економіку та забезпечити додаткові надходження до бюджету (рис. 1).

Вищенаведені заходи безпосередньо спрямовані на підтримку економіки та громадян України в умовах війни, забезпечення фінансування основних потреб і скорочення дефіциту бюджету. Вони дозволять підтримати підприємства у зонах бойових дій, збільшити надходження до бюджету у безпекових регіонах, а також забезпечити справедливий розподіл податкового навантаження. Диференціація умов оподаткування в залежності від ризику сприятиме стабілізації економіки та підвищенню довіри до податкової системи в умовах війни.

| Метод                                            | Характеристика методу                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| різні умови оподаткування                        | запровадити такий підхід залежно від того, чи ведуться бойові дії в конкретному регіоні. Це підтримає бізнес в регіонах, де є підвищений ризик і обмежені можливості для нормальної діяльності  |
| нижчі ставки для бізнесу                         | запровадити такі ставки для бізнесу та осіб, які працюють на територіях, що постраждали від бойових дій. Це зменшить податкове навантаження на них, даючи можливість підтримувати їх діяльність |
| відмова від верхньої межі ЄСВ                    | такий захід сприятиме зменшенню дефіциту Пенсійного фонду, збільшивши надходження до нього                                                                                                      |
| високі ставки мита на ввезення предметів розкоші | такий підхід слід застосовувати на ввезення дороговартісних автомобілів та інших товарів, які не використовуються для Збройних Сил України, що є особливо актуальним під час війни              |
| відмова від мита на окремі товари                | це стосується насамперед товарів, до яких в умовах війни є обмежений доступ, щоб забезпечити їх швидке надходження на ринок                                                                     |

**Рис. 1. Методи поліпшення пільгового оподаткування в Україні в умовах повномасштабної війни**

Джерело: [3].

**Висновки.** Податкові пільги дійсно є вагомим засобом для стимулювання економічного розвитку, однак в Україні їх механізм потребує вдосконалення. Наразі відсутність чіткої політики призводить до їх не систематизованого застосування, що обмежує ефективність підтримки бізнесу. Однак досвід інших держав, показує, що податкові пільги можуть стати потужним стимулом для розвитку ключових секторів економіки. В умовах повномасштабної війни необхідно вводити адаптовані заходи, які б підтримали підприємства в зонах бойових дій та сприяли залученню інвестицій.

### Список використаних джерел

1. Алексійчук О. В., Маланчук Л. О., Антонова С. Є. Напрями покращення акцизного оподаткування в податковій системі України. *Економічні науки*. 2023. № 3 (103). С. 22-30.
2. Кміть В. М., Жук Ю. І., Чеботарь О. А. Зарубіжний досвід податкового стимулювання підприємництва. Придніпровська державна академія будівництва та архітектури. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. *Гроші, фінанси і кредит*. 2017. №3 (08). С. 265-269. URL: [https://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/8\\_2017/50.pdf](https://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/8_2017/50.pdf) (дата звернення: 25.11.2024)
3. Найдено О. Є. Вплив податкових пільг на податкові надходження у воєнний час. Science and technology : problems, prospects and innovations. Proceedings of the 2nd International scientific and practical conference. CPN Publishing Group. Osaka, Japan. 2022. С. 652-657. URL: <https://openarchive.nure.ua/entities/publication/fbd84538-f71d-47cd-b09c-0983b9daffaf> (дата звернення: 17.10.2024).

4. Орел В. М., Корнієцький О. В., Пасько С. М. Податкове стимулювання виробничих процесів агропромислового комплексу. *Економічний простір*. 2022. № 182. С. 124-130. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1204> (дата звернення: 04.11.2024).

5. Охріменко В. Податкові пільги та соціальні виплати як спосіб підтримки в умовах воєнного стану. *Vivat academia*. Україна та глобальні проблеми людства. 2023. № 13. С. 53-55. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjkwMjQ=/3a1619264789c5e1185353932b789a60.pdf> (дата звернення: 17.10.2024).

6. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 13-14, № 15-16, № 17. Ст.112.

## МІСЦЕ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ У ФОРМУВАННІ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Сергій СУПРУНЕНКО

Магістр спеціальності «Облік та оподаткування»

Науковий керівник – Лариса СУЛІМЕНКО, к.е.н., професор

**Вступ.** Для ефективного функціонування будь-якої держави, розбудови її незалежності та прогресивного розвитку державний бюджет займає одне з провідних місць у фінансовій системі. Фундаментальними джерелами надходжень до бюджету є податки, які необхідні для сприяння розвитку пріоритетних галузей економіки, функціонування суспільства, зокрема, для фінансування сфери державного управління, оборони країни, охорони здоров'я, освіти, надання підтримки певним категоріям населення (здійснення соціальних виплат) тощо. Система оподаткування відіграє ключову роль в забезпеченні економічного розвитку будь-якої країни. Одним із важливих інструментів наповнення державного бюджету є стягнення податків з доходів фізичних осіб.

**Результати дослідження.** У податковій системі України податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) є одним із важливих загальнодержавних податків, а платники цього податку є найбільш чисельною групою. Відповідно до вимог Податкового кодексу України, платниками ПДФО є: фізичні особи-резиденти, що отримують доходи як в Україні, так і за кордоном; фізичні особи-нерезиденти, що отримують доходи з джерела їх походження в Україні (крім дипломатичної чи прирівняної до неї діяльності); податкові агенти.

Згідно діючого податкового законодавства, податковими агентами (платниками ПДФО) можуть бути: юридичні особи, самозайняті особи, представництво нерезидента-юридичної особи, інвестор (оператор) за угодою про розподіл продукції. В їх обов'язок входить не тільки нарахування, утримання

ПДФО, а й сплата його до бюджету, ведення податкового обліку, формування та подання податкової звітності до контролюючого органу.

ПДФО є найбільш вагомим в структурі бюджетів багатьох країн світу. Він є одним із вагомих складових у системі прямого оподаткування, оскільки його утримують і сплачують до бюджету з доходів всіх фізичних осіб, які вони одержують. Даний податок є однією з найдавніших форм оподаткування. Перші згадки про введення такого податку зафіксували у 10 р. н. е. китайським імператором Ван Маном. В той час податок складав 10% доходів майстрів та інших кваліфікованих робітників. В подальшому виникнення податків привело до виникнення і податкового контролю. Так, за дослідженнями Ярошенко Ф.О. та Павленко В.Л., у стародавні часи початковою формою податкового контролю був облік платників податків та їх майна [6].

В Україні система оподаткування доходів громадян, починаючи з 1991 року, пройшла ряд трансформацій та коригувань. На сьогодні існує чотири ставки ПДФО, в залежності від виду доходу 18%, 9%, 5%, та 0%.

З початком повномасштабного вторгнення, структура ПДФО за видами доходів дещо змінилась, зокрема з підписанням Закону України «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо забезпечення підтримки обороноздатності держави та розвитку оборонно-промислового комплексу України», з'явився так званий «військовий ПДФО», тобто податок на доходи фізичних осіб, одержані військовослужбовцями, поліцією й особами рядового і начальницького складу, який вилучається з місцевих бюджетів до державного бюджету, та спрямовується на потреби оборони. У 2023 році сума доходів військовослужбовців, з яких був утриманий ПДФО, становив 745 млрд. грн. [2]

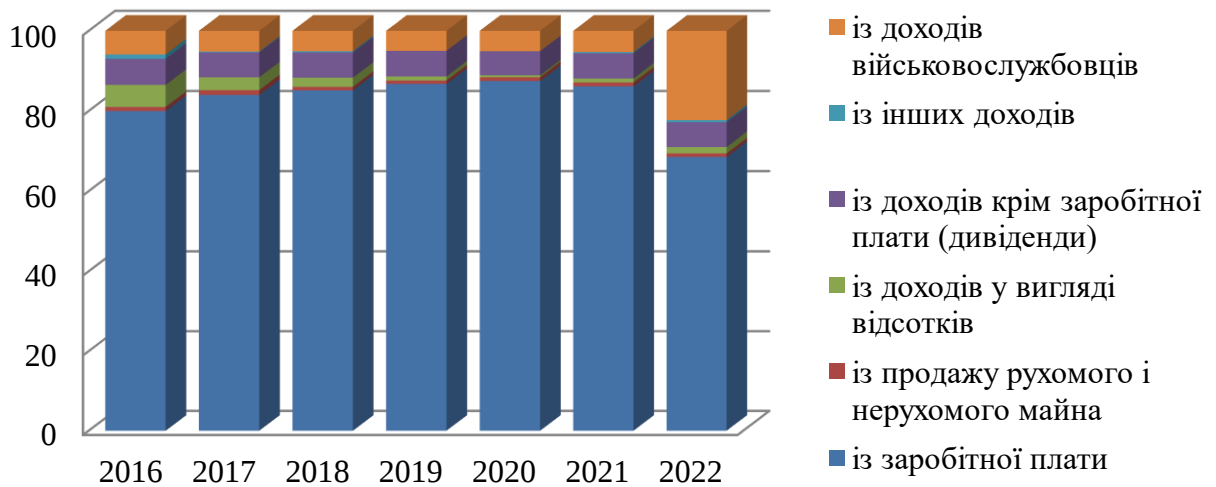
З 01 жовтня 2023 р. вилучення з бюджетів територіальних громад до державного бюджету надходжень від цього податку, отриманих з грошового забезпечення військовослужбовців, суттєво вплинуло на розмір надходжень ПДФО до місцевих бюджетів.

Так, на думку Діброви О.Л., механізм розщеплення ПДФО між рівнями бюджетної системи потребує перегляду, адже в таких умовах зберігається залежність місцевих бюджетів від обсягів міжбюджетних трансфертів. Для фінансової незалежності місцевих бюджетів економіст пропонує використання оптимальних пропорцій розподілу ПДФО для зарахування до місцевих бюджетів максимально можливих часток надходжень податку [1].

Структура ПДФО за видами доходів в динаміці представлена на рис.1, з даних якого видно, що в загальній структурі цього податку за різними видами доходів, передбачених Податковим кодексом України, найбільшу питому вагу займає податку із заробітної плати працівників (більше 60%) та з доходів військовослужбовців (більше 20%).

Економісти Дутова Н.В. та Лесік Є.С. зауважують про те, що заробітна плата становить більшу частину доходів домогосподарств, або є єдиним джерелом доходу, тому застосування в Україні пропорційних ставок податку на доходи фізичних осіб обумовлює соціальну несправедливість, яка проявляється в сплаті податків різними соціальними групами населення в рівних частках від доходів,

незалежно від їх сум. В основі європейської системи оподаткування лежить прогресивна шкала оподаткування [4].



**Рис. 1. Структура ПДФО за видами доходів, %.**

Джерело: складено автором на основі [2,3,5].

В динаміці за період 2015-2023рр. частка податку на доходи фізичних осіб в структурі надходжень до державного бюджету України коливається в межах від 8,43% (в сумі 45062млн. грн.) у 2015 році до 7,74% у 2023 році, що становить суму 206 944,8 млн. грн. (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Розмір податку на доходи фізичних осіб та його частка в державному бюджеті України за 2015-2023 рр.**

| Показник                    | Роки  |         |         |         |        |          |          |          |          |
|-----------------------------|-------|---------|---------|---------|--------|----------|----------|----------|----------|
|                             | 2015  | 2016    | 2017    | 2018    | 2019   | 2020     | 2021     | 2022     | 2023     |
| Частка в бюджеті України, % | 8,43  | 9,71    | 9,46    | 9,88    | 11,01  | 10,9     | 10,61    | 8,3      | 7,74     |
| Сума доходу, млн. грн       | 45062 | 59810,5 | 75033,4 | 91741,8 | 109954 | 117281,3 | 137555,2 | 148427,3 | 206944,8 |

Джерело: розраховано за даними [2].

Варто зауважити, що більшість з цих надходжень ПДФО утримуються податковими агентами саме із заробітної плати громадян (рис.1). В першу чергу, основними причинами підвищення рівня надходжень ПДФО до державного бюджету, є підвищення заробітної плати, зростання рівня інфляції. Проте на обсяги надходжень даного податку до державного бюджету України впливають нестабільна економічна ситуація в умовах військового стану в країні, високий рівня тінізації, що приводить до ухилення від сплати податків та зменшення бюджетних надходжень.

Так, за даними експертів, розмір тіньової економіки в Україні все ж залишається на високому рівні, в межах 30-35% від обсягу офіційного ВВП, що свідчить про значне ухилення платників податків від сплати ПДФО. За підрахунками експертів, виплати зарплат у “конвертах”, що включає виплати готівкою та схеми “мінімалка плюс конверт”, призводить до втрати бюджетних

коштів в розмірі 115-230 млрд гривень [5]. Тому податковій службі та іншим контролюючим органам слід посилити заходи щодо контролю та попередженням зловживань та ухилень від сплати податків.

Ставка ПДФО в Україні, порівняно з іншими країнами, є не високою, проте в більшості країн (в 21 із 27 країн Європейського Союзу) діє прогресивна шкала оподаткування. Це забезпечує соціальну рівність серед різних верств населення, тобто, чим більшу заробітну плату отримує працівник, тим більшою ставкою оподатковуються його доходи, а мінімальна заробітна плата в такому разі не підпадає під оподаткування.

**Висновки.** Отже, податок на доходи фізичних осіб виступає досить стабільним джерелом наповнення бюджетів усіх рівнів – як державного, так і місцевого. Щороку діючим законодавством вдосконалюється систему оподаткування доходів фізичних осіб, проте вона ще потребує значного коригування. В першу чергу, потрібно посилити контроль з метою мінімізації рівня тіньової економіки в країні. По-друге, наявність корупції в державі підриває довіру населення та їх переконання щодо належного використання сплачених податків населенням до бюджету. По-третє, реформа децентралізації потребує доопрацювання, оскільки місцеві бюджети часто недоотримують кошти, через «маятникові робочі міграції». Для впровадження досвіду податкових реформ ЄС в Україні важливим є вивчення і аналіз світового досвіду в оподаткуванні доходів громадян за прогресивною шкалою оподаткування, визначення їх переваг та недоліків, оцінка можливості використання в нашій країні, що сприятиме вдосконаленню механізму оподаткування доходів фізичних осіб, як важливого джерела доходів державного та місцевого бюджетів, а також вплине на рівень доходів населення, і його платоспроможний попит.

#### Список використаних джерел

1. Діброва О.Л. Фіскальна роль податку на доходи фізичних осіб. *Економіка і суспільство*. Випуск № 7. 2016. С. 733–738. URL: [https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/istoria\\_podatkiv\\_pavlenko.pdf](https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/istoria_podatkiv_pavlenko.pdf)
2. Доходи державного бюджету. URL: [www.minfin.com.ua](http://www.minfin.com.ua)
3. Open budget: державний веб-портал бюджету для громадян: URL: <https://openbudget.gov.ua>
4. Дутова Н.В., Лесік Є.С. Оподаткування доходів фізичних осіб в Україні: проблеми та вдосконалення на базі досвіду зарубіжних країн. *Економіка і організація управління*. № 1 (33). 2019. С. 42-53.
5. Ціна держави. [Електронний ресурс]. URL: <https://cost.ua>
6. Ярошенко Ф.О., Павленко В.Л. Історія податків та оподаткування в Україні: навч. посіб. Ірпінь, 2002. 240 с.

**ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ  
БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ЗАМОВНИКАМИ***Максим ТАРАСОВ**магістрант спеціальності «Облік і оподаткування»**Науковий керівник – д.е.н., професор Микитюк В.М.*

**Вступ.** За сучасних умов функціонування ринкової структури будівельному комплексу відводиться важлива роль. Це впливає із суті того, що будівництво є однією з найкардинальніших галузей економіки. Актуальним завданням для належної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання будь-якої галузі, в тому числі й будівництва, стає формування якісної системи бухгалтерського обліку, який є одним з найважливіших елементів управління в підприємницькій діяльності. Ефективна та раціональна організація управлінського процесу на спеціалізованому будівельному підприємстві починається з організації обліку, яка передбачає вибір комплексу методичних прийомів, способів та процедур організації та ведення бухгалтерського обліку підприємства, в тому числі з замовниками будівельних робіт. Мабуть, сьогодні питання розрахунків із замовниками за виконані роботи та послуги, надані спеціалізованими будівельними підприємствами, є одним із найактуальніших, від якого залежать не лише кінцеві результати роботи підприємств, а й їх фінансове становище.

Вагомий внесок у розвиток теоретичних та практичних аспектів розрахунків з замовниками послуг будівельних підприємствах зробили вітчизняні вчені: І. Є. Давидович, М. В. Задорожний, Т. М. Іванова І. Я. Омецінська, К. С.Пінчук та інші автори.

**Результати досліджень.** Всі будівельні підприємства поділяються на загальнобудівельні та спеціалізовані. Спеціалізоване будівництво – це зведення частин будівель або інженерних споруд, а також підготовка до цих будівельних робіт. Тобто, мова йде спеціалізовану діяльність будівельного підприємства в одному напрямку, яка будучи загальною за видами різних споруд та будинків і при цьому потребує спеціальної кваліфікації та спеціального устаткування. Спеціалізоване будівництво включає такі види робіт, як зведення фундаментів, бетонування, мостіння, мурування, буріння свердловин, монтаж риштувань для води, покрівельні роботи, забивання паль тощо.

Особливості обліку в спеціалізованому будівництві визначає НП(С)БО 18 «Будівельні контракти», а норми зазначенні в п.1 цього стандарту безпосередньо вказує на відмінності у формуванні доходів та витрат. Отже, робимо припущення, що облік за іншими об'єктами (основні засоби виробничого призначення, виробничі запаси, розрахунки з замовниками, зобов'язання кредиторів тощо) спеціалізовані будівельні підприємства обліковуються у загальному порядку відповідно з діючими національними стандартами. Саме тому методологічні засади формування облікової інформації про розрахунки з замовниками визначає НП(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» [4].

Діяльність спеціалізованих підприємств будівельної галузі показує, що за розрахунками із замовниками за надані їм послуги формується біля 85% всієї

дебіторської заборгованості підприємств, що робить облік цієї ділянки одним з першочергових об'єктів управління фінансами будівельних підприємств [2].

Провівши аналіз напрацювань вітчизняних науковців щодо висвітлення сутності розрахунків із замовниками у системі інформаційного забезпечення спеціалізованих будівельних компаній можна виділити дві основні особливості їх діяльності: будівельного процесу та будівельної продукції.

Особливостями будівельної продукції, яка впливає на організацію обліку із замовниками є:

- індивідуальність або дрібносерійність спеціалізованих будівельних робіт, яка обумовлена різними типами споруд і різноманітністю їх призначення (належність до одного і того ж будівельного майданчику різних будівель і споруд);

- відсутність руху будівельних послуг, що призводить до обліку собівартості виконаних будівельних робіт без рахунку 26 «Готова продукція»;

Особливостями будівельного процесу, які впливають на організацію обліку із замовниками є такими:

- ведення будівельних робіт у визначеній послідовності;
- процес будівництва заправило є довготривалим, що створює значний обсяг незавершеного виробництва;

- залежність процесу будівництва в більшості випадків від навколишнього середовища, а саме від зокрема від кліматичних чи метеорологічних умов. Це може обумовити ріст вартості будівельних робіт взимку;

- рухомість будівельних спеціалізованих будівельних підприємств чи їх підрозділів, переміщення з одних об'єктів на інші трудових чи матеріально-майнових ресурсів, яке систематично відбувається по завершенні робіт;

- значна територіальна відособленість об'єктів будівництва і значний вплив на процес логістичних зв'язків між ними;

- тривалість будівництва і наявність в ньому різних циклів і стадій

- участь у процесі будівництві кількох підрядників та субпідрядників;

- різні способи ведення будівельних робіт.

Основу інформаційного забезпечення розрахунків із замовниками у спеціалізованого будівельного підприємства складає первинна документація, а саме: договір будівельного підряду, акт звіряння розрахунків, товарно-транспортна накладна, укладений рахунок-фактура, приймальна квитанція, бухгалтерська довідка щодо отримання від покупців авансів у рахунок погашення дебіторської заборгованості, акт виконаних робіт або наданих будівельних послуг, виписка банку, платіжне доручення, розрахунковий чек [1].

Головним документом, який регулює відносини замовника і спеціалізованого будівельного підприємства під час всього будівельного процесу, є договір будівельного підряду. Передання завершених об'єктів будівництва замовнику оформлюють в залежності від діючої між сторонами договору форми розрахунків: це може бути актом приймання виконаних робіт по

за побудованим об'єктом або довідкою № КБ-3. Ці регістри складають фахівці кошторисного відділу будівельного підприємства згідно журналів з обліку виконаних робіт № КБ-6, а розрахунки здійснюють на підставі довідки № КБ-3. Актами за формою КБ-2в спеціалізовані будівельні підприємства оформляють об'єми виконаних робіт згідно календарних термінів – зазвичай щомісячно.

Облік розрахунків спеціалізованого будівельного підприємства із замовниками передбачає використання рахунку 36 «Розрахунки з покупцями і замовниками», на якому облік здійснюється за кожним замовником будівельних робіт чи за кожним пред'явленим до сплати рахунком. Дебетовий оборот цього рахунку інформує про вартість виконаних будівельних робіт, до якої включені підлягаючі перерахуванню до бюджетів податки і збори, що та включені у вартість реалізації; за кредитовим оборотом рахунку – суми платежів, що надійшли в касу чи на рахунки будівельного підприємства, а також обліковуються інші види розрахунків. Собівартість реалізованих будівельних робіт, виконаних власноруч, списують вкінці місяця в дебет рахунку 90 і кредит рахунку 23.

У разі здавання будівельних робіт складаються наступні бухгалтерські проводки:

- Д-т 36 К-т 70.3 – обліковується повна договірна вартість виконаних і переданих замовникам будівельних робіт, з врахуванням сум отриманих претензійних або заохочувальних виплат передбачених будівельними контрактами;

- Д-т 70.3 К-т 64.1 – з метою нарахування ПДВ, якщо виконані будівельні роботи не звільнені від нарахування даного податку;

- Д-т 238 К-т 239 – обліковується визнаний за договором підряду дохід без суми непрямих податків;

- Д-т 36 К-т 239 – різниця відображається, якщо у звітному періоді за договором підряду сума проміжного рахунку перевищує суму визнаного за цей період доходу за виключенням суми непрямих податків, а в іншому разі зазначене на проводка здійснюється способом сторно.

Особливості облікового процесу спеціалізованого будівельного підприємства виникають у випадку ведення обліку з урахуванням ступеня завершеності робіт за будівельним договором.

Отже, для ефективного функціонування спеціалізованого будівельного підприємства необхідна організації достовірного облікового відображення розрахунків із замовниками, що стане запорукою отримання об'єктивної інформації для прийняття обґрунтованих і ефективних управлінських рішень.

### Список використаних джерел

1. Задорожний З.-М. В., Давидович І. Є., Омецінська І. Я. Облік в підгалузях будівництва: навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2012. 148 с.

2. Іванова Т. М. Облікова політика дебіторської заборгованості на будівельних підприємствах. *Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин*. 2020. Вип. 46. С. 136-143.

3. Облік в галузях економіки: навчально-методичний посібник. Донецький державний університет управління; Маріуполь: ДонДУУ, 2016. 335 с.

4. Пінчук К. С. Організація бухгалтерського обліку та контролю на будівельних підприємства. *Бізнес Інформ*. 2019. № 12. С. 282-289.

## ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Валерія ТАРН

магістр спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник – О. Є. Бездітко, к.е.н., доцент

**Вступ.** Сучасні умови господарювання характеризуються високим рівнем конкуренції, стрімкими технологічними змінами та зростанням вимог споживачів до якості продукції й послуг. У таких обставинах ефективно управління маркетинговою діяльністю підприємства стає ключовим фактором забезпечення його конкурентоспроможності та сталого розвитку. Особливої актуальності цей аспект набуває в умовах цифрової трансформації, яка не лише змінює підходи до взаємодії з клієнтами, а й створює нові можливості для вдосконалення маркетингових стратегій і операцій.

Застосування інноваційних підходів у маркетингу дозволяє підприємствам адаптуватися до змін зовнішнього середовища, підвищувати ефективність використання ресурсів і зміцнювати свої позиції на ринку. У цьому контексті важливо враховувати не лише технічні аспекти цифровізації, але й організаційно-економічні чинники, які впливають на успішність впровадження нових рішень.

**Результати дослідження.** Управління маркетинговою діяльністю охоплює комплекс процесів, спрямованих на виявлення та задоволення потреб споживачів, розвиток конкурентних переваг та формування сталих відносин із клієнтами [1]. В умовах цифровізації маркетинг зазнав суттєвих трансформацій, що проявляються у зміні каналів комунікації, інтеграції великих даних (Big Data) та автоматизації процесів управління маркетинговими активностями.

Цифрова трансформація створює нові можливості для підприємств, зокрема [2]:

- оцифрування комунікацій із клієнтами: завдяки використанню чат-ботів, соціальних мереж, персоналізованої email-розсилки тощо;
- аналіз ринкових даних у реальному часі: завдяки впровадженню CRM-систем, програм бізнес-аналітики та інструментів машинного навчання;
- автоматизація операцій: запровадження платформ управління контентом, автоматизація рекламних кампаній через AdTech-технології.

Разом із тим цифровізація вимагає перегляду традиційних підходів до управління маркетинговими процесами. Ключову роль у цьому відіграє стратегічне планування, яке забезпечує гармонійне впровадження цифрових інструментів у структуру підприємства.

Серед сучасних інструментів, які значно підвищують ефективність маркетингової діяльності, можна виділити [3]:

1. маркетинг на основі даних (Data-Driven Marketing): використання великих обсягів інформації про споживачів для побудови персоналізованих стратегій;
2. автоматизація маркетингу (Marketing Automation): інтеграція програмних продуктів для управління кампаніями, аналітики та залучення клієнтів;
3. інтеграція штучного інтелекту: автоматичне налаштування таргетованої реклами, прогнозування споживчого попиту та аналіз поведінки клієнтів;
4. соціальний медіа-маркетинг (SMM): використання платформ як основного каналу комунікації з цільовою аудиторією.

Крім інструментів, важливо враховувати тенденції:

- перехід до омніканальності, що забезпечує безперервний клієнтський досвід;
- зростання ролі екологічно орієнтованого маркетингу як елемента корпоративної соціальної відповідальності;
- використання технологій доповненої реальності (AR) для підвищення залученості споживачів.

Підприємства, які впроваджують цифрові інструменти маркетингу, суттєво підвищують ефективність своєї діяльності за рахунок оптимізації процесів, зменшення витрат і кращого розуміння потреб клієнтів. Інтеграція спеціалізованих платформ, таких як HubSpot [3], дозволяє автоматизувати рутинні завдання, налаштовувати персоналізовані пропозиції та управляти маркетинговими кампаніями в єдиному середовищі.

HubSpot забезпечує автоматизацію ключових процесів, таких як email-розсилки, таргетована реклама та аналіз поведінки клієнтів. Платформа дозволяє персоналізувати пропозиції завдяки збору даних про користувачів і створювати омніканальний клієнтський досвід шляхом інтеграції вебсайтів, соціальних мереж та інших каналів комунікації.

Результати впровадження таких рішень включають підвищення конверсії, зростання середнього чека та збільшення лояльності клієнтів. Це сприяє довгостроковій стабільності та конкурентоспроможності підприємства в умовах цифрової трансформації.

Цифрові інструменти маркетингу значно розширюють можливості підприємств у взаємодії зі споживачами, дозволяючи не лише реагувати на їхні запити, а й передбачати потреби. Наприклад, використання штучного інтелекту в маркетингових платформах дозволяє аналізувати поведінку клієнтів у реальному часі. Компанія Netflix [4] є прикладом ефективного впровадження таких технологій: її алгоритми аналізують уподобання користувачів та

пропонують персоналізовані рекомендації, що підвищує залученість клієнтів і рівень утримання на платформі.

Інший перспективний напрям – інтеграція технологій доповненої реальності (AR) у маркетингові кампанії. Так, компанія IKEA [4] запровадила додаток IKEA Place, який дозволяє клієнтам віртуально «розміщувати» меблі у своєму просторі перед покупкою. Цей підхід не лише покращує клієнтський досвід, а й знижує ризик повернень товару, що позитивно впливає на економічну ефективність.

Серед практичних прикладів автоматизації маркетингу варто відзначити досвід компанії Coca-Cola [4], яка використовує CRM-системи для моніторингу взаємодії зі споживачами у всьому світі. Завдяки автоматичному збору даних про продажі, переваги клієнтів і сезонні тенденції компанія вчасно адаптує свої маркетингові стратегії до змін ринку. Це забезпечує не лише економію ресурсів, а й підвищення точності ухвалених рішень, що сприяє зміцненню її позицій на глобальному ринку.

**Висновки.** Таким чином, удосконалення управління маркетинговою діяльністю в умовах цифрової трансформації є багатограним процесом, що включає інтеграцію сучасних технологій, адаптацію організаційної структури та розвиток нових підходів до взаємодії зі споживачами. Успішна реалізація цифрових інструментів, таких як CRM-системи, штучний інтелект і доповнена реальність, дозволяє підприємствам підвищувати ефективність операційних процесів, персоналізувати пропозиції, посилювати конкурентні переваги та швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Водночас важливим є врахування людського фактора: залучення кваліфікованих кадрів, формування культури інновацій та орієнтації на клієнта як центральний елемент бізнес-стратегії. Лише поєднання технологічних, організаційних та економічних підходів дозволить підприємствам не лише вижити, але й процвітати в умовах динамічного цифрового середовища.

#### Список використаних джерел

1. Котлер, Ф., Армстронг, Г. Принципи маркетингу. – К.: Вид. дім «КМ-БУКС», 2020. – 832 с.
2. Андрушко, О. П., Ковальчук, О. В. Використання CRM-систем у маркетинговій діяльності підприємств: перспективи та виклики. *Економічний форум*, 2023, № 1, с. 123–130.
3. Ткаченко, С. В. Цифрова трансформація маркетингу: нові інструменти та стратегії. *Вісник економічної науки України*, 2022, № 4, с. 45–52.
4. Transforming Marketing: AI and CRM in the Digital Era [Електронний ресурс] // McKinsey & Company. – Режим доступу: <https://www.mckinsey.com> (дата звернення: 18.11.2024).

## ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ПРИБУТКОВІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інга ТИЩУК

*Магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – к.е.н., доц. Шубенко Інна Андріївна*

**Вступ.** В умовах воєнного стану в Україні актуалізується проблема управління прибутковістю діяльності для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Тому актуальним є дослідження чинників впливу на прибутковість діяльності підприємства, які дозволяли б господарюючим суб'єктам своєчасно отримувати інформацію про розмір прибутку, прогнозувати динаміку доходів і витрат, попереджати виникнення непродуктивних витрат, тощо.

**Результати дослідження.** Стратегічне управління дозволяє підприємству стабільно одержувати прибуток, оскільки сплановано доходи та витрати, оновлення виробничих потужностей, а також впроваджуються інновації у виробничий процес. За своєю суттю сфера стратегічного управління ставить два взаємопов'язані питання «загальної картини» про бізнес. Чому деякі підприємства постійно отримують прибуток, а інші ні? І що менеджери можуть зробити для управління розміром фінансових результатів? В умовах цінової конкуренції прибуток має тенденцію до нуля, тому будь-який великий стійкий прибуток є рідкістю.

Прибуток – це безперервна основна маржа між періодами діяльності суб'єктів господарювання в умовах ринку. Саме цей аспект створює основоположний фактор діяльності суб'єктів господарювання. Хоча теорію прибутку в системі економічних теорій досліджували переважно у зв'язку з підприємницькою діяльністю, на формування прибутку існують різні погляди [2]. Його формуванням і використанням спочатку більше цікавилися економісти та спеціалісти. В умовах сучасного розвитку економіки науковців і практиків більше цікавить не природа прибутку, а оптимальні напрями його формування, кількість.

Підприємці змушені вести господарську діяльність в умовах підвищених ризиків через періодичні масовані атаки території України. Тому важливо попередньо вивчити попит на продукцію та інші фактори, які впливають на ціну та витрати для прогнозування величини прибутку.

Управління прибутковістю господарюючого суб'єкта має бути спрямоване на досягнення його стратегічних цілей. На управління прибутковістю впливає ряд факторів (рис. 1).

Система управління прибутком підприємства є важливим елементом фінансової діяльності. Метою управління прибутковістю є забезпечення ефективного формування, розподілу та використання прибутку в порядку для досягнення встановлених показників рентабельності.

Проблема управління прибутком включає в себе різні аспекти, які можуть вплинути на фінансові результати діяльності підприємства. Однією з головних проблем є те, що багато підприємств не мають чіткого розуміння своїх доходів та їх джерел. Це може призвести до неправильного прийняття рішень, недооцінки

потенціалу, ризиків та втрати можливостей збільшення прибутку. Іншою проблемою є відсутність ефективних систем обліку та аналізу витрат. Багато підприємств не мають належних механізмів контролю витрат, що може призвести до надмірного, непродуктивного використання ресурсів і зменшення прибутку.



**Рис. 1. Чинники, що впливають на прибутковість діяльності підприємства**

Джерело: узагальнено автором на основі [1, 2].

**Висновки.** Механізм належного корпоративного управління впливає на вартість суб'єкта господарювання. Невизначеність ділового клімату, зміни законодавчої системи негативно впливають на формування прибутковості підприємств і призводять до підвищеного ризику неефективності їх функціонування. У цих умовах важливе завданням кожного підприємства є адаптація до нестійких ринкових умов і стратегічне управління прибутком.

#### Список використаних джерел

1. Дзюба О.М., Майстер Л.А. Облікове забезпечення формування фінансових результатів підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2021. Випуск 5 (28). С. 156-161.
2. Подольська В.О., Яріш В.О. Фінансовий аналіз: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 488 с.

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Вероніка ТОКАРЧУК

Магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Дема Д.І., к.е.н., професор

**Вступ.** Управління витратами базується на встановленні контролю над процесами формування, розподілу та використання витрат підприємницької діяльності. Ключовою ціллю управління витратами є забезпечення зростання ефективності роботи суб'єктів господарювання шляхом використання заходів, які базуються на економії всіх видів ресурсів. Крім того, рівень ефективності діяльності багатьох підприємств є низьким і характеризується збитковістю діяльності, що призводить до скорочення обсягів виробництва та зростання рівня безробіття. Тому виникає об'єктивна необхідність окреслення теоретичних аспектів управління витратами.

Метою роботи є аналіз теоретичних положень щодо управління витратами підприємства для визначення можливих шляхів їх мінімізації.

**Результати дослідження.** Для забезпечення діяльності підприємство регулярно вкладає кошти в матеріальні, інформаційні, фінансові та трудові ресурси. Організація ефективного та раціонального управління витратами є одним із ключових завдань управління.

Об'єктом управління є витрати, тож для розуміння сутності та змісту відповідних управлінських процесів, вважаємо за доцільне спершу розглянути більш детально об'єкт управління. Для управління витратами необхідно дослідити економічну сутність цієї дефініції. За результатами аналізу наукової літератури встановлено, що відсутній єдиний підхід до трактування дефініції «управління витратами» (табл. 1).

Таблиця 1

### Трактування дефініції «управління витратами»

| Автор, джерело                               | Визначення                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Давидович І.Є.                               | процес, який формує дії керівництва щодо досягнення високого економічного результату діяльності через виконання всіх функцій, які властиві управлінню будь-яким об'єктом                                                                                                    |
| Турило А.М.,<br>Кравчук Ю.Б.,<br>Турило А.А. | процес планомірного створення оптимального рівня витрат суб'єкта господарювання. Еталоном оптимізації є мінімізація витрат, яка дозволяє одержати певні конкурентні переваги на ринку збуту, вільно формувати власну цінову політику для досягнення вищого розміру прибутку |
| Скоропад І.С.                                | керований блок, що націлений правовірну реалізацію функцій управління за допомогою методів, які дозволяє керувати величиною та структурою витрат                                                                                                                            |
| Ясінська А.І.                                | вплив на витрати для керування їх складом і структурою у зв'язку зі зміною умов виробничо-збутових умов                                                                                                                                                                     |
| Ященко О.І.,<br>Майданська О.М.              | процес цілеспрямованого керування величиною витрат за їх видами, місцями виникнення з метою безперервного контролю рівня витрат і пошуку резервів їх мінімізації                                                                                                            |

Узагальнено автором на основі [1, 2, 3, 4, 5].

Відсутність однаковості при трактуванні дефініції «управління витратами» призводить до складнощів при їх плануванні, регулюванні їх розміру та контролю. Більшість науковців наголошують на взаємозв'язку витрат і кінцевих фінансових результатів діяльності господарюючого суб'єкта.

На наш погляд, управління витратами – це процес цілеспрямованої роботи з планування і здійснення витрат з метою забезпечення їх оптимального розміру та досягнення найвищого фінансового результату.

При організації управління витратами важливе значення має їх класифікація, яка узагальнена на рис. 1.



**Рис. 1. Класифікація витрат для цілей управління їх величиною**

Узагальнено автором на основі [1, 2, 4].

Класифікація витрат має практичне спрямування, оскільки для планування, обліку, аналізу та контролю їх слід згрупувати для однорідними ознаками та розробити механізм управління ними.

Розуміння структури витрат є важливим для будь-якого підприємства, яке прагне оптимізувати свою діяльність і максимізувати прибутковість. Простіше кажучи, структура витрат означає розбивку всіх витрат, пов'язаних із веденням

бізнесу. За підсумками оцінювання структури витрат з'являється можливість приймати обґрунтовані рішення щодо ціноутворення, розподілу ресурсів і загальної бізнес-стратегії.

Оптимізація структури витрат є важливим аспектом успішного ведення бізнесу, адже передбачає аналіз та управління різними витратами, понесеними під час виробництва, експлуатації та розповсюдження продуктів або послуг. Оптимізувавши структуру витрат, можна збільшити прибутковість, підвищити конкурентоспроможність і забезпечити довгострокову стійкість бізнесу.

В умовах воєнного стану в Україні актуалізується проблема мінімізації витрат для забезпечення конкурентоспроможності та рентабельності підприємства. Суб'єкт господарювання може стабільно одержувати прибуток, якщо постійно оновлює свої виробничі потужності, вводить інновації у виробничий процес, а також активно рекламує свою продукцію. Витрати є ключовим фактором, що обмежує розмір кінцевого прибутку, тому управлінський персонал систематично слідкує за їх величиною. Ключовою задачею управління підприємством є розробка якісного інструментарію, що забезпечують впровадження системи управління витратами для планування і контролю їх величини, а також забезпечення рентабельного ведення бізнесу.

**Висновки.** Відсутність однастайності між дослідниками щодо трактування сутності поняття «управління витратами» призводить до труднощів при управлінні ними. Запропоновано управління витратами трактувати як процес цілеспрямованої роботи з планування і здійснення витрат з метою забезпечення їх оптимального розміру та досягнення найвищого фінансового результату. Узагальнено класифікацію витрат з метою оптимального управління.

#### Список використаних джерел

1. Давидович І.Є. Управління витратами: навч. посібн. К.: Центр учбової літератури, 2018. 320 с.
2. Кулакова С., Ткаченко А., Разно М. Сучасні аспекти управління витратами українських підприємств. Фінансово-кредитні системи: перспективи розвитку. 2023. № 1 (8). С. 40-48.
3. Скоропад І.С. Механізм управління витратами підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Вип. 30.10. С. 229–232.
4. Турило А.М. Управління витратами підприємств: навч. посіб. / Турило А. М., Кравчук Ю. Б., Турило А.А. К.: Центр навч. літератури, 2016. 120 с.
5. Ященко О.І. Стратегічний підхід в управлінні витратами підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Вип. 18.2. С. 145–149.

## ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

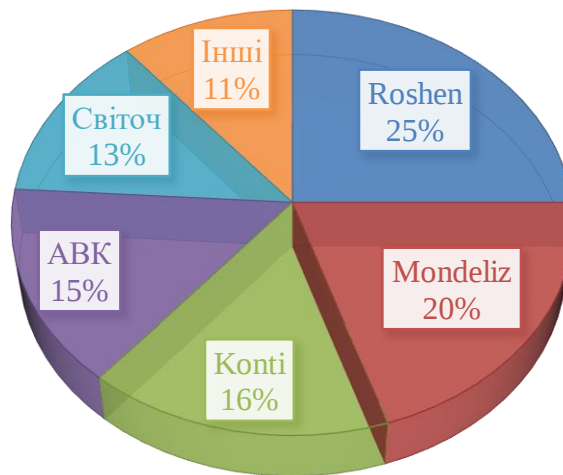
Юлія ТРЕФІЛОВА

бакалавр спеціальності «Облік і оподаткування»

Науковий керівник – Русак Олена Петрівна, к.е.н., доцент

**Вступ.** Кондитерська промисловість одна з найстаріших і найулюбленіших галузей харчової промисловості, що спеціалізується на виробництві шоколаду, цукерок, печива, тортів, тістечок та інших десертів. Впродовж тривалого періоду вона залишається стратегічно важливим сектором, який впливає на економічний розвиток, сприяє формуванню позитивного іміджу країни. Зважаючи на це, актуалізується питання динаміки формування підприємств даної сфери в умовах постійних ризиків та трансформаційних змін.

**Результати досліджень.** Українська кондитерська промисловість своїми традиціями сягає початку 20-го століття. Такі відомі бренди як, Roshen, Mondeliz, Conti, АВК та Світоч, виробляють різноманітня продукції, яка відома в Україні, та за її межами. Товари цих торгових марок користується попитом завдяки своїй якості, оригінальним рецептурам та відносно доступним цінам. Дані рис.1 вказують на те, що ринок є досить сконцентрований навколо кількох основних виробників, при цьому Roshen є явним лідером серед інших виробників продукції.



**Рис.1. Частки найбільших підприємств кондитерського ринку України за 2022 рік**

Джерело: побудовано за [1]

Сучасна кондитерська галузь постійно стикається з великою кількістю викликів: економічна нестабільність, зміни в смаках споживачів, зростання міжнародної конкуренції, вплив глобальних тенденцій, таких як екологічність та здорове споживання. Однак основним викликом для галузі стала повномасштабна війна. Внаслідок збройної агресії РФ протягом 2022 року майже 18,3% підприємств галузі постраждали від воєнних дій.

Разом з цим українські підприємства кондитерської галузі активно адаптуються до нових умов, розширюють асортимент продукції, спрямованої на споживачів, впроваджують передові технології виробництва. Сучасна динаміка засвідчує про присутність бігатох підприємств кондитерської галузі в різних регіонах України. Щодо обсягів виробництва продукції, слід зазначити, що у 2022 році спостерігався тривалий спад, майже на 26% порівняно з 2021 р. Однак рівень реалізації продукції галузі мав не значне зниження. Сухе печиво, виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок скоротилося за аналізований період на 1,2% і становило 13,6 млрд грн. Обсяги реалізації какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів мали також тенденцію до спаду на 5,3% і склали 43,3 млрд грн.

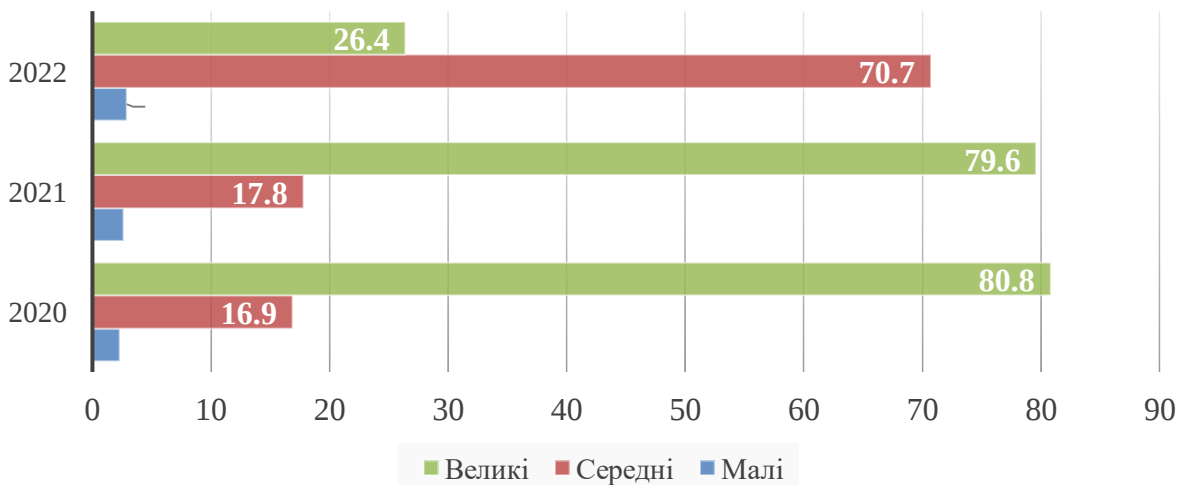
Основні аспекти кондитерської промисловості:

► *Процес виробництва*, який складається з кількох етапів: підготовка сировини, змішування інгредієнтів, формування, випікання або охолодження, покриття глазур'ю або шоколадом та пакування.

► *Сировина*. Основними інгредієнтами є цукор, борошно, молоко, какао, жири, олії, горіхи та фрукти. Зараз галузь також адаптується до нових тенденцій, таких як зростаючий попит на органічні продукти.

► *Експортно-імпортна діяльність*. Українська кондитерська продукція експортується по всьому світу.

Зважаючи на зазначені особливості, необхідно дослідити частки великих, середніх підприємств в загальній структурі реалізованої продукції какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів. За даними рис.2 встановлено, що частка великих підприємств поступово зменшується, найбільше скорочення спостерігається між 2021 і 2022 роками. Це свідчить про можливі структурні зміни в економіці. Середні та малі підприємства демонструють зростання, що вказує про їхню активізацію та швидку адаптацію на ринку.



**Рис.2. Частки великих, середніх підприємств в структурі реалізованої продукції, %**

Джерело: побудовано за [2]

Тривалий період часу спостерігається зростаюча обізнаність споживачів щодо здорового харчування. Покупці все частіше шукають продукти, які відповідають їхнім індивідуальним смакам і потребам. Без сумніву це спонукає виробників виробляти кондитерські вироби з використанням натуральних, здорових інгредієнтів з низьким вмістом цукру. Поряд із диверсифікацією виробництва, зростає попит на елітні та дизайнерські кондитерські вироби.

**Висновки.** Попри складні умови, кондитерська галузь України має потенціал для подальшого розвитку через інновації, розширення асортименту та адаптацію до вимог споживачів. Це дозволяє зберегти позиції на внутрішньому ринку та змінювати їх на міжнародному рівні.

Однак подальший стратегічний розвиток повинен бути орієнтований на повернення великих кондитерських підприємств на вітчизняний ринок. Це можна досягти за умови потужної підтримки від держави (податкові пільги, гранти, кредити), залучення інвесторів, систематичного проведення аудиту ресурсів, налагодження логістичних шляхів. Запорукою успішної реалізації таких дій є закінчення військових дій, настання стабільності, економічної та політичної безпеки в країні.

#### Список використаних джерел

1. Чмут А. В.. Аналіз розвитку підприємств кондитерської галузі України в умовах військового стану. URL.: <https://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/842/803>.
2. Кропива В.О.. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі. URK.: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/c4bc29c6-2d85-43a7-a69d-4cb84c2ac7c5/content>.
3. Дем'яненко К.А Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах. *Молодий вчений*. 2016. № 9 (36). С. 45-50.
4. Дубинський С.В., Щербініна Т.О. Проблеми інноваційного розвитку підприємств та його особливості в Україні. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2017. № 1 (22). С. 21–32.

## УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ НА КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Анна ФОМЮК, Оксана КОВАЛЬЧУК*

*Магістри спеціальності «Облік та оподаткування»*

*Науковий керівник – Цегельник Н.І., к.е.н., доцент*

**Вступ.** Реформування комунального сектору економіки в Україні вимагає підвищення ефективності управління трудовими ресурсами. Особливу увагу слід приділяти удосконаленню обліку праці та її оплати, оскільки це безпосередньо впливає на фінансові результати діяльності комунальних підприємств та якість наданих послуг. У сучасних умовах впровадження цифрових технологій, автоматизації процесів і нових методів обліку стає пріоритетом для забезпечення прозорості та економічної обґрунтованості оплати праці.

Облік праці виконує важливу функцію в системі управління підприємством, адже він дозволяє забезпечити прозорість у використанні трудових ресурсів і обґрунтованість витрат на оплату праці. Зокрема, належний облік праці сприяє контролю за виконанням виробничих завдань, розрахунку заробітної плати відповідно до трудових вкладень, а також аналізу ефективності використання персоналу. На комунальних підприємствах ці завдання ускладнюються через специфіку діяльності, яка включає виконання соціально важливих функцій і обмеження у фінансуванні. У таких умовах недоліки в обліку праці можуть призводити до невинуватених витрат, зниження мотивації працівників та погіршення якості послуг.

**Результати дослідження.** Ефективне управління трудовими ресурсами та своєчасна оплата праці є ключовими факторами стабільності та розвитку будь-якого підприємства, особливо комунального. В умовах сучасної економіки, коли комунальні підприємства стикаються зі значними викликами, такими як обмеженість фінансових ресурсів і необхідність підвищення якості послуг, удосконалення обліку праці та її оплати набуває особливого значення.

Облік праці є важливим інструментом забезпечення раціонального використання трудових ресурсів. На комунальних підприємствах він виконує такі функції:

- контроль за виконанням робочих завдань – забезпечення точного обліку фактично відпрацьованого часу;
- розрахунок заробітної плати – визначення її відповідно до обсягу та якості виконаних робіт;
- аналіз ефективності використання персоналу – виявлення резервів підвищення продуктивності.

Однак, в умовах специфіки комунального сектора – обмеженого фінансування, жорсткого регулювання тарифів та високих соціальних зобов'язань – зростає необхідність удосконалення облікових процесів.

Попри важливість обліку праці, на багатьох комунальних підприємствах залишаються невирішеними низка проблем, що гальмують підвищення ефективності управління.

По-перше, застосування застарілих облікових методик, які не враховують специфіку роботи підприємств. Це може спричиняти неточності у визначенні фактично відпрацьованого часу або обсягу виконаних робіт.

По-друге, недостатнє використання автоматизованих систем обліку. Багато комунальних підприємств досі покладаються на ручні методи, що збільшує ризик помилок і вимагає значних часових ресурсів.

Нарешті, недосконала система мотивації працівників, яка не завжди враховує якість виконаної роботи, також негативно впливає на продуктивність персоналу.

Для вирішення зазначених проблем необхідно впроваджувати комплексний підхід, який включає такі основні напрями (табл. ).

Таблиця 1

### Основні напрями удосконалення обліку праці працівників

| Напрямок                                                  | Удосконалення                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Автоматизація процесів обліку</i>                      | Використання сучасних інформаційних систем (наприклад, 1С:Підприємство, BAS ERP) дозволяє підвищити точність та оперативність облікових даних. Це сприяє автоматичному розрахунку заробітної плати, обліку робочого часу та аналізу ефективності праці.                        |
| <i>Адаптація методик обліку до специфіки підприємства</i> | Комунальні підприємства мають враховувати особливості своєї діяльності, наприклад, нерівномірність навантаження на працівників залежно від сезонності або типу виконуваних робіт. Це вимагає розробки індивідуальних методик оцінки праці.                                     |
| <i>Впровадження цифрових технологій</i>                   | Цифровізація обліку праці сприяє зменшенню паперової документації та підвищенню прозорості даних. Використання хмарних платформ та мобільних додатків для фіксації робочого часу дозволяє в режимі реального часу отримувати достовірну інформацію про діяльність працівників. |
| <i>Реформа системи мотивації працівників</i>              | Важливим є впровадження стимулюючих форм оплати праці, які базуються на досягненні конкретних показників продуктивності. Диференціація заробітної плати залежно від обсягу та якості виконаної роботи підвищує зацікавленість працівників у результатах.                       |

Джерело: власні дослідження.

Отже, удосконалення обліку праці на комунальних підприємствах вимагає комплексного підходу. Передусім, необхідно впроваджувати сучасні інформаційні технології. Використання автоматизованих систем, таких як 1С:Підприємство або аналогічні, дозволить значно спростити процес обліку, забезпечити точність розрахунків і скоротити час на виконання рутинних завдань.

Наступним кроком є адаптація методик обліку до специфіки підприємства. Це передбачає розробку гнучких інструментів оцінки праці, які враховуватимуть не лише кількісні, але й якісні показники.

Також важливим є вдосконалення системи мотивації. Прив'язка оплати праці до досягнення конкретних показників ефективності сприятиме зростанню продуктивності працівників і покращенню якості послуг.

Перехід до цифрових технологій у системі обліку праці є необхідною умовою для ефективного функціонування комунальних підприємств. Використання хмарних платформ для обліку часу та оплати праці дозволяє в режимі реального часу отримувати інформацію про відпрацьовані години, відхилення від графіка чи рівень виконання завдань.

Окрім того, цифровізація сприяє підвищенню прозорості процесів і зменшенню можливостей для корупційних дій, що особливо актуально для комунального сектору.

Запропоновані заходи з удосконалення обліку праці та її оплати дозволять:

- зменшити витрати часу та ресурсів на облікові процеси;
- забезпечити прозорість та обґрунтованість оплати праці;
- підвищити мотивацію та продуктивність працівників;
- покращити якість наданих послуг для населення.

Удосконалення обліку праці та її оплати є ключовим елементом забезпечення стабільної діяльності комунальних підприємств. Інтеграція сучасних технологій, адаптація методик до специфіки роботи та створення ефективної системи мотивації сприятимуть підвищенню економічної ефективності підприємств, а також підвищенню задоволеності працівників та споживачів. У сучасних умовах це не лише вимога часу, але й стратегічний напрям розвитку комунального сектору України.

**Висновки.** Удосконалення обліку праці та її оплати на комунальних підприємствах є важливим чинником забезпечення їхньої фінансової стабільності й підвищення ефективності. Інтеграція сучасних технологій, адаптація методик до специфіки діяльності та створення справедливої системи мотивації працівників дозволять підвищити продуктивність, зменшити витрати й забезпечити якісне надання комунальних послуг.

Таким чином, у сучасних умовах реформування комунального сектору акцент на вдосконалення обліку праці та її оплати стає одним із ключових завдань, що потребують як уваги керівництва підприємств, так і підтримки на законодавчому рівні.

#### Список використаних джерел

1. Гуріна, Н., & Бестюк, А. Організація обліку оплати праці на підприємствах: проблеми та шляхи їх вирішення. *Економіка та суспільство*, 2021. № 23. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-13>
2. Машевська А. А. Теоретичне підґрунтя організації оплати праці суб'єктів господарювання. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. 9 с.
3. Подмешальська Ю.В., Панченко А.М. Удосконалення організації обліку заробітної плати. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 1. С. 58-63

## РОЗВИТОК СИСТЕМ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

Владислав ЧЕРНЮК

Магістр спеціальності «Комп'ютерні науки»

Науковий керівник – Молодецька К. В., д.т.н., проф.

**Вступ.** Останні роки дистанційне навчання набуває все більшої популярності, проте цей формат стикається з певними труднощами. Однією з основних проблем є відсутність достатньої взаємодії між студентом та навчальним матеріалом, що знижує рівень залученості та розуміння складних концепцій. Відсутність фізичної присутності в навчальних аудиторіях обмежує можливість отримання практичного досвіду та взаємодії з навчальними об'єктами, що особливо важливо у випадку точних та природничих наук.

Доповнена реальність (AR) надає нові можливості для подолання цих обмежень, оскільки дозволяє створити інтерактивні середовища, у яких віртуальні елементи інтегруються з реальним світом. Використання AR у дистанційному навчанні може підвищити залученість студентів, зробити навчання більш наочним та інтерактивним, забезпечуючи глибше засвоєння матеріалу. У цьому дослідженні розглядається потенціал AR у вирішенні ключових викликів дистанційної освіти, що сприятиме розвитку гнучких, ефективних та технологічно збагачених навчальних середовищ.

**Результати дослідження.** Наукові роботи, присвячені доповненій реальності, підкреслюють її потенціал для покращення навчання. Azuma [1] у своїй праці описує AR як технологію, що об'єднує віртуальні об'єкти з реальним світом, створюючи новий вид навчального середовища, де користувачі можуть взаємодіяти з цифровими елементами. Завдяки інтерактивному підходу, доповнена реальність полегшує розуміння складних тем, дозволяючи студентам не лише пасивно сприймати інформацію, а й активно досліджувати її в інтерактивному режимі. Це особливо важливо у дисциплінах, де потрібне візуальне моделювання, як-от анатомія, фізика та інженерія, де AR надає можливість краще вивчити складні об'єкти чи процеси.

Особливу увагу привертає використання AR у вищій освіті, зокрема на професійних і наукових курсах. Billinghamurst і Duenser [2] довели, що AR значно покращує сприйняття складних понять завдяки візуалізації та інтерактивності. Наприклад, у медичній освіті використання віртуальних 3D-моделей органів дозволяє студентам глибше розуміти анатомічні структури та функції. Згідно з Kalkofen et al. [3], моделювання руху серця або легенів у реальному часі сприяє кращому розумінню фізіологічних процесів. У інженерних дисциплінах AR допомагає візуалізувати складні механізми, що сприяє покращенню практичних навичок студентів.

Серед готових рішень, які вже використовуються в освіті, варто виділити платформи Merge Cube і Google Expeditions. Ці інструменти застосовуються як у шкільній, так і в університетській освіті, пропонуючи інтерактивні об'єкти, які можна використовувати за допомогою звичайних мобільних пристроїв.

Наприклад, Merge Cube дозволяє студентам "тримати" віртуальні об'єкти в руках, а Google Expeditions надає доступ до віртуальних турів і 3D-моделей. Проте ці рішення мають певні обмеження: вони залежать від доступності обладнання, стабільності інтернет-з'єднання, а також можуть не повністю відповідати вимогам конкретних дисциплін (табл. 1).

Таблиця 1

**Характеристика систем**

| Аспект                   | Опис                                                                                                                                  | Приклади використання                                                                                                                            |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Переваги                 | Підвищує інтерактивність та зацікавленість студентів. Полегшує розуміння складних концепцій через наочність і взаємодію з матеріалом. | Університетська освіта: медичні курси (віртуальні моделі анатомії); інженерія (3D-моделювання механізмів); школа: біологія (моделі клітин).      |
| Недоліки                 | Високі витрати на обладнання; необхідність технічної підтримки; залежність від інтернету та інфраструктури.                           | Брак доступу до обладнання в школах; недостатня адаптація платформ для конкретних дисциплін; труднощі інтеграції в навчальні програми.           |
| Готові рішення           | Програмне забезпечення для AR включає мобільні додатки, окуляри AR і спеціальні платформи для навчання.                               | Google Expeditions: віртуальні тури для шкіл; Microsoft HoloLens: інженерія та медицина; Merge Cube: інтерактивні 3D-об'єкти для базової освіти. |
| Обмеження готових рішень | Дороговартість пристроїв; складність розробки високоякісного інтерактивного контенту; відсутність універсальності рішень.             | AR-платформи не завжди відповідають специфіці різних дисциплін; необхідність додаткового навчання викладачів.                                    |
| Перспективи розвитку     | Зниження вартості технологій; створення спеціалізованих AR-платформ для конкретних дисциплін; розвиток спільної роботи через AR.      | Розробка університетських AR-лабораторій; інтеграція AR в STEM-курси (математика, фізика, інженерія); доступні мобільні додатки для шкіл.        |

*Джерело: власні дослідження.*

Крім того, AR сприяє розвитку спільної роботи у дистанційному форматі. Використовуючи інтерактивні віртуальні середовища, студенти можуть виконувати групові завдання, аналізувати моделі та обговорювати результати у реальному часі. Такий підхід розвиває ключові навички комунікації та співпраці, що є критично важливими для сучасних фахівців. Таким чином, AR може стати ефективним інструментом для розв'язання проблем дистанційного навчання, зокрема забезпечення доступу до складних і візуально насичених матеріалів. Це

відкриває нові можливості для розвитку сучасної освіти, орієнтованої на інтерактивність, співпрацю та практичну користь для студентів.

**Висновки.** Системи доповненої реальності (AR) мають значний потенціал для підвищення якості дистанційного навчання, особливо в університетських курсах, які вимагають складного візуального моделювання, таких як медицина, інженерія та природничі науки. Використання AR дозволяє підвищити зацікавленість студентів, покращити розуміння складних концепцій і забезпечити інтерактивність навчального процесу. Практична значущість дослідження полягає у створенні можливостей для ефективного впровадження AR у навчальний процес.

Головними викликами залишаються висока вартість технологій та адаптація рішень під специфічні освітні потреби. Подальший розвиток AR спрямований на зниження витрат, розробку доступних платформ і розширення можливостей для групової роботи студентів.

#### Список використаних джерел

1. Azuma, R. T. (1997). A Survey of Augmented Reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355-385.
2. Billinghurst, M., & Duenser, A. (2012). Augmented Reality in the Classroom. *Computer*, 45(7), 56-63.
3. Kalkofen, D., Mendez, E., & Schmalstieg, D. (2011). Interactive Augmented Reality in Medical Education. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 31(2), 86-96.

## СОЦІАЛЬНЕ СТРАХУВАННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

Анна ШАТИЛО

*Бакалавр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»*

*Науковий керівник – Мартинюк Г.П., к.е.н., ст.. викладач*

**Вступ.** Соціальне страхування в Україні піддається впливу військового стану в якому перебуває країна, та відтак характеризується посиленням вимог щодо нарахування та сплати єдиного соціального внеску з метою наповнення податкових надходжень країни та своєчасної та повної виплати пенсій та допомог. Зменшення чисельності працездатних осіб, недостатньо високий рівень заробітних плат та дефіцит бюджету вказує на ситуацію, коли нинішні пенсіонери отримують свої виплати за рахунок внесків працюючих, дотацій з бюджету та надходжень від країн донорів. І постає питання: чи отримуватимуть соціальні виплати ті громадяни, які починають працювати зараз?

**Результати дослідження.** Кожен платник податків та внесків розраховує в майбутньому отримувати пенсію або іншу соціальну допомогу. Розмір даних виплат, зокрема пенсій, залежить:

- від страхового стажу сплати соціального внеску;
- кількості офіційно відпрацьованих років,
- розмірів та сум єдиного соціального внеску що персоніфікуються роботодавцем.

Тому можна констатувати, що ключовим об'єктом в даному дослідженні можна вважати єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування - консолідований страховий внесок, збір якого здійснюється до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування в обов'язковому порядку та на регулярній основі з метою забезпечення захисту у випадках, передбачених законодавством, прав застрахованих осіб на отримання страхових виплат (послуг) за діючими видами загальнообов'язкового державного соціального страхування, відповідно до Закону України "Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування" [3].

Основною ставкою соціального внеску є 22% від бази нарахування. Пільгова ставка 8,41% застосовується до фонду заробітків інвалідів що працюють в підприємствах, організаціях та у приватних підприємств.

Разом з тим в дослідженнях Онищенко В., Левадського І. присвячених ЄСВ вказується що: « 5,5% - для підприємств та громадських організацій, де є певна кількість працівників з інвалідністю та 5,3% - для підприємств і всеукраїнських громадських організацій тощо, де теж є певна кількість працівників з інвалідністю» [2].

Як видно із результатів дослідження розміру ставок роботодавці сплачують значні кошти єдиного соціального внеску при виплаті заробітних плат, і тому, виникає бажання зменшити їх суму через зменшення офіційного фонду заробітної плати. Нині, з використанням автоматизованих баз даних, контрольних заходів, податкової звітності роботодавцям стає важче ухилятися від сплати коштів єдиного соціального внеску до бюджету, але не всіх це зупиняє.

Разом з тим, існує думка, що єдиний внесок нараховують на заробітну плату працівників, це є обов'язком роботодавця і не залежить від найманого працівника, і тому саме роботодавець зобов'язаний нараховувати та сплачувати "за свій кошт" єдиний внесок. Оскільки, лише офіційна заробітна плата є об'єктом нарахування єдиного внеску, що персоніфікується через податкову звітність, тому важливо бути офіційно працевлаштованим та не отримувати заробітну плату "в конверті", аби по настанні пенсії не отримувати мінімальну суму виплат.

Поряд із проблемою ухиляння від сплати соціального внеску постає проблема нестачі коштів у бюджеті. В таблиці 1 проаналізовано суми надходжень на соціальне страхування та виплат із Пенсійного фонду за останні три роки (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка сплаченого єдиного соціального внеску та видатків на пенсійне забезпечення та соціальний захист за 2021-2023рр.**

| № з/п | Показники                                                   | Період |        |        | Відхилення 2023р. до 2021р. |             |
|-------|-------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-----------------------------|-------------|
|       |                                                             | 2021р. | 2022р. | 2023р. | Абсолютне (+/-)             | Відносне, % |
| 1     | Сплачений єдиний соціальний внесок до бюджету, млрд грн     | 327    | 404    | 463    | 136                         | 41,6        |
| 2     | Видатки з державного бюджету на виплату пенсій, млрд грн    | 546    | 647    | 730    | 184                         | 33,7        |
| 3     | Видатки з державного бюджету на соціальний захист, млрд грн | 136    | 211    | 228    | 92                          | 67,6        |

*Джерело: побудовано на основі [4]*

Як показують результати дослідження станом на 2021р. єдиний внесок до бюджету було сплачено в розмірі 327 млрд грн, у 2022 - 404 млрд грн, а у 2023 - 463 млрд грн. Разом з тим, видатки з державного бюджету на пенсії у 2021р. склали 546 млрд грн, у 2022 - 647 млрд грн, а у 2023 - 730 млрд грн. Видатки на соціальний захист у 2021р. становили 136 млрд грн, у 2022 - 211, а у 2023 - 228 млрд грн.

Позитивна динаміка росту внесків прослідковується через збільшення розміру мінімальних та реальних заробітних плат, а виплати соціального захисту збільшуються, в більшій мірі через інфляцію, але очевидним є, що навіть пенсія перевищує сплачені внески. Утворюється не логічний взаємозв'язок: виплачені суми на захист в разі перевищують надходження до бюджету. І з кожним роком баланс порушується усе більше. Замість того, аби бути впевненим у своєму майбутньому, знати, що кошти, сплачені щомісяця, будуть накопичуватися, ми розуміємо: виплачені сьогодні пенсії - сплачений роботодавцем єдиний внесок попереднього місяця.

Окрім того, сплата пенсій і допомог відбувається і за рахунок інших надходжень бюджету. Якщо спрогнозувати дану тенденцію, результат буде не втішний. І коли зараз ще покривають ці видатки за рахунок інших надходжень, то далі буде тільки гірше.

Шляхами вирішення даної проблеми є, в першу чергу, збільшення доходу за рахунок єдиного внеску. Цьому можуть сприяти наступні заходи:

- впровадження пенсійної реформи, яка б зробила трьохрівневу пенсійну систему;
- посилення контролю за сплатою внеску;
- збільшення сум штрафів за ведення «чорної бухгалтерії» та несплату податків;
- проведення вебінарів для працівників та роботодавців, для розуміння важливості сплачених коштів до бюджету, для освіченості та правильності ведення бухгалтерії;

- мотивувати роботодавців не ухилятися від сплати, встановлювати якісь привілеї тощо;

- збільшувати загальне число робочих місць та залучати людей до праці.

Дані дії можуть збільшити надходження до бюджету та спонукати роботодавців до доброчесності.

**Висновки.** Є значний ризик того, що молоде покоління в майбутньому не отримуватиме свої виплати, якщо не змінювати нічого, усе ставатиме лише гірше. Держава потребує, в першу чергу, реформи соціального страхування. Вона дозволить створити трьохрівневу пенсійну систему, де перший рівень - солідарна система загальнообов'язкового пенсійного страхування, другий - накопичувальна система загальнообов'язкового пенсійного страхування, третій рівень - добровільне недержавне пенсійне забезпечення [1]. На жаль, дану систему не хочуть впроваджувати через військові дії, низьку народжуваність, зарплати в конвертах тощо. Тому все взаємопов'язане: потрібно зменшувати порушення, контролювати сплату та проводити освітню діяльність. Після подолання цих проблем, механізм соціального страхування сам почне краще функціонувати та буде більше шансів перейти на трьохрівневу пенсійну систему.

#### **Список використаних джерел**

1. Бюджет України. Ціна держави : вебсайт. URL : <https://cost.ua/byudzhet-ukrayiny/> (дата звернення: 01.12.2024).

2. Онищенко В., Левадський І. ЄСВ: ставки, сплата, строки звітування. URL: <https://buhplatforma.com.ua/article/9211-sv-u-2022-rots> (дата звернення: 01.12.2024).

3. Пенсійна система: три кроки до ситої старості. Економічна правда: вебсайт. URL: <https://epravda.com.ua/publications/2009/08/14/203643/> (дата звернення: 01.12.2024).

4. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування Закон України від 08.07.2010 № 2464-VI URL : <https://zakon.rada.gov.ua/go/2464-17>.

**ЕВОЛЮЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ***Ігор ШЕЛЕСТ**магістрант спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Дема Д. І. к. е. н., професор*

**Вступ.** Задля формування ресурсів, необхідних для компенсації шкоди, завданої навколишньому природному середовищу, потрібно забезпечити існування певного механізму екологічного оподаткування. Даний механізм має поєднувати адміністративні заходи управління та заходи фіскального впливу, що регулюватиме екологічний аспект фінансово-економічних та виробничих відносин суб'єктів.

Його основна мета – стимулювання суб'єктів господарювання щодо зниження рівня забруднення довкілля шляхом впровадження більш екологічно безпечних способів виробництва і на цій основі забезпечити фінансування покриття збитків, нанесених природному середовищу, та заходів екологічного відновлення.

Дослідженню особливостей адміністрування екологічного податку приділяли увагу у своїй дослідженнях М. Карлін, Л. Тулуш, С. Сучек, К. Канонішена-Коваленко, Т. Шульга, Б. Данилишин. Проте, окремий інтерес викликають етапи становлення екологічного податку, так як існують пропозиції щодо реформування екологічного оподаткування в Україні.

**Результати дослідження.** Окремі положення розподілу надходжень від сплати екологічного податку, регламентовані Бюджетним кодексом країни, виступають приводом для дискусії серед вчених, щодо збереження цільового призначення податку – компенсації шкоди навколишньому природному середовищу та фінансування природоохоронних заходів.

Зокрема, В. М. Булавинець вказує, що через існування постійного дефіциту бюджетів різних рівнів, що не дає у повному обсязі фінансувати нагальні соціальні потреби, надходження від сплати екологічного податку використовуються на загальнодержавні цілі, а не на фінансування природоохоронних заходів. Тому екологічний податок не має вже цільового призначення і виконує в основному фіскальну функцію [1].

Штик Ю., Семенова Д., Миронович Є. відмічають, що «через постійні зміни як механізму екологічного оподаткування загалом, так і змінами співвідношень екологічного податку між рівнями бюджетної системи, зокрема, в Україні не створено ефективної моделі екологічного податку» [2, с. 115]. Однією із проблем щодо формування ефективного екологічного оподаткування також виступає нераціональний розподіл його сум, відзначає Найденко О.Є. [3, с. 631].

Щоб забезпечити цільове призначення екологічного оподаткування Сучек С.І., Карлін М.І. пропонують створити окремі позабюджетні цільові фонди, куди будуть зараховуватися платежі, які включені до структури екологічного податку, а окремі з них слід відносити виключно до спецфондів бюджетів різних рівнів. Тим самим буде здійснено певне реформування екологічного оподаткування в

Україні, що сприятиме цільовому використанню надходжень від екологічного податку [4, 5].

Підставами необхідності реформування вчені вказують те, що протягом останніх років місцеві бюджети в Україні витрачали у 2018-2020 рр. більше фінансових ресурсів на природоохоронні заходи, чим мали відповідних надходжень від екологічного податку [5].

Такі пропозиції, певною мірою спрямовують на повернення до вже раніше існуючих механізмів адміністрування екологічного податку.

Ключові моменти та реформи в системі екологічного оподаткування України, які впливали на формування та еволюцію екологічного податку, наведені у табл. 1.

Таблиця 1.

## Еволюція екологічного оподаткування в Україні

| Дата    | Подія                                                                             | Деталі змін та їх значення                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1991 р. | Прийняття Закону «Про систему оподаткування»                                      | Запроваджено екологічний податок у статусі загальнодержавного. Сплата податку здійснювалася у позабюджетні фонди місцевих органів самоврядування. Платниками виступали суб'єкти, які завдавали шкоди навколишньому середовищу.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|         | Прийняття Закону «Про охорону навколишнього природного середовища»                | Запроваджено плату за забруднення навколишнього природного середовища. Сплата здійснюється у позабюджетні фонди охорони навколишнього природного середовища місцевих органів самоврядування за окремими пропорціями. Платниками виступали суб'єкти, які здійснювали викиди, скиди забруднюючих речовин та розміщення відходів понад встановлені ліміти.<br>Запроваджено плату за погіршення якості природних ресурсів. Платниками виступали суб'єкти, у результаті діяльності яких мало місце погіршення стану природних ресурсів – вводився в дію з 1995 рр. |
| 1994 р. | Внесення змін до Закону України «Про систему оподаткування»                       | Заміна екологічного податку на плату за забруднення навколишнього природного середовища.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 1997 р. | Внесення змін до Закону України «Про систему оподаткування»                       | Заміна плати за забруднення навколишнього природного середовища на збір за забруднення навколишнього природного середовища.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 1998 р. | Внесення змін до Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища» | Заміна плати за забруднення навколишнього природного середовища на збір за забруднення навколишнього природного середовища.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 2010 р. | Прийняття Податкового кодексу України                                             | Збір за забруднення навколишнього природного середовища трансформовано в екологічний податок, інтегрований у загальну систему оподаткування. Встановлено чіткі ставки податку для різних видів забруднення (викиди в                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|               |                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               |                                                                             | атмосферу, водні скиди, відходи). Скасовано збір за погіршення якості природних ресурсів.                                                                                                                                                          |
|               | Прийняття Бюджетного кодексу України                                        | Запроваджено пропорції розподілу надходжень від сплати екологічного податку (крім за об'єктом оподаткування, пов'язаним із радіоактивними відходами) між рівнями бюджетної системи                                                                 |
| 2017 р.       | Внесення змін до Закону України «Про поводження з радіоактивними відходами» | Пропорції розподілу надходжень від сплати екологічного податку стосовно об'єкта, пов'язаного із радіоактивними відходами, регламентуються Податковим кодексом України.                                                                             |
| 2011-2022 рр. | Внесення змін до Бюджетного кодексу України, Податкового кодексу України    | Зміна пропорцій розподілу надходжень від сплати екологічного податку між рівнями бюджетної системи                                                                                                                                                 |
| 2022 р.       | Зміни в оподаткуванні через воєнний стан                                    | З метою підтримки підприємств під час воєнного стану було введено тимчасове зниження штрафів за екологічні порушення та продовжено терміни сплати чи звільнення від сплати екологічного податку для підприємств, розташованих у зонах бойових дій. |

*Джерело: складено на основі [6-9]*

Аналізуючи наведену у табл. 1 хронологію становлення екологічного податку, доцільно вказати, що із 1991 р. по 2010 р. фактично існувало 2 платежі, які носили в собі ознаки екологічного податку: збір (плата) за забруднення навколишнього природного середовища та збір (плата) за погіршення якості природних ресурсів, який із-за тривалої розробки методики сплати Кабінетом Міністрів України був запроваджений лише у 1995 р.

Крім того, мало місце нормативно-правове регламентування положень збору (плати) за забруднення навколишнього природного середовища різними Законами – «Про систему оподаткування» і «Про охорону навколишнього природного середовища». При цьому, якщо плату за забруднення навколишнього природного середовища було перейменовано у збір Законом «Про систему оподаткування» у 1997 р., то відповідне перейменування у Законі «Про охорону навколишнього природного середовища» мало місце тільки у 1998 р., що свідчить про окремі правові викривлення.

Також у процесі становлення екологічного податку мало місце впровадження окремих пільг щодо ставок податку. Так, у період 2011, 2012 та 2013 роках фактичні ставки екологічного податку складали відповідно 50%, 75%, 100% від нормативних ставок. Аналогічні пільги відносно нормативної величини ставок податку було запроваджено і для наступних періодів:

- 2022 р. – 30% ;
- 2023 р. – 60%;
- 2024 р. – 90%;

Починаючи з 1 січня 2025 р. в Україні будуть застосовуватися ставки екологічного податку, що містяться у положеннях Податкового кодексу, у повному обсязі.

**Висновок.** Отже, процес становлення екологічного податку в Україні характеризується окремими правовими прогалинами. На перспективу, по завершенні війни, передбачається подальша гармонізація вітчизняного екологічного законодавства до вимог світового та європейського співтовариства.

#### Список використаних джерел

1. Булавинець В.М. Екологічне оподаткування як інструмент «зелених» фінансів. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8462>
2. Штик Ю.В., Семенова Д.О., Миронович Є.О. Екологічне оподаткування України в умовах сталого розвитку. *Підприємництво та інновації*. 2022. Вип. 25. С. 114-118.
3. Найденко О.Є. Проблеми екологічного оподаткування та шляхи їх вирішення. *Економіка та суспільство*. 2017. Вип. № 8. С. 627-633.
4. Сучек С.І. Екологічний податок та екологічні видатки місцевих бюджетів України. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. №30. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-55>
5. Сучек С.І., Карлін М.І. Шляхи трансформації екологічного оподаткування в Україні в контексті євроінтеграції. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. №31. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-71>
6. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення 14.11.2024 р.).
7. Бюджетний кодекс України від 8 липня 2010 року № 2456-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text> (дата звернення 14.11.2024 р.).
8. Канонішена-Коваленко К. Екологічний податок від А до Я. Київ: Фондація «Відкрите Суспільство», 2017. 108 с.
9. Шульга Т. М. Становлення і розвиток екологічного оподаткування в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Юриспруденція. 2013. № 6-3 том 2. С. 67-69.

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Надія ШКАБАРА

Магістр спеціальності «Облік та оподаткування»  
Науковий керівник – СУЛІМЕНКО Л.А к.е.н., професор

**Вступ.** Фінансова звітність займає важливе місце у загальній системі обліку та управлінні підприємством, адже надає внутрішнім (власникам, керівникам підрозділів, спеціалістам, менеджерам, працівникам) та зовнішнім (банкам, інвесторам, податковим органам, постачальникам, покупцям та замовникам) користувачам достовірну та актуальну інформацію про його фінансовий стан. У законодавстві щодо звітності відбуваються постійні зміни, зокрема, оновлюється або вводяться нові показники та індикатори, тому бухгалтеру слід постійно стежити за оновленнями та швидко адаптуватися до них.

Багато видатних науковців, як вітчизняних так і зарубіжних, висвітлювали важливість фінансової звітності, серед яких Ф.Ф. Бутинець, Я. Вільямс, Л.М. Біла, П.Т. Саблук, В.М. Пархоменко, В. В Данилович, О.М. Кальченко, О.В. Шишкіна та багато інших.

**Результати досліджень.** Фінансова звітність – це певна система показників, які характеризують фінансовий стан та результати, трудові та матеріальні ресурси підприємства. Метою її складання є надання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів, про склад та зміну капіталу підприємства для прийняття ефективних управлінських рішень.

В Україні фінансова звітність регулюється відповідними нормативно-правовими актами (табл. 1).

Таблиця 1

### Основні нормативно-правові акти, якими регулюється формування фінансової звітності

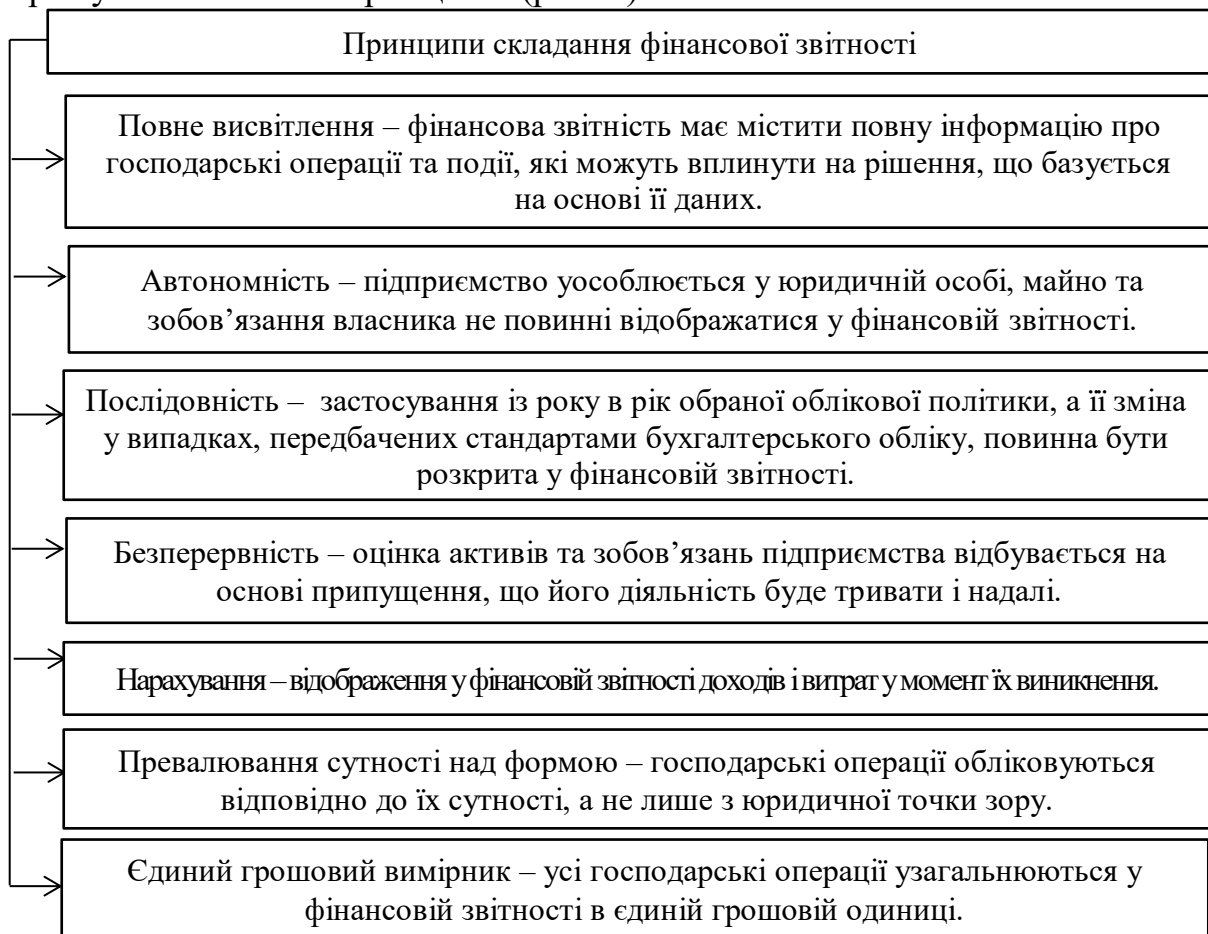
| Назва документа                                                                  | Зміст                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»        | Визначає правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні                                                   |
| НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»                              | Визначається склад і принципи складання фінансової звітності та вимоги до визнання і розкриття її елементів.                                                                   |
| НП(С)БО 25 «Спрощена фінансова звітність»                                        | Визначає зміст і форму фінансової звітності для мікропідприємства та малого підприємства.                                                                                      |
| НП(С)БО 29 «Фінансова звітність за сегментами»                                   | Визначає методологічні засади формування інформації про доходи, витрати, фінансові результати, активи і зобов'язання звітних сегментів та їх розкриття у фінансовій звітності. |
| Методичні рекомендації з перевірки порівнянності показників фінансової звітності | Порядок розкриття інформації у статтях балансу, звіту про фінансові результати, звіту про рух грошових коштів, звіту про власний капітал.                                      |

Джерело: узагальнено автором за [2,3,4,5,6].

Інформація, яка розкривається у фінансовій звітності є цінною, адже це шлях правильного оцінювання можливостей та недоліків підприємства, який є корисним для:

- керівництва, яке на основі даних фінансової звітності контролює фінансовий стан та ухвалює стратегічні рішення щодо діяльності суб'єкта господарювання;
- аналітиків, які проводять аналіз фінансових показників (ліквідність, оборотність активів, рентабельність, ринкова вартість) та надають прогнози щодо розвитку підприємства;
- податкової, яка перевіряє чи вірно розраховані податки та визначені податкові зобов'язання;
- партнерів, які використовують фінансову звітність, як засіб надійності та стабільності співпраці із підприємством;
- інвесторів, для яких є важливим показником фінансова стійкість, прибутковість та в цілому розвиток діяльності підприємства;
- кредиторів, для визначення платоспроможності.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», при формуванні фінансових звітів підприємства мають дотримуватися певних принципів (рис.1.)



**Рис.1. Принципи складання фінансової звітності**

Джерело: узагальнено автором за [2].

Усі юридичні особи та іноземні представництва повинні обов'язково подавати фінансову звітність. Склад подання фінансової звітності залежить від того, до яких категорій підприємств - мікропідприємств, малих, середніх або великих підприємств вони відносяться згідно прийнятих законодавством критеріїв (табл. 2).

Таблиця 2

**Склад фінансової звітності**

| Категорія підприємств                            | Склад фінансової звітності                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Мікропідприємства та непідприємницькі товариства | Баланс (форма №1-мс);<br>Звіт про фінансові результати (форма №2-мс).                                                                                                                                                                                                                                      |
| Малі підприємства та іноземні представництва     | Баланс (форма №1-м);<br>Звіт про фінансові результати (форма №2-м).                                                                                                                                                                                                                                        |
| Великі підприємства, що застосовують НП(С)БО     | Баланс (форма №1);<br>Звіт про фінансові результати (форма №2);<br>Звіт про рух грошових коштів (форма №3);<br>Звіт про власний капітал (форма №4);<br>Примітки до річної фінансової звітності (форма №5);<br>Додаток до приміток до річної фінансової звітності<br>«Інформація за сегментами» (форма №6); |

*Джерело: узагальнено автором за [2].*

Економісти основними недоліками використання фінансової звітності, як інструменту управління, вважають [1]:

— обмежену перспективу – не враховані всі аспекти діяльності підприємства;

— затримку в інформації – фінансова звітність базується на історичних даних, тому інформація може бути застарілою на момент прийняття рішення;

— суб'єктивність оцінки – деякі фактори можуть бути суб'єктивними і впливати на об'єктивність фінансової звітності;

— складність аналізу – для розуміння та аналізу фінансової звітності потрібна спеціалізована кваліфікація.

**Висновки.** Фінансова звітність є важливим інструментом управління кожного підприємства, оскільки містить інформацію про результати діяльності та рух грошових коштів, склад та зміну капіталу. На основі її даних керівництво оцінює фінансовий стан та ризики, ефективність використання ресурсів та стабільність; здійснюється прогнозування подальшого розвитку; приймаються стратегічні рішення. Фінансова звітність є надійним джерелом аналітичних висновків щодо стратегічного розвитку та визначення економічного потенціалу підприємства.

**Список використаних джерел.**

1. Данилович В. В. Кальченко О. М. Шишкіна О.В. Фінансова звітність як інструмент фінансового менеджменту. *Проблеми та перспективи економіки та управління*. 2024. № 1 (37). С. 288-298.

2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 р. № 40. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.

3. Про затвердження національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : наказ Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013 р. № 73. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#n18>.

4. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо заповнення форм фінансової звітності : наказ Міністерства фінансів України від 28 березня 2013 р. № 433. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13#Text>.

5. Про затвердження національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Спрощена фінансова звітність» : наказ Міністерства фінансів України від 25 лютого 2000 р. № 39. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text>.

6. Про затвердження національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 29 «Фінансова звітність за сегментами»: наказ Міністерства фінансів України від 19 травня 2005 р. № 412. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0621-05#Text>.

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ОБОВ'ЯЗКОВОГО СТРАХУВАННЯ ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

*Вікторія ЯКУСЕВИЧ*

*Бакалавр спеціальності «Фінанси, банківська справа та страхування»  
Науковий керівник – Віленчук О. М., професор кафедри фінансів і кредиту*

**Вступ.** Обов'язкове страхування цивільної відповідальності (ОСЦПВ) є незамінним інструментом для захисту фінансових інтересів постраждалих у ДТП, а також сприяє розвитку страхового ринку. Соціальна цінність страхування полягає у спроможності даного фінансово-економічного інструменту забезпечувати дію механізму відшкодування збитків третім особам (вигодонабувачам) у разі настання страхової події. Зі збільшенням кількості автомобілів на дорогах України, потреба в страхуванні відповідальності власників транспортних засобів стає все більш нагальною. Спектр транспортних засобів, які можуть бути застраховані, досить широкий та охоплює легкові автомобілі, вантажівки, мотоцикли та інші види автотранспорту.

Дослідження теоретичних та практичних аспектів розвитку страхового ринку, зокрема автотранспортного страхування, проводять такі відомі вчені, як: Адамчук Н.Г., Богаченко В.Г., Бондар Ю. В., Гінзбург А.І., Зальотов О.М., Кулаєв Ю.Ф., Міллерман А.С., Самохвалов О.В., Соболев А. М., Томілін В.Н., Шахов

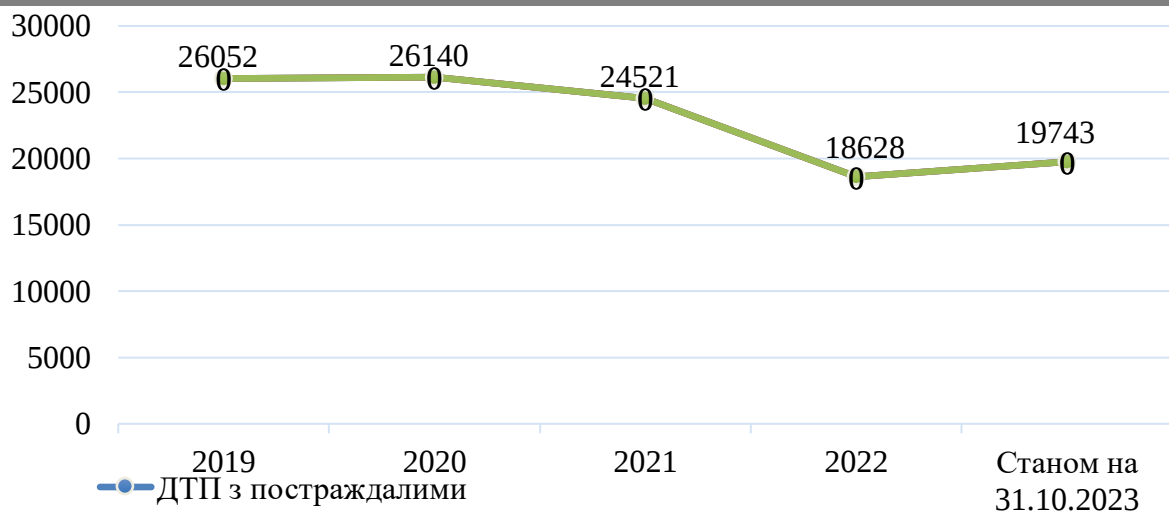
В.Г. та інші. Проте недостатньо уваги приділяється питанням впливу цифрових технологій та інновацій на трансформацію страхового сектору, а також дослідженню нових моделей та інструментів страхування, адаптованих до сучасних викликів.

**Результати дослідження.** Згідно з діючим законодавством з 2025 р. набуває чинності нова редакція Закону України «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів» [1]. Нова редакція Закону передбачає суттєві зміни у правове регулювання взаємовідносин між учасниками страхового процесу. Йдеться насамперед про посилення надійності захист для постраждалих в ДТП та водіїв. Страховики матимуть змогу самостійно формувати страхові тарифи (раніше страхові компанії не мали змогу змінювати страховий платіж та коригувати коефіцієнт). Це забезпечуватиме можливість визначати “правильну ціну” страхування звертаючи увагу на конкретні ризики кожного водія. Згідно з новим законом, страховикам забороняється застосовувати франшизу, тобто постраждалі в наслідку ДТП, отримуватимуть суму відшкодування вартості ремонту транспортного засобу.

З 2022 р. ліміт відповідальності (страхова сума) зв внутрішніми договорами страховика на одного потерпілого за шкоду, спричинену майну третіх осіб становив 160 тис. грн та 320 тис. грн на одного потерпілого за шкоду нанесену життю й здоров'ю третіх осіб. З початку 2025 р. зазначені параметри складатимуть – 250 тис. грн та 500 тис. грн відповідно. Пряме врегулювання збитків стане обов'язковим для всіх страховиків, тобто потерпілий зможе напряду звернутись до своєї страхової компанії, у якої він придбав поліс ОСАЦВ. Виплата страхового відшкодування здійснюватиметься не враховуючи зносу автомобіля.

Нині страховий ринок України перебуває на етапі своєї трансформації та пошуку оптимальних форм взаємодії між усіма учасниками страхового процесу. Варто відзначити, що попит на послуги з даного сегменту страхування є зростаючим. Станом на початок 2022 р. кількість автомобілів в Україні досягла 10,2 мільйона. На кожні 1000 українців припадає в середньому 245 автомобілів. Легкові автомобілі домінували в автопарку, складаючи 86,3% від загального обсягу і нараховуючи 8,8 мільйона одиниць.

Потенціал ринку автострахування безпосередньо пов'язаний зі зростанням кількості транспортних засобів. За останні кілька років на автострахування припадає близько 65% всіх страхових премій [2]. У довоєнний період ситуація з безпекою дорожнього руху в Україні була критичною. За даними патрульної поліції, у 2021 році було зафіксовано 190,75 тисячі ДТП, що на 14% більше, ніж у 2020 р. При цьому кількість аварій з постраждалими зменшилась на 6% і склала 24,5 тисячі випадків. Візуалізація зміни кількості ДТП з постраждалими в Україні, представлено на рис. 1.



**Рис.1. Динаміка кількості ДТП з потерпілими в Україні (од.)**

Джерело: сформовано за даними [1]

Зменшення кількості ДТП з потерпілими у 2022 р. є наслідком відсутності достовірної інформації на тимчасово окупованих територіях та веденням там бойових дій. Статистика ДТП з постраждалими за 10 місяців 2023 р. (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка виплат страховиків постраждалим у ДТП  
за внутрішніми договорами ОСЦПВ за 2021-2023 рр.**

| Рік  | За шкоду майну | Європротокол | За шкоду здоров'ю |
|------|----------------|--------------|-------------------|
| 2021 | 2 757,2        | 669,9        | 222,5             |
| 2022 | 1 989,0        | 578,5        | 201,6             |
| 2023 | 2 741,8        | 854,0        | 250,7             |

Джерело: сформовано за даними [2]

Представлені дані свідчать про неоднозначну динаміку страхових виплат за досліджуваний період. Варто зазначити про наявність коливань кількості виплат за шкоду майну: після зростання у 2021 р. відбувається значне падіння у 2022 р. (на 28%), а згодом – відновлення попереднього рівня у 2023 р. Це може свідчити про вплив зовнішніх факторів, таких як економічна ситуація, зміни в законодавстві або сезонність. Виплати за Європротоколом демонструють позитивну динаміку, хоча і з меншою амплітудою коливань. Збільшення у 2023 р. може свідчити про зростання популярності та ефективності цього способу врегулювання страхових випадків. Кількість виплат за шкоду здоров'ю демонструє повільне, але стійке зростання протягом періоду.

Одним із провідних трендів є впровадження цифрових технологій. Онлайн-укладання договорів ОСЦПВ стає стандартом для багатьох компаній, оскільки забезпечує зручність для клієнтів та скорочення операційних витрат. Мобільні додатки дозволяють водіям не лише укласти договори, але й отримувати консультації, повідомляти про страхові випадки, викликати аварійного комісара. Аналітика великих даних стає ключовим інструментом для оцінки ризиків, що дозволяє страховикам розробляти персоналізовані тарифні плани. Такі підходи підвищують точність розрахунків та сприяють більшій задоволеності клієнтів.

Ринок ОСЦПВ стає більш клієнтоорієнтованим. Страховики пропонують персоналізовані тарифи та програми лояльності, а конкуренція стимулює страховиків до підвищення якості та сервісу страхового обслуговування. Зростання кількості автотранспортних засобів та ДТП, а також регуляторні зміни впливають на ринок, вимагаючи від страховиків постійної адаптації та ефективності, з метою задоволення потреб клієнтів в страховому захисті.

**Висновок:** Сучасні тенденції розвитку ринку ОСЦПВ відображають прагнення до інноваційності, доступності та клієнтоорієнтованості. Персоналізовані тарифи, програми лояльності та цифровізація спрощують процеси для споживачів і підвищують їх задоволеність. Посилення конкуренції мотивує страховиків до підвищення якості й сервісу страхового обслуговування, удосконалювати інформаційно-комунікаційні зв'язки з потенційними страхувальниками, підвищувати оперативність, адаптивність, мобільність та прозорість страхової діяльності.

#### Список використаних джерел

1. Кічеряк В. С. Сучасні тенденції розвитку автотранспортного страхування в Україні URL: <https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/9834/%D0%9A%D1%96%D1%87%D0%B5%D1%80%D1%8F%D0%BA%20%D0%92..pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 21.11.2024)
2. Офіційний сайт Моторно (транспортного) страхового бюро України. URL: <http://www.mtsbu.ua/ua/> (дата звернення: 19.11.2024)
3. Український ринок ОСАЦВ за 1 півріччя 2023 зріс на 32,3% до 3,8 млрд. грн. URL: <https://forinsurer.com/news/23/07/31/42914> (дата звернення: 9.11.2024).
4. Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів Закон України від 21 травня 2024 р. № 3720-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3720-IX#Text> (дата звернення: 3.10.2024).

## ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Тетяна ЯЦЕНКО

Бакалавр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Дема Д.І., к.е.н., професор

**Вступ.** Податки є основним джерелом надходження коштів до бюджету держави для охорони здоров'я, освіти, підтримки правопорядку, соціальних програм та інших основних завдань [2, С. 20]. Один з основних економічних регуляторів, особливо у періоди економічної кризи є податок на доходи фізичних осіб (ПДФО).

ПДФО – це економічний важіль країни, за допомогою якого регулюється рівень доходів населення, а також структура власного заощадження та споживання громадян, стимулюється найбільш підходяще застосування отримуваних доходів та зменшується нерівність прибутку [4]. Але, в той же час, у сьогоденних умовах ПДФО не є домінуючим у податковій системі країни. Податок на доходи фізичних осіб не має істотного впливу на процеси перерозподілу валового внутрішнього продукту в Україні, слабо впливає на регулювання майнового розшарування населення, усунення гострих соціальних проблем у країні: безробіття, низької народжуваності громадян, високої частки громадян, які отримують доходи нижче прожиткового мінімуму.

**Результати дослідження.** Актуальність дослідження полягає в тому, що чинний механізм ПДФО, який реалізується на практиці протягом останніх років, показав, що найбільші методологічні прогалини законодавства пов'язані з недосконалістю системи пільг.

Проблеми, пов'язані з оподаткуванням доходів фізичних осіб завжди перебували в полі досліджень багатьох вчених. Зокрема, їх вивчали Артюх О., Торовик П., Данилишин В., Дема Д., Непочатенко О., Чугунов І., Тучак Т., Швабій К., Юрчишина Л., та ін.

Одним із основних завдань з оптимізації податкового адміністрування є зміна порядку надання стандартних податкових відрахувань – грошових сум у твердо визначеному розмірі, вирахованих із податкової бази деяких категорій платників податків.

Також варто зазначити, що ефективність податкового законодавства значно знижується, якщо присутні такі чинники:

- немає узгодженості між податковою та бюджетною політиками;
- парламентські комітети прагнуть завищувати планові показники доходів бюджету, а комітети уряду навпаки – занижувати ці показники;
- перевищуються фінансові можливості економіки певними державними зобов'язаннями, що випливають із чинного законодавства;
- ухвалюються рішення щодо зниження податкових ставок і гальмуються ухвалення рішень щодо розширення податкової бази, яке є необхідним для того, щоб зберегти рівень надходження бюджетних коштів [2, С. 21-22].

Реформа з оподаткування, що проводилася в Україні, безумовно, відіграла важливу роль у реформуванні податкової системи. Здебільшого зміни були схильні до суми податкових відрахувань і порядок їх подання, змінювалися деякі ставки та види доходів, розширилося коло платників податків, також було запроваджено податкові пільги для фізичних осіб [1]. Але разом з тим не можна сказати, що система, що склалася, в даний час досконала, тому потрібна ретельно продумана комплексна програма з удосконалення оподаткування фізичних осіб України. Необхідно пов'язати розмір стандартного податкового відрахування з інфляційними змінами та рівнем прожиткового мінімуму, що забезпечить соціальний захист малозабезпеченим верствам населення.

Підсумовуючи, слід наголосити, що реформування податкової системи має бути проведене одночасно з оптимізацією та упорядкуванням системи державних видатків і прийняттям важливих рішень, що стосуються доходів громадян. До таких рішень можна віднести наступні [3, С. 88]:

- підвищити вартість робочої сили;
- зрівняти розмір мінімальної заробітної плати з рівнем прожиткового мінімуму для працездатних осіб;
- запровадити мінімальну погодинну заробітну плату;
- здійснювати нарахування заробітної плати працівникам бюджетної сфери, керуючись Єдиною тарифною сіткою, враховуючи перший тарифний розряд на одному рівні із законодавчо встановленою мінімальною заробітною платою;
- розробляти та впроваджувати державні мінімальні соціальні стандарти;
- переходити від системи соціального захисту, що ґрунтується на наданні пільг, до політики підвищення доходів та надання державної допомоги соціально вразливим верствам населення залежно від їх матеріального стану;
- впроваджувати в практику наявність страхової медицини із залученням фінансової підтримки держави.

Безперечно, реалізація вищевикладених напрямів реформування системи оподаткування фізичних осіб призведе до певних втрат податкових надходжень до бюджету. Компенсувати зниження доходів бюджету можливо за допомогою запровадження прогресивного оподаткування доходів фізичних осіб, що сприятиме перерозподілу податкового навантаження на більш заможні верстви населення та призведе до збільшення податкових надходжень до бюджету. Звичайно, подібні реформи вимагають скрупульозної розробки, передбачають проведення паралельних заходів у сфері посилення контролю за сплатою податку на доходи фізичних осіб, можуть бути пов'язані зі зростанням політичної та соціальної напруги. Однак це саме ті заходи податкового регулювання у сфері оподаткування доходів фізичних осіб, які необхідні для ефективної боротьби з бідністю, економічною нерівністю, катастрофічним розшаруванням населення за рівнем доходів, а також для справедливого розподілу тяжкості податкового навантаження на різні за рівнем доходів категорії платників податків.

**Висновки.** Враховуючи вищевикладене слід зробити висновок, що система оподаткування доходів фізичних осіб на сучасному рівні має багато недоліків,

які пояснюються з однієї сторони наявністю значної кількості пілг, а з іншої, практично одним рівнем податкової ставки. Назріла необхідність розробити та запровадити оподаткування доходів фізичних осіб на основі кількох ставок, тобто певної шкали оподаткування доходів, де з ростом доходів зростає ставка податку.

### Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] / Доступ до ресурсу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/para3914#n3914>. – Назва з екрану.
2. Коцан Л. М. Соціально-регулююча роль оподаткування доходів / Л. М. Коцан // Серія Економічні науки – 2017. – №22. – Частина 2. С. 20-22
3. Швабій К. І. Оподаткування доходів населення: проблеми науки та практики: монографія / К. І. Швабій. — Ірпінь: Національний університет ДПС України, 2009. — 296 с.
4. Юрчишина Л.В. Податок на доходи фізичних осіб: механізм стягнення та джерело доходу бюджету України. Фінанси, облік, банки. 2016. Вип. 1. С. 215–216.

## УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ДИВЕРСИФІКОВАНИХ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ – СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ

*Андрій БЕЗСМЕРТНИЙ, Богдан ГРИБУШИН, Олександр КУЧЕР*

*Магістри спеціальності «Менеджмент»*

*Науковий керівник – Микола Анатолійович Місевич, к. е. н., доцент*

**Вступ.** Управління конкурентоспроможністю диверсифікованих та інноваційних підприємств є важливим елементом стратегічного управління, адже забезпечення високого рівня конкурентоспроможності дозволяє підприємствам не лише зберігати свої позиції на ринку, але й зростати, навіть у конкурентних умовах. Для цього розробляються та впроваджуються різноманітні стратегії, які мають на меті підвищення ефективності діяльності підприємства, поліпшення продукту, зниження витрат та освоєння нових ринків.

**Результати дослідження.** Стратегії управління конкурентоспроможністю диверсифікованих та інноваційних підприємств — це довгострокові плани, які підприємство розробляє для того, щоб забезпечити свою стійкість на ринку та досягти конкурентних переваг. Стратегії допомагають даним підприємствам не лише адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, але й використовувати внутрішні можливості для досягнення більшого успіху. Відповідно до теорії стратегічного управління, існують різні види стратегій, які диверсифіковані та інноваційні підприємства можуть використовувати в залежності від їхнього статусу на ринку, конкурентного середовища та ресурсного потенціалу. У цьому

контексті можна виділити кілька основних типів стратегій, серед яких найпоширенішими є:

- стратегії, орієнтовані на зниження витрат (лідерство за витратами);
- стратегії, орієнтовані на диференціацію (відмінність товару або послуги);
- стратегії фокусування (зосередження на вузькому сегменті ринку);
- стратегії інновацій та розвитку (пошук нових можливостей на ринку).

Лідерство за витратами передбачає досягнення низьких витрат на виробництво товарів чи надання послуг, що дозволяє компанії пропонувати споживачам продукцію або послуги за більш вигідною ціною порівняно з конкурентами. Зазвичай така стратегія ефективна на ринках з високою конкуренцією та чутливістю до ціни. Підприємство орієнтується на масштабні виробництва, що дозволяють знизити собівартість продукції, застосування новітніх технологій, автоматизацію та оптимізацію витрат. Стратегія диференціації полягає в тому, щоб підприємство створювало унікальні товари або послуги, які відрізняються від продукції конкурентів і відповідають специфічним потребам споживачів. Диференціація може досягатися завдяки якості продукту, дизайну, бренду або додатковим послугам, що надаються. У разі успішної реалізації цієї стратегії підприємство здатне встановлювати вищу ціну на свою продукцію, оскільки вона сприймається як більш цінна для споживачів.

Стратегія фокусування полягає у зосередженні підприємства на певному ринковому сегменті, де його продукція або послуга можуть мати конкурентні переваги. Вона включає в себе два основних підвиди: фокусування на зниженні витрат і фокусування на диференціації в межах вузького ринку. Стратегія інновацій полягає у створенні нового або вдосконаленого продукту чи технології, яка дозволяє підприємству зайняти нові позиції на ринку або значно покращити свої конкурентні позиції в існуючій галузі [1, с. 26-27].

У табл. 1. наведено стратегії управління конкурентоспроможністю підприємств в контексті диверсифікації та інноваційної діяльності.

Таблиця 1

### Стратегії управління конкурентоспроможністю підприємств в контексті диверсифікації та інноваційної діяльності

| Стратегія              | Опис                                                      |
|------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Лідерство за витратами | Зниження витрат і пропозиція товарів за низькою ціною     |
| Диференціація          | Створення унікальної продукції з високою доданою вартістю |
| Фокусування            | Зосередження на вузькому сегменті ринку                   |
| Інновації та розвиток  | Створення нових продуктів або технологій                  |

Джерело: складено автором на основі [1].

Розглянуті стратегії управління конкурентоспроможністю підприємств в контексті диверсифікації та інноваційної діяльності є основними інструментами, які диверсифіковані та інноваційні підприємства використовують для того, щоб утримувати свої позиції на ринку і розвиватися. Вибір стратегії залежить від

конкретних умов, в яких функціонує підприємство, його ресурсів і цілей. Важливо зазначити, що успіх у застосуванні будь-якої стратегії можливий лише за умови глибокого аналізу конкурентного середовища, внутрішніх ресурсів і зовнішніх умов.

Організація бізнес-процесів і рівень управлінської компетентності визначають гнучкість диверсифікованого та інноваційного підприємства, здатність швидко реагувати на зміни в ринковому середовищі та ефективно виконувати стратегічні цілі. Постійне вдосконалення продуктів і процесів через новітні технології дозволяє підприємству підтримувати конкурентоспроможність. Інноваційна діяльність сприяє створенню унікальних пропозицій для ринку, що знижує конкуренцію з боку аналогічних продуктів чи послуг [3, с. 18-19]. Зовнішні фактори включають вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства, і хоча підприємство не може повністю контролювати ці фактори, воно повинно адаптувати свою стратегію відповідно до змін у зовнішньому середовищі. Основні фактори, що впливають на конкурентоспроможність диверсифікованого та інноваційного підприємства наведені у табл. 2.

Фактори, що впливають на конкурентоспроможність диверсифікованого та інноваційного підприємства, є багатограними і взаємопов'язаними. Вони можуть змінюватися залежно від часу, умов ринку та внутрішніх стратегій підприємства.

Таблиця 2

**Основні фактори, що впливають на конкурентоспроможність диверсифікованого та інноваційного підприємства**

| Фактор                  | Опис                                                                               |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Ресурси підприємства    | Управління фінансами, людськими ресурсами, технологіями, виробничими потужностями. |
| Організаційна структура | Спрощення процесів управління і гнучкість в організаційній структурі.              |
| Якість продукції        | Відповідність вимогам споживачів та стандартам.                                    |
| Конкурентне середовище  | Кількість і сила конкурентів на ринку.                                             |
| Економічна ситуація     | Зміни в економічній стабільності ринку та країни.                                  |
| Законодавче середовище  | Зміни в податковій та регуляторній політиці.                                       |

*Джерело: складено автором на основі [2]*

**Висновки.** Таким чином, для забезпечення конкурентних переваг диверсифікованого та інноваційного підприємства повинні постійно аналізуватися зовнішні і внутрішні чинники, щоб адаптувати стратегії розвитку і управління та залишатися конкурентоспроможними в умовах невизначеності.

**Список використаних джерел**

1. Варахсіна О. В., Іщейкін Т. Є., Онупко О. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2020. № 5 (116). С. 24–28.

2. Кривіцька В. В., Зянько В. В. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах нестабільності. Ефективна економіка. 2020. No 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8118> (дата звернення: 10.01.2024).

3. Євтушенко Н. О., Гончар Д. К. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств України. Економіка. Менеджмент. Бізнес. Київ : ДУТ. 2021. No1 (35). С 16– 21

## ДЕРЖАВНА РЕГУЛЯТОРНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Жанна БОРОЗДІНА, Андрій ДЕХТЯРЕНКО, Тетяна ЮДІНА, Вікторія ІЛЬНИЦЬКА

Магістри спеціальності «Публічне управління та адміністрування»

Науковий керівник – д.е.н., професор ПЕРШКО Л. О.

**Вступ.** Головною метою фіскальної децентралізації є не лише підвищення ефективності та якості надання місцевих публічних послуг, а й забезпечення сталого розвитку, економічного зростання та зменшення бідності території. Адже сталий розвиток передбачає ефективне управління ресурсами та динамічний процес економічного зростання, який передусім базується на платформі партнерства між державою, приватним сектором та громадянським суспільством. Фінансова децентралізація сприятиме збільшенню ресурсної бази та ефективності місцевої автономії, запровадженню інновацій, розвитку людських ресурсів і підприємництва, покращенню екології [1].

**Результати дослідження.** Реалізація фіскальної децентралізації супроводжується впливом на різні елементи місцевої фіскальної системи, і для адаптації до нової ситуації необхідно прийняти реформи місцевої автономії [2]. По-перше, змінюється роль державних органів та органів місцевого самоврядування в місцевій фіскальній системі (табл. 1), а також взаємовідносини між ними та характер взаємовідносин.

Відносини та характер взаємовідносин державних органів та органів місцевого самоврядування здебільшого змінилися з вертикальних на горизонтальні. Посилюється адміністративний вплив органів місцевого самоврядування на інституційні об'єкти – фінансові ресурси. В результаті вони менш залежать від адміністрації в прийнятті рішень і підвищується ступінь їхньої відповідальності за їх виконання [4].

Таблиця 1

### Вплив органів влади на фінансову децентралізацію

| Рівень влади                    | Роль                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Державні органи влади           | Створення національної політики і стратегій державного розвитку, розробка систем і керівних принципів для органів місцевого самоврядування, надання бюджетних трансфертів для забезпечення виконання делегованих повноважень, а також моніторинг та надання підтримки органам місцевого самоврядування в забезпеченні населення публічними послугами. |
| Органи місцевого самоврядування | Управління фінансовими ресурсами в контексті національної політики та стратегій державного, регіонального і муніципального розвитку, які відповідають потребам місцевого населення і орієнтовані на досягнення цілей соціально-економічного розвитку територіальних утворень                                                                          |

Джерело: [3].

Джерела фінансових ресурсів стають більш диверсифікованими за змістом, виходячи за рамки податкового рівня та перетворюючись на інструменти управління та стаючи невід'ємною частиною місцевої фіскальної системи, визначаючи напрямок та інтенсивність диверсифікованих потоків коштів. Повинна бути сформована цілісна система взаємопов'язаних інструментів, здатних працювати безперервно, послідовно і синхронно, і створювати додаткову вартість у кожній точці зростання ресурсів за умови ефективного використання коштів [5].

**Висновки.** Ефективність фіскальної децентралізації характеризується формуванням надійної платформи для соціально-економічного зростання територіальних суспільних систем усіх рівнів, що має супроводжуватися підвищенням рівня та якості життя людей. Основними перевагами фіскальної децентралізації можна назвати те, що вона може забезпечити горизонтальну та вертикальну бюджетну конкуренцію, принести користь регіональному та регіональному економічному розвитку, покращити якість державних послуг і потенційно підвищити ефективність розподілу бюджетних коштів. Такі послуги орієнтовані на забезпечення особистих уподобань мешканців території. Тим не менш, фінансова децентралізація призвела до появи низки економічних і політичних ризиків, пов'язаних із зміщенням фокусу на задоволення місцевих інтересів і зменшення ваги регіональних і національних інтересів.

#### Список використаних джерел

1. Якобчук В.П., Скидан О.В., Дацій Н.В., Данкевич В. Є., Данкевич Є. М., Данкевич А. Є., Литвинчук І.Л., Першко Л.О., Симоненко Л.І., Довженко В.А., Войтенко А.Б., Захаріна О.В., Іванюк О.В., Мосієнко О.В. Публічне управління та адміністрування: навч. посіб. / за заг. Ред. В.П. Якобчук. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. 476 с.
2. Mykolaichuk, M. ., Shpektorenko, I. ., Pershko, L. ., Pasichnyi, R. ., Blishchuk, K. ., & Dzvinchuk, D. Innovative competences in public administration: The key to sustainable development, increasing financial efficiency and ensuring national security. (2024). Edelweiss Applied Science and Technology, 8(6), 1334–1343. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2250>

3. Офіційний сайт прес-центру ініціативи «Децентралізація». URL : decentralization@minregion.gov.ua.
4. Першко Л. О. Теоретико-методологічні аспекти зміцнення та розвитку місцевих бюджетів в умовах фінансової децентралізації: монографія. Чернігів: НУЧП, 2020. 300 с.
5. Дурова, Н. В., Кондратюк, Д. Ю. Першко, Л. О. Геоінформаційні технології територіальних громад в умовах діджиталізації. Академічні візії, 2024. (32). URL: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/1189>

## ВПЛИВ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Микола ВАСИЛЬЧУК

*Здобувач спеціальності «Облік та оподаткування»*

*Науковий керівник – Микитюк В. М., докт. економ. наук, професор*

**Вступ.** Основним результатом аналітичного дослідження ділової активності повинна стати персональна модель оцінки рівня ділової активності з необхідною кількістю аналітичних показників, ревалентним інформаційним забезпеченням. Наявність такої моделі надасть змогу відслідковувати тенденції розвитку господарської діяльності, фінансові результати, а також ідентифікувати загрози та можливості, що створить передумови для прийняття ефективних управлінських рішень. Ця система надасть змогу відслідковувати загальні тенденції розвитку торгівельної діяльності в. Актуальність теми статті визначається тим, що показники ділової активності є найважливішими індикаторами ефективного розвитку торговельних підприємств.

Питання щодо аналітичного забезпечення ділової активності підприємств досліджували: В. К. Євдокименко, О. В. Заячківська, А. В. Зінченко, Н. Б. Рошко, Г. М. Сидоренко-Мельник, А. Л. Столяр, Т. В. Штерма, О. М. Ясківець та ін.

**Результати дослідження.** Ділова активність – це всі можливості торговельного підприємства, спрямовані на покращення загального стану на ринку товарів та підвищення його конкурентоспроможності за рахунок: впровадження нових технологій, ефективного управління фінансами, застосування реклами, використання стратегічного маркетингу, навчання та підвищення кваліфікації торгівельного персоналу, розробки нових продуктів або послуг, модернізації торговельних і логістичних технологій, розширення товарних ринків, співпраці з міжнародними партнерами, участі у виставках і ярмарках для залучення нових та збереження наявних покупців тощо [5, с. 23].

Якщо розглядати ділову активність торговельного підприємства через призму його фінансових, матеріальних, трудових, організаційних, управлінських можливостей щодо забезпечення досягнення стану та перспектив розвитку, які дозволять виконати визначений перелік завдань торгівельної діяльності та

досягти конкурентних переваг, то для оцінки її рівня необхідно застосовувати як фінансову так і нефінансову інформацію, що не тільки опише існуючий діловий стан, але дозволить чітко визначити тенденції, які формуватимуть переваги та вкажуть на загрози позитивним перспективам функціонування торговельного підприємства [1, с. 23].

Вивчення наукової літератури [1-4] показало, що найпоширенішим підходом до аналітичної оцінки рівня ділової активності торговельного підприємства є оперування такими обліковими об'єктами як дебіторська та кредиторська заборгованість за товари, доходи від реалізації товарів, з подальшим застосуванням аналітичних процедур для визначення показників ділової активності, які показують розрахункові відносини та визначають тривалість операційного та фінансового циклів.

Щоб оцінити вплив ділової активності підприємства на його фінансові результати обрано ТОВ «Сільпо-Фуд» Розраховані показники ділової активності ТОВ «Сільпо-Фуд» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

## Аналіз показників ділової активності ТОВ «Сільпо-Фуд»

| Показники                                                    | Роки    |         |         | 2023 р. +,<br>- до 2021<br>р. |
|--------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|-------------------------------|
|                                                              | 2021    | 2022    | 2023    |                               |
| Коефіцієнт оборотності оборотних засобів                     | 4,882   | 5,290   | 6,937   | 2,056                         |
| Тривалість одного обороту оборотних засобів, днів            | 74,8    | 69,0    | 52,6    | -22,2                         |
| Коефіцієнт завантаження оборотних активів                    | 0,205   | 0,189   | 0,144   | -0,061                        |
| Коефіцієнт оборотності запасів                               | 8,637   | 8,173   | 11,196  | 2,559                         |
| Тривалість одного обороту запасів, днів                      | 42,3    | 44,7    | 32,6    | -9,7                          |
| Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості           | 21,571  | 26,802  | 34,504  | 12,933                        |
| Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості, днів  | 16,9    | 13,6    | 10,6    | -6,3                          |
| Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості          | 3,123   | 2,936   | 3,533   | 0,410                         |
| Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості, днів | 116,9   | 124,3   | 103,3   | -13,6                         |
| Тривалість операційного циклу, днів                          | 59,2    | 58,3    | 43,2    | -16,0                         |
| Чистий дохід від реалізації товарів, млн. грн.               | 72784,2 | 69990,6 | 84728,0 | 11943,8                       |
| Собівартість реалізованих товарів, млн. грн.                 | 52182,9 | 50815,4 | 60419,5 | 8236,5                        |
| Валовий прибуток, млн. грн.                                  | 20601,3 | 19175,2 | 24308,5 | 3707,2                        |
| Чистий прибуток (збиток), млн. грн.                          | -1846,2 | -7632,3 | -1850,9 | -4,8                          |

Джерело: розраховано за даними [4]

Дані табл. 1 показують, що в ТОВ «Сільпо-Фуд» за період дослідження оборотність оборотних коштів прискорилося на 22,2 дні, а це обумовило зростання коефіцієнта оборотності засобів на 2,056 пункти; тривалість обороту товарних запасів прискорилося на 9,7 днів, що вплинуло на зростання коефіцієнта оборотності товарних запасів на 2,559 пункти; тривалість обороту дебіторської заборгованості прискорилося на 6,3 днів, що вплинуло на зростання

коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості на 12,993 пункти; тривалість обороту кредиторської заборгованості прискорилося на 13,6 днів, що вплинуло на зростання коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості на 0,410 пункти. Все це свідчить про високу ділову активність ТОВ «Сільпо-Фуд», але не зважаючи на ріст ділової активності торгівельне підприємство зазнає суттєвих збитків. Фінансовий результат ТОВ «Сільпо-Фуд» в 2023 році становив 1850,9 млн. грн збитку, що більше 2021 року на 4,8 млн. грн чи на 0,3%, оскільки в 2021 році було отримано 1846,2 тис. грн. збитку.

**Висновки.** Проведені розрахунки свідчать чим вище ділова активність ТОВ «Сільпо-Фуд» тим краще його фінансові результати. Базисними засадами стратегії подальшої активації ділової активності ТОВ «Сільпо-Фуд» можуть стати: автоматизація торгівельних процесів; впровадження нових технологій; впровадження стандартів якості; диверсифікація і розширення асортименту товарів і послуг, вихід на нові сегменти товарного ринку; залучення нових клієнтів; застосування сучасних інструментів соціально-цифрового маркетингу; інвестування в дослідження та розроблення; навчання та мотивація торгівельного персоналу для росту рівня обслуговування клієнтів; обов'язкова участь у галузевих асоціаціях та професійних спільнотах; розроблення конкурентних та ефективних маркетингових стратегій; співпраця з іншими торгівельними підприємствами тощо.

#### Список використаних джерел

1. Євдокименко В. К., Штерма Т. В., Рошко Н. Б. Облікове, контрольне та аналітичне забезпечення управління діловою активністю суб'єкта господарювання. *Бізнес Інформ*. 2023. № 12. С. 254-262.
2. Заячківська О. В., Столяр А. Л. Економічна сутність ділової активності підприємства та підходи до її оцінки. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки*. 2023. Вип. 4. С. 122-130.
3. Сидоренко-Мельник Г. М., Зінченко А. В. Перебудова моделі управління діловою активністю підприємства в умовах кризи. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки*. 2020. № 3. С. 13-20.
4. Фінансова звітність ТОВ «Сільпо-фуд». URL: <https://clarity-project.info/edr/40720198/finances> (дата звернення 18.10. 2024)
5. Ясківець О. М. Ділова активність і ризики торгівельних підприємств: діалектика взаємозв'язку. *Економіка. Фінанси. Право*. 2024. № 7. С. 23-27.

**ТРЕНДИ ТА НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ***Назар ГАВРИЛОВСЬКИЙ**Магістр спеціальності «Підприємництво та торгівля»  
Науковий керівник – Швець Тетяна Василівна, к.е.н. доцент*

**Вступ.** У контексті глобалізації та інтенсивної цифровізації бізнес-середовища Інтернет-маркетинг набуває статусу ключового інструмента для забезпечення конкурентоспроможності сучасних підприємницьких структур. Особливо це актуально для України, де економічна ситуація значно ускладнена наслідками воєнних дій, що змушує бізнеси шукати інноваційні підходи до збереження своєї діяльності та розширення клієнтської бази. Війна створила безпрецедентні виклики для підприємців, стимулюючи їх до швидкої адаптації в умовах змін у споживчих вподобаннях та перегляду стратегій просування продукції і послуг. У таких умовах Інтернет-маркетинг стає одним із найефективніших механізмів підтримання функціональної стабільності підприємств та збереження довготривалих відносин із клієнтами навіть у період кризи.

**Результати досліджень.** Сучасні тренди в інтернет-маркетингу відображають актуальні виклики та можливості цифрової економіки. Завдяки персоналізації контенту із застосуванням штучного інтелекту компанії можуть пропонувати унікальні рекламні повідомлення, що підходять кожному користувачеві, значно підвищуючи рівень їхньої залученості та конверсії [1]. Створення інтерактивного контенту, такого як вікторини, ігри чи опитування, дозволяє налагодити тісніший контакт із брендом, перетворюючи користувачів на активних учасників маркетингових кампаній [2].

Зростання ролі мікро-моментів та швидких потреб сприяє популярності чат-ботів і механізмів миттєвої взаємодії в мобільних додатках. Це відповідає вимогам сучасних споживачів щодо зручності та оперативності. Крім того, розвиток мобільного маркетингу стимулює впровадження прогресивних веб-додатків (PWA) і адаптивних мобільних сайтів, забезпечуючи доступність і швидкість роботи для власників смартфонів [3].

Особливе місце займає етичний маркетинг, який під впливом законодавчих актів на кшталт GDPR чи CCPA змушує компанії ретельніше враховувати політику конфіденційності клієнтів та підвищувати прозорість своїх дій. Це формує нові стандарти для успішного цифрового маркетингу, забезпечуючи основу для довгострокового розвитку галузі [4]. У рамках аналізу наведемо докладніше дослідження ключових трендів Інтернет-маркетингу (табл. 1).

Новітні технології інтернет-маркетингу змінюють підходи до взаємодії з клієнтами та управління маркетинговими кампаніями. Використання технологій Big Data, штучного інтелекту (AI), машинного навчання (ML), віртуальної реальності (VR), доповненої реальності (AR), блокчейну та автоматизації маркетингу дозволяє компаніям підвищувати ефективність, персоналізувати взаємодію та знижувати витрати.

## Основні тренди Інтернет-маркетингу

| Тренд                                        | Опис                                                                                                                                                                                              | Інструменти та платформи                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Персоналізація контенту                      | Персоналізація контенту з використанням штучного інтелекту для створення індивідуалізованих рекламних повідомлень та сегментації аудиторії на основі аналізу поведінкових та демографічних даних. | AI-системи, такі як HubSpot, Salesforce, персоналізовані рекомендації на e-commerce платформах                                                                   |
| Інтерактивний контент                        | Створення інтерактивного контенту (вікторини, опитування, ігри) для підвищення залученості користувачів із використанням інструментів.                                                            | Typeform, Kahoot, Google Forms для створення опитувань та вікторин                                                                                               |
| Мікро-моменти та миттєві потреби             | Зміна споживчої поведінки та поява миттєвих потреб, що змушує компанії створювати швидкі та зручні взаємодії через мобільні додатки та чат-боти.                                                  | Чат-боти (ManyChat, Chatfuel), програми миттєвого обміну повідомленнями та push-сповіщення                                                                       |
| Мобільний маркетинг                          | Збільшення кількості користувачів смартфонів призводить до розробки PWA (прогресивних веб-додатків) та оптимізації мобільних сайтів для підвищення зручності використання.                        | PWA (Progressive Web Apps), мобільні версії сайтів, інструменти адаптивного дизайну (Figma, Adobe XD)                                                            |
| Етичний маркетинг та захист конфіденційності | Впровадження політик конфіденційності, таких як GDPR та CCPA, що змушує компанії переглядати підходи до збору та обробки персональних даних клієнтів.                                             | Інструменти забезпечення конфіденційності даних, включаючи Cookiebot, OneTrust, а також аналітичні платформи з функціями анонімізації даних (Google Analytics 4) |

Джерело: [1;2;3;4;5]

Нижче наведена таблиця із характеристикою цих технологій, їх ключовими застосуваннями (табл. 2).

Новітні технології Інтернет-маркетингу суттєво змінюють способи взаємодії з клієнтами та оптимізації бізнес-процесів. Використання Big Data дозволяє глибше аналізувати поведінку споживачів та створювати персоналізовані рекламні кампанії.

Штучний інтелект і машинне навчання сприяють автоматизації процесів, підвищенню точності прогнозування та персоналізації контенту. Технології VR та AR забезпечують інноваційні інтерактивні взаємодії з клієнтами, а блокчейн гарантує прозорість транзакцій та захист від шахрайства. Автоматизація маркетингових процесів за допомогою таких інструментів, як HubSpot, Marketo та Mailchimp, дозволяє оптимізувати маркетингові комунікації та знизити витрати. Інтеграція цих технологій сприяє підвищенню конкурентоспроможності компаній та створенню більш ефективного досвіду для клієнтів.

Перехід до нового стандарту конфіденційності, зокрема Google Privacy Sandbox, відбувається у відповідь на зростаючий попит на захист персональних

даних. Традиційні трекінгові куки замінюються новими технологіями, такими як FLEDGE і Topics API, що дозволяють таргетувати рекламу без відстеження користувачів на окремих веб-сайтах. Однак ці підходи мають виклики щодо забезпечення конфіденційності та можливості унікальної ідентифікації користувачів. Подібна трансформація дає змогу створювати більш прозорі механізми взаємодії з користувачами та сприяє розвитку нових моделей рекламного таргетингу.

Таблиця 2

## Новітні технології Інтернет-маркетингу

| Технологія                                     | Роль та опис                                                                                                                                                                 | Основні застосування                                                                                                                         |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Big Data та аналітика                          | Використання великих обсягів даних для аналізу поведінки клієнтів, сегментації аудиторії та оптимізації маркетингових кампаній.                                              | Сегментація клієнтів, прогнозування поведінки, персоналізація контенту.                                                                      |
| Штучний інтелект (AI) та машинне навчання (ML) | AI дозволяє автоматизувати персоналізовані рекомендації, управління контентом та чат-ботами. ML використовується для прогнозування попиту та розуміння поведінки споживачів. | Автоматизація роботи чат-ботів, рекомендаційні системи, прогнозування попиту.                                                                |
| Технології VR та AR                            | Віртуальна та доповнена реальність дозволяють створювати інтерактивні досвіди для клієнтів у роздрібній торгівлі та рекламних кампаніях.                                     | Віртуальні шоуруми, демонстрація продуктів у 3D, інтерактивна реклама.                                                                       |
| Блокчейн                                       | Використовується для забезпечення прозорості рекламних транзакцій та боротьби з шахрайством у рекламних мережах.                                                             | Перевірка автентичності реклами, захист даних та конфіденційність клієнтів.                                                                  |
| Автоматизація маркетингових процесів           | Включає автоматизацію комунікацій із клієнтами, розсилок та CRM-систем для підвищення ефективності маркетингових процесів.                                                   | Використання HubSpot, Marketo, Mailchimp для автоматизації електронних листів, відстеження конверсій та управління клієнтськими взаємодіями. |

Джерело: [6; 7].

**Висновки.** Отже, Інтернет-маркетинг в умовах глобалізації та цифровізації стає ключовим інструментом для збереження конкурентоспроможності бізнесу, особливо в Україні, яка стикається з викликами, спричиненими війною. Цей напрям надає можливості для адаптації до нових умов споживчого попиту, підтримання бізнес-активності та створення довгострокових відносин із клієнтами. Серед сучасних трендів інтернет-маркетингу виділяються персоналізація контенту за допомогою штучного інтелекту, інтерактивний контент, миттєва взаємодія через мобільні додатки та чат-боти, мобільний маркетинг із використанням прогресивних веб-додатків, а також етичний маркетинг із фокусом на конфіденційність. Інтеграція новітніх технологій, таких як Big Data, AI, VR, AR, блокчейн та автоматизація маркетингових процесів, дозволяє підвищувати ефективність взаємодії з клієнтами та знижувати витрати. Розвиток інструментів захисту даних, таких як Google Privacy Sandbox, сприяє

побудові прозорих механізмів рекламного таргетингу. Загалом, інтернет-маркетинг у поєднанні з новітніми технологіями стає основою для інноваційного та конкурентоспроможного розвитку бізнесу навіть у періоди кризи.

### Список використаних джерел

1. Хуан Ж. Штучний інтелект в інтернет-маркетингу та його майбутні тенденції. Досягнення в економіці, управлінні та політичних науках. 2024. URL: <https://www.ewadirect.com/proceedings/aemps/article/view/14557>
2. Singh P.D. Role of Personalized Marketing Communication in Marketing Success: An Empirical Investigation. *NeuroQuantology*. 2022. №. 20(4). P. 1350.
3. Іванова Л., Вовчанська О. Сучасні технології мобільного маркетингу. ВІСНИК ХНАУ. 2021. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=10568>
4. Raji M., Olodo H., Oke T., Addy W., Ofodile O., Oyewole A. E-commerce and consumer behavior: A review of AI-powered personalization and market trends. *GSC Advanced Research and Reviews*. 2024. URL: <https://gsconlinepress.com/journals/gscarr/content/e-commerce-and-consumer-behavior-review-ai-powered-personalization-and-market-trends>
5. Cruz A., Alvarez E., Vital L. Web application for data collection in marketing strategies: an approach from the perspective of Digital Humanities. *EAI Endorsed Trans. Scalable Inf. Syst*, 2022. № 9. P. 10. URL: <https://publications.eai.eu/index.php/sis/article/view/2611>
6. Chen K., Mei J., Sun W. Leveraging digital and intelligent technologies: transforming business marketing strategies in the modern era. *EPRA International Journal of Economics, Business and Management Studies*. 2024. URL: <https://eprajournals.com/IJHS/article/13868>
7. Гендуз Т. Управління клієнтським досвідом на основі штучного інтелекту (перехід від масової до гіперперсоналізації у світлі маркетингу відносин). *Міжнародний журнал наукових досліджень*. 2024. URL: <https://doi.org/10.59992/ijsr.2024.v3n6p9>.

## МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ У СФЕРІ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Дмитро ГАВРИЛЮК

магістр спеціальності «Підприємництво та торгівля»

Науковий керівник – Валінкевич Н.В., д.е.н., професор

**Вступ.** Інтернаціоналізація світового господарського життя формує транснаціональне виробництво, глобальну фінансову систему, систему міжнародної торгівлі, а також єдиний інформаційний простір, розширенню якого сприяли інформаційно-технологічна революція, переворот у засобах телекомунікацій на базі електроніки, цифрові системи зв'язку, поява всесвітньої мережі комп'ютерного зв'язку – Інтернет.

На тлі світової економіки післявоєнне відродження нашої країни неможливе без ефективної модернізації національної економіки. Генеральною метою інноваційної політики є створення внутрішнього наукомісткого ринку, що забезпечує вихід вітчизняного продукту світову арену. В умовах інноваційної перебудови вирішального значення набувають маркетингові зусилля щодо формування результативної комерційної системи інноваційного продукту.

**Результати дослідження.** В рамках інноваційного проекту у сфері підприємництва, як правило, пропонується нова ідея, продукт, послуга з метою отримання нового якісного рівня та максимального задоволення прихованого попиту в суспільстві. Відповідно до теорії австрійського вченого Йозефа Алоїза Шумпетера саме підприємець виконує суттєвий внесок у теорію зростання економічного розвитку товариства («Теорія економічного розвитку», опублікована у 1939). Правомірно, на думку І. Шумпетера, підприємець з його кмітливістю, даром передбачення, ініціативою, потужною творчою енергією представлений як рушійна сила суспільства, що забезпечує якісно новий рівень життя [1].

Підприємець свідомо йде на ризик, вкладає власні заощадження під час організації унікальних процесів створення нового споживчого блага, нового методу виробництва, освоєння нового ринку збуту, отримання доступу до вигідного джерела сировини, створення нової форми організації бізнесу та ін.

Маркетингові технології у сфері інновації – це цілісна сукупність форм, методів, способів та прийомів маркетингових досліджень рівня попиту, обґрунтування сегмента збуту та комерціалізації нового продукту з метою якісного задоволення попиту споживачів та підвищення фінансової стійкості компанії [2].

Сутністю інноваційного підприємництва завжди був, є та буде постійний експеримент. Ранжування інноваційних ідей та вибір з них єдиної призводить до обґрунтування економічної доцільності виконання інноваційного проекту, створення його комерційної системи.

Відомо, що термін проект (start-up) був офіційно визначений нещодавно в 2012 році. З вересня 2012 року згідно з Міжнародним стандартом ISO21500:2012

було розроблено «Керівництво з управління проектами» («Guidadanz on proekt management»), прийняте країнами Євросоюзу, Україною та США.

У цьому документі наводиться визначення терміну проекту як унікального набору процесів, що складається з координованих та керованих задач з початковою та кінцевою датами, вжитих для досягнення цілей.

Стартап (від англ. start-up – запускати) як бізнес-ідея із запуску нового проекту. Провідниками розробки та реалізації нової бізнес-ідеї виступають венчурні компанії (бізнес-ангели) створені для реалізації інноваційного проекту у сфері малого та середнього підприємництва. Життєвий цикл стартапу включає наступні стадії [1]:

1) посівна стадія (seed stage) – стадія відбору ідеї інноваційного проекту; розробка концепції новинки; оцінка споживчої цінності нового продукту; послуги;

2) стадія запуску (startup stage) – стендові випробування головного зразка, обґрунтування економічної доцільності новинки, організація пробного маркетингу;

3) стадія зростання (growth stage) – формування латерального попиту, активізація мас-медіа, паблісіті та популяризація нового продукту;

4) стадія розширення (expansion stage) - масове виробництво; незалежна експертиза; оцінка транзакцій та бюджету з реалізації новинки;

5) стадія "виходу" (exit stage) - виведення новинки на ринок: реклама, презентація із запрошенням партнерів, обґрунтування вигідної дистрибуції, інструменти стратегічного маркетингу та інтегровані комунікації, система сервісу та контролю споживчої задоволеності, робота із клієнтами.

Реалізація стартапу неможлива без гнучкого використання інструментів латерального маркетингу. Мета латерального маркетингу інноваційної політики та комерційної структури - створення та впровадження інновацій, що задовольняють особисті та суспільні потреби для підвищення якості життя та гармонізації відносин у суспільстві.

Маркетингові зусилля щодо інновацій у сфері підприємництва спрямовані на процвітання суспільства внаслідок задоволення зростаючих потреб за рахунок використання новітніх технологій та оригінальних ідей. Важко переоцінити значення інструментів мас-медіа у формуванні інноваційної політики. Для успішного просування новинки комерційні структури просто змушені активізувати зусилля PR з метою залучення потенційного споживача.

Інструменти мас-медіа в інноваційній системі – це інституційні механізми, існуючі протягом багатьох років як зведення традицій, правил, норм, що використовуються для успішного просування корпоративного продукту у цільовий сегмент збуту [3]. Звісно, інноваційне підприємництво спочатку соціальне, оскільки завжди задовольняє будь-яку суспільну потребу.

Саме підприємництво є джерелом вирішення численних суспільних проблем, оскільки у сфері бізнесу заробляються гроші та формується державний бюджет як суспільний ресурс. Проведення маркетингового дослідження дозволяє більш повно представити загальну картину можливого позиціонування

інтелектуального продукту з урахуванням очікуваного споживчого попиту та конкурентного оточення.

Найголовнішим ще на стадії інноваційного проекту (стадії розширення) в рамках пробного маркетингу з виводу новинки на ринок оцінити через комунікації рівень попиту споживачів, мотивацію покупок новинок. Поняття потреб споживачів є основою розроблення комунікаційної програми.

**Висновки.** Використання представленої моделі організації маркетингових досліджень інноваційного проекту буде ефективним при своєчасному проектному фінансуванні з урахуванням соціальної відповідальності бізнесу гарантує успіх позиціонування інноваційного продукту на ринку.

#### **Список використаних джерел**

1. Ілляшенко С. М. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. 615 с.
2. Сахаров В. Є., Мілютіна Ю.С. Тлумачення, застосування і розвиток понятійного апарату: маркетинг інновацій та інноваційний маркетинг. Актуальні проблеми економіки. 2011. № 5 (119). С. 122–129.
3. Гризовська Л.О., Романова А.В. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/16\\_ukr/46.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/46.pdf).

## **ВПЛИВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ**

ДЕРКАЧ О.В.

*Магістр спеціальності «Підприємництво та торгівля»*

*ПІОНТКІВСЬКИЙ В.П.*

*Магістр спеціальності «Менеджмент», ОПП «Міжнародний менеджмент»*

*Науковий керівник – Скидан О. В., д.е.н., професор*

**Вступ.** У сучасних умовах глобалізації бізнес-середовища міжнародні компанії стикаються з постійною необхідністю розробки ефективних маркетингових рішень, що дозволяють забезпечити їхню конкурентоспроможність на зовнішніх ринках. Стратегічне управління як комплексний процес відіграє ключову роль у формуванні та реалізації маркетингових стратегій, спрямованих на досягнення довгострокових цілей компаній. Поєднання стратегічного підходу до управління з інноваційними маркетинговими інструментами дозволяє компаніям адаптуватися до мінливих умов глобальних ринків, формувати стійкі конкурентні переваги та забезпечувати стабільне зростання [1].

**Результати дослідження.** Стратегічне управління охоплює процеси аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища компанії, формулювання цілей, розробки стратегій та моніторингу їх реалізації. У контексті міжнародної діяльності воно набуває особливої важливості, оскільки зовнішні ринки

характеризуються високою динамікою, культурною та економічною різноманітністю, а також жорсткою конкуренцією.

Основою стратегічного управління є:

1. *Аналіз середовища* – визначення ринкових тенденцій, потреб споживачів, конкурентних позицій та можливостей компанії.
2. *Постановка цілей* – формулювання чітких і вимірюваних завдань на коротко- та довгостроковий період.
3. *Розробка стратегії* – визначення оптимальних шляхів досягнення поставлених цілей, у тому числі через маркетингові інструменти.

Завдяки стратегічному управлінню міжнародні компанії можуть ухвалювати обґрунтовані маркетингові рішення щодо виходу на нові ринки, позиціонування продукції, встановлення цінової політики та формування каналів дистрибуції [2].

Маркетингові рішення є результатом детального стратегічного планування, яке враховує специфіку міжнародної діяльності. Основні компоненти маркетингових рішень включають:

1. *Продуктова стратегія* – розробка та адаптація продукції до вимог конкретних міжнародних ринків. Вона включає диференціацію продукту, створення інноваційних рішень і розвиток бренду.
2. *Цінова стратегія* – встановлення конкурентоспроможних цін, що враховують купівельну спроможність, ринкові умови та витрати на логістику.
3. *Дистрибуційна стратегія* – визначення оптимальних каналів збуту для ефективного просування продукції на зовнішніх ринках.
4. *Комунікаційна стратегія* – використання сучасних інструментів маркетингових комунікацій для формування позитивного іміджу компанії, залучення клієнтів і підвищення впізнаваності бренду.

Стратегічне управління дозволяє узгоджувати ці компоненти в єдину систему, що відповідає глобальним викликам і локальним умовам ринку [3].

Діяльність міжнародних компаній залежить від багатьох глобальних факторів, зокрема:

- економічних – зміни валютних курсів, інфляція, економічні кризи.
- соціально-культурних – відмінності в споживчих уподобаннях та поведінці.
- технологічних – розвиток цифрових технологій та їх вплив на маркетинг і логістику.
- політичних – зміни в регуляторному середовищі, торговельні бар'єри та митні обмеження.

Ефективне стратегічне управління дозволяє мінімізувати ризики, пов'язані з цими факторами, шляхом гнучкого підходу до планування та реалізації маркетингових стратегій.

Сучасні компанії активно впроваджують інноваційні технології для підвищення ефективності маркетингових рішень у міжнародному бізнесі. До них належать:

- цифровий маркетинг – використання інтернет-платформ для просування продукції.
- Big Data та аналітика – збір і аналіз даних для прийняття обґрунтованих рішень.
- CRM-системи – управління взаємовідносинами з клієнтами для підвищення лояльності.
- автоматизація логістичних процесів – оптимізація ланцюгів постачання для швидкого реагування на ринкові зміни.

Інноваційні підходи дозволяють компаніям ефективно адаптуватися до нових умов глобального ринку та підвищувати свою конкурентоспроможність.

**Висновки.** Стратегічне управління відіграє ключову роль у формуванні ефективних маркетингових рішень у міжнародній діяльності компаній. Поєднання стратегічного аналізу, планування та впровадження інноваційних інструментів дозволяє компаніям успішно адаптуватися до глобальних викликів, оптимізувати маркетингові стратегії та формувати стійкі конкурентні переваги. У сучасних умовах глобалізації лише ті компанії, які здатні синхронізувати стратегічне управління з маркетинговими рішеннями, можуть забезпечити стабільне зростання та вихід на нові ринки.

#### Список використаних джерел

1. Калініна О. Шалімова Ю. Міжнародна маркетингова стратегія як інструмент управління міжнародною конкурентоспроможністю національного підприємства при виході на європейський ринок. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 9. С. 446–448.
2. Маркетинговий менеджмент: Навч. посіб. / За ред. Л. В. Балабанової. 3-тє вид, перероб. і доп. – К.: Знання, 2004. – 354 с.
3. Сліпенький В.В. Стратегічне маркетингове управління підприємствами: сутність і задачі на сучасному етапі // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Україна наукова-2003». Т. 22. Економіка. – Д., 2003. – С. 50–52

## ЛОГІСТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ЯК ОСНОВА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

*Олександр ЗАБРОДСЬКИЙ, Олександр КАЛАУР*

*Магістри спеціальності «Менеджмент», ОПП «Міжнародний менеджмент»*

*Науковий керівник – Опалов О.А., к.е.н., доцент*

**Вступ.** У сучасному міжнародному бізнесі логістика та маркетинг утворюють взаємопов'язану систему, яка спрямована на забезпечення ефективної реалізації стратегій на зовнішніх ринках. Логістичні інструменти виступають ключовими механізмами, які дозволяють компаніям адаптувати свою продукцію до потреб різних ринків, забезпечувати швидкість та якість доставки, а також формувати конкурентоспроможну цінову політику [2].

**Результати дослідження.** Логістичні інструменти є основою для виконання маркетингових задач на зовнішніх ринках, зокрема:

1. Логістика забезпечує наявність товарів у потрібний час і в потрібному місці, що є критичним для задоволення попиту.
2. Оптимізація транспортних, складських і адміністративних процесів дозволяє знижувати собівартість продукції.
3. Своєчасна доставка та контроль якості забезпечують лояльність клієнтів до бренду.

Логістичні інструменти є важливим елементом, який забезпечує реалізацію маркетингових стратегій на зовнішніх ринках. У сучасному міжнародному бізнесі маркетинг та логістика утворюють інтегровану систему, де логістичні процеси підтримують досягнення стратегічних маркетингових цілей. Логістика дозволяє забезпечити доступність продукції для споживачів у потрібний час і в потрібному місці, що є основою задоволення попиту на глобальному рівні. Вона також сприяє зниженню витрат, підвищенню ефективності постачання та формуванню позитивного клієнтського досвіду [3].

Логістичні інструменти, такі як управління ланцюгами постачання, системи управління запасами, транспортні мережі та складські комплекси, забезпечують оптимізацію процесів постачання. Вони допомагають компаніям адаптуватися до особливостей кожного ринку, скорочувати час доставки та знижувати операційні витрати. Наприклад, використання автоматизованих систем управління складами дозволяє зменшити кількість помилок, прискорити виконання замовлень і забезпечити високу точність обліку. Крім того, транспортні системи допомагають вибрати оптимальні маршрути та види транспорту, що сприяє економії ресурсів і часу.

Інформаційні технології, такі як ERP-системи, платформи управління ланцюгами постачання дозволяють автоматизувати логістичні процеси, підвищувати точність планування та забезпечувати прозорість операцій. Завдяки таким технологіям компанії можуть оперативно відстежувати виконання замовлень, аналізувати стан товарів під час транспортування та швидко реагувати на зміни попиту. Цифрові інструменти також сприяють інтеграції

даних між маркетинговими та логістичними підрозділами, що забезпечує скоординованість дій і підвищення ефективності.

Застосування логістичних інструментів дозволяє компаніям створювати конкурентні переваги на зовнішніх ринках. Вони забезпечують оптимізацію витрат, скорочення часу доставки та підвищення гнучкості у реагуванні на зміни ринкових умов. Наприклад, використання мультимодальних перевезень дозволяє знизити транспортні витрати та мінімізувати ризики, пов'язані з затримками. Автоматизація складів та логістичних процесів дає змогу швидше адаптуватися до змін попиту та забезпечити високу якість обслуговування клієнтів. Усе це позитивно впливає на конкурентоспроможність компанії та її здатність утримувати позиції на глобальних ринках [2].

Попри численні переваги, логістична діяльність на зовнішніх ринках має свої виклики. Географічні та інфраструктурні обмеження, регуляторні бар'єри, митні процедури, а також валютні ризики створюють труднощі для компаній, які прагнуть забезпечити ефективну логістику. У таких умовах важливе значення має використання інноваційних підходів, таких як зелені технології, роботизація складів і дрони для доставки. Ці рішення допомагають не лише подолати існуючі бар'єри, а й підвищити ефективність операцій [3].

Компанії, що успішно інтегрують логістичні інструменти у свої маркетингові стратегії, отримують значні переваги на міжнародному ринку. Наприклад, Amazon активно використовує роботизовані склади та інноваційні платформи для управління замовленнями, що дозволяє забезпечити високу швидкість доставки. IKEA інвестує у власні транспортні мережі, щоб знизити витрати та підвищити якість обслуговування клієнтів. DHL впроваджує IoT-рішення для моніторингу логістичних процесів у реальному часі, що сприяє оптимізації ресурсів.

**Висновки.** Зрештою, логістичні інструменти є основою реалізації маркетингових стратегій на зовнішніх ринках. Їхнє правильне впровадження дозволяє компаніям підвищувати ефективність діяльності, забезпечувати конкурентні переваги та задовольняти потреби споживачів у різних країнах. У майбутньому ключовим фактором успіху стане подальший розвиток інноваційних технологій у сфері логістики, що дозволить бізнесу залишатися конкурентоспроможним у динамічних умовах глобального ринку.

#### Список використаних джерел

1. Касян С.Я. *Міжнародна маркетингова комунікаційна та логістична інтеграція високотехнологічних підприємств. Економічний вісник НТУУ "КПІ".* 2018. №15. С. 37-45.
2. Тарасенко С.В., Петрушенко Ю.М. *Міжнародний бізнес: навчальний посібник.* – Суми: Сумський державний університет, 2021. – 222 с.
3. *Міжнародна логістика: підручник / за ред. О. М. Ложажевської.* – Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2020. – 400 с.

## ВПЛИВ КРИПТОВАЛЮТ НА СУЧАСНИЙ БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР

Павло КАРПУК

Іванна СТОРОЖУК

бакалавр спеціальності «Фінанси банківська справа та страхування»

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

**Вступ.** Сучасний бізнес-світ постійно адаптується до викликів цифрової трансформації й одним із ключових трендів цього процесу є використання криптовалют у розрахунках бізнес-агентів. Криптовалюти, зокрема Bitcoin, Ethereum та інші, стали не лише засобом інвестування, але й інструментом, що змінює підходи до фінансових операцій. Використання криптовалют забезпечує швидкість, прозорість та зниження витрат у процесах розрахунків, відкриваючи нові можливості для компаній різного масштабу.

Проблеми використання криптовалют в розрахунках підприємств знайшли відображення в працях вітчизняних науковців: М. Диха, О. Єрмоленко, І. Момот, О. Нечай, Ю. Онищенко, І. Фаринович, Ю. Федорова та ін.

**Результати дослідження.** У класичному розумінні криптовалюта – це форма цифрової валюти, що базується на виконанні складних математичних обчислень певної функції, яка легко перевіряється за допомогою зворотних математичних дій [1]. Основним принципом її емісії є доказ виконання роботи (Proof of Work).

Термін «криптовалюта» вперше з'явився у 2009 році з запуском пірингової платіжної системи Bitcoin (BTC), створеної Сатоші Накамото – особою або групою осіб, що використовують цей псевдонім [2]. Від початку 2009 р., коли в обігу з'явився Bitcoin, криптовалюти почали поступово впроваджуватися в економічні відносини різного рівня контрагентів усієї світової спільноти. Новий валютний інструмент поступово почав визнаватися завдяки своїй автономії та зручності у використанні (рис. 1).

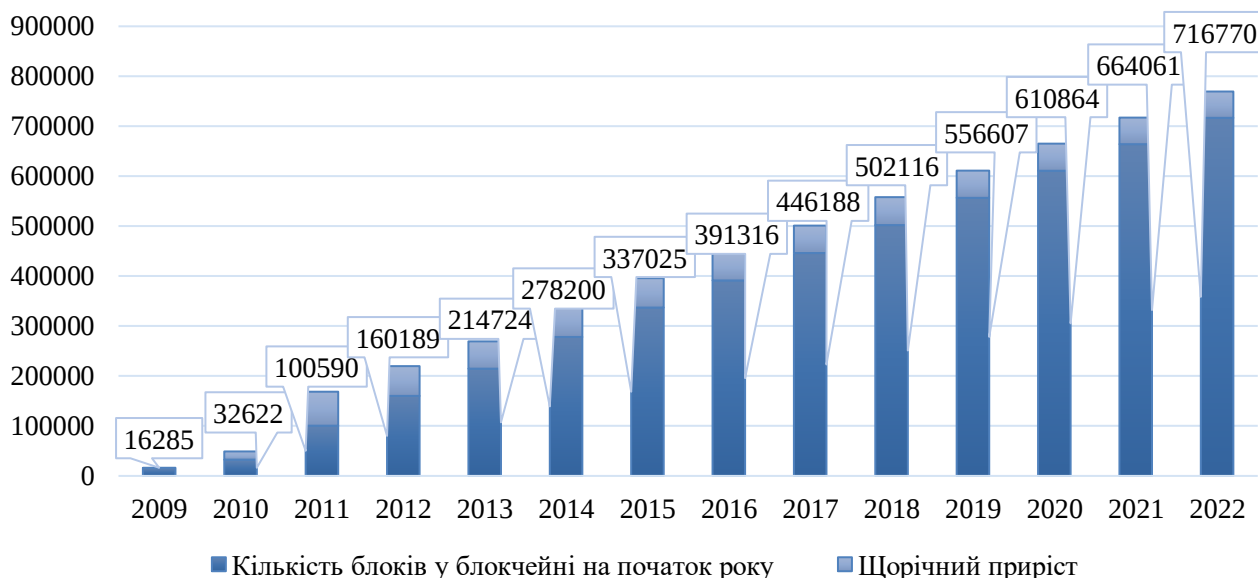


Рис. 1. Тенденції розвитку блокчейн-технологій у світі в 2009-2022 рр., од.

*Джерело: побудовано за даними [4].*

Варто вказати, що у липні 2022 р. на світовому фінансовому ринку налічувалося 20 268 криптовалют із загальною ринковою капіталізацією 1,025 трлн дол. США. За оцінками експертів МВФ ринкова капіталізація криптовалют станом на грудень 2024 р. становить майже 2,5 трлн дол. США. З усіх існуючих криптовалют найбільшою популярністю наразі користуються Bitcoin або Ethereum. За видами криптовалют на ринку спостерігається суттєва перевага Bitcoin (табл. 1).

*Таблиця 1*

**ТОП-10 криптовалют за ринковою капіталізацією станом на грудень 2024 р.**

| Криптовалюта              | Ринкова капіталізація, \$ США | Домінація на крипторинку, % |
|---------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Bitcoin (BTC)             | 1,98 трильйона                | 54,09                       |
| Ethereum (ETH)            | 479,65 мільярда               | 17,71                       |
| Tether (USDT)             | 151,85 мільярда               | 5,15                        |
| Binance Coin (BNB)        | 107,65 мільярда               | 2,69                        |
| Solana (SOL)              | 111,92 мільярда               | 2,5                         |
| Ripple (XRP)              | 145,48 мільярда               | 1,57                        |
| USD Coin (USDC)           | 41,22 мільярдів               | 1,48                        |
| Lido Staked Ether (stETH) | 36,27 мільярдів               | 1,3                         |
| Cardano (ADA)             | 43,12 мільярда                | 1,09                        |
| Avalanche (AVAX)          | 21,24 мільярда                | 0,75                        |

*Джерело: наведено за даними [3].*

Так, станом на грудень 2024 р. Bitcoin має найвищий рівень ринкової капіталізації – це понад 1,98 трлн. дол. США. Натомість найближча конкурентна до Bitcoin криптовалюта Ethereum має втричі нижчу капіталізацію. Серед десятки найпопулярніших криптовалют Bitcoin займає 54,09 % усього ринку, Ethereum – 17,71 %, а решта валют охоплюють сегменти не більше 5,15%.

Експерти відзначають, що саме Bitcoin як різновид криптовалют є найстійкішим до інфляційних процесів та зовнішнього втручання, відрізняється високою безпечністю операцій зберігання, купівлі й продажу, переказу й надсилання. Особливе значення має висока конфіденційність таких операцій. Фондові аналітики стверджують, що за останні роки ринкова капіталізація Bitcoin зросла на 3 000%.

Вартість провідних криптовалют у порівнянні з іншими фінансовими інструментами та активами (наприклад, як золото, цінні папери, нерухомість) впродовж усіх років утримує тенденцію стрімкого зростання. Така популярність їх на ринку є наслідком їх інвестиційної привабливості, високої ліквідності та зростаючого попиту.

Варто зазначити, що перша транзакція з Bitcoin на міжнародному ринку криптовалют відбулась понад десять років тому, але тенденції його популярності продовжують зростати і охоплювати нові ринки. Так, за даними міжнародних агенцій розвитку фондового ринку, глобальний рівень володіння криптовалютами «на початок 2022 р. становив орієнтовно 4,2% (2021 р. – 3,9%) із понад 320 млн користувачів криптовалют в усьому світі (2021 р. – 300 млн) і понад 18 тисяч компаній, які вже здійснюють транзакції з криптовалютами» [4].

У регіональному розрізі міжнародний ринок криптовалют характеризується певними особливостями, такими як кількість і структура користувачів, видові переваги. Зокрема, кількість користувачів криптовалюти розподіляється на різних континентах по різному:

- у Північній Америці – 51 млн. осіб ( 16,72%);
- у Південній Америці – 27 млн. осіб ( 8,85%);
- в Європі – 43 млн. осіб ( 14,10%);
- в Африці – 53 млн. осіб ( 17,38%);
- в Азії – 130 млн. осіб ( 42,62%);
- в Океанії – 1 млн. осіб (0,33 %).

Виявляється, що найбільша кількість користувачів різних видів криптовалют знаходиться у США, Індії, Пакистані, Нігерії та В'єтнамі [4]. Важливо, що у США близько 8% населення займається торгівлею криптовалюти, в той час як в Азії кількість користувачів криптовалюти в 2,5 рази перевищує їх кількість решти регіонів.

Важливо, що поточні тенденції на ринку криптовалют можуть мати подвійну інтерпретацію: по-перше, бути індикатором значної економічної цінності й вагомості інноваційних технологій і підходів, таких, як блокчейн, а по-друге, може відображати «бульбашку» на фондовому ринку і мати хибний результат в середовищі прогностичних оцінок.

**Висновки.** З 2009 р. криптовалюти, особливо Bitcoin та Ethereum, стали важливими елементами глобальної економіки завдяки своїй автономії, зручності використання та високій ліквідності. Технологія блокчейн, що забезпечує безпеку та прозорість транзакцій, сприяє їх популярності як інвестиційних активів. Ринкова капіталізація Bitcoin на кінець 2024 р. становить 1,98 трлн дол. США, що підтверджує високий попит та економічну значимість криптовалют. Однак, існують виклики, зокрема, нестабільність ринку і регуляторні проблеми, які потребують уваги для забезпечення стабільності та безпеки.

#### Список використаних джерел

1. Єрмоленко О. А., Лисьонкова Н. М., Шумбар А. С. Сутність криптовалют і перспективи їхнього розвитку в сучасних умовах. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 37. С. 43–50. URL: <http://lib.kart.edu.ua/handle/123456789/18832> (дата звернення: 02.12.2024).
2. Офіційний сайт Bitcoin. URL: <https://bitcoin.org> (дата звернення: 03.12.2024).
3. Список ТОП 10 криптовалют за капіталізацією. URL: <https://trusteeglobal.com/academy/spysok-top-10-kryptovalyut-za-kapitalizacziyeyu/> (дата звернення: 12.12.2024).
4. Market Highlights. World Federation of Exchanges. 2021-2023. URL: <https://statistics.world-exchanges.org/> (дата звернення: 12.12.2024).

## ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАСЕЛЕНИХ ПУНКТІВ

Олександр Опалов

Магістр спеціальності «Геодезія та землеустрій»

Науковий керівник – Карась І.Ф., к.с.-г.н., доцент

**Вступ.** Сталий розвиток населених пунктів є пріоритетним завданням для забезпечення збалансованого економічного, соціального та екологічного розвитку територій. Управління земельними ресурсами відіграє ключову роль у формуванні ефективної інфраструктури, збереженні природного середовища та раціональному використанні земель.

**Результати дослідження.** Сталий розвиток передбачає баланс між економічними, соціальними та екологічними складовими. Земельні ресурси є обмеженим та вичерпним ресурсом, тому їх використання повинно відбуватися на засадах довгострокового планування та охорони навколишнього середовища. Одними із ключових завдань є:

- забезпечення ефективного землекористування з мінімальними втратами для довкілля;
- збереження природних ландшафтів, зелених зон та рекреаційних територій у межах міст;
- оптимізація використання земель для промислового, житлового та сільськогосподарського призначення.

Сучасний стан управління земельними ресурсами вимагає комплексного підходу, який враховує інтереси місцевої громади, бізнесу та держави. Земельні ресурси населених пунктів часто використовуються неефективно через проблеми з плануванням територій, неврахування екологічних обмежень і відсутність контролю за дотриманням земельного законодавства. Одним із головних викликів є стихійна забудова та деградація зелених зон, що призводить до втрати екосистемних послуг [1].

Інструменти ефективного управління земельними ресурсами включають:

1. Стратегічне планування землекористування, яке передбачає розробку генеральних планів розвитку населених пунктів та зонування територій. Це дозволяє визначити пріоритети використання земель, забезпечити їх цільове призначення та зберегти природні зони.

2. Геоінформаційні системи (ГІС) як технологічна основа для моніторингу земельних ресурсів та обліку їх використання. Завдяки цифровізації можливо контролювати забудову, аналізувати зміни у структурі землекористування та прогнозувати розвиток територій.

3. Залучення громадськості до процесів управління земельними ресурсами, що підвищує прозорість ухвалення рішень і враховує інтереси місцевих мешканців.

Екологічна складова сталого розвитку передбачає раціональне використання земель із мінімальним негативним впливом на навколишнє середовище. Необхідно зберігати природні ландшафти, впроваджувати заходи з

рекультиватії земель та створювати зелені зони для поліпшення якості життя у містах. Особливо актуальним є використання екологічних методів будівництва та розвиток «зелених» інфраструктур [2].

Соціально-економічний ефект управління земельними ресурсами проявляється у підвищенні інвестиційної привабливості територій, розвитку громадського транспорту, житлової забудови та інших об'єктів інфраструктури. Земельні ресурси є основою для розвитку місцевого бізнесу та створення робочих місць, що сприяє підвищенню добробуту населення.

Основні проблеми та виклики:

- неефективне землекористування, відсутність системного моніторингу;
- корупція у земельній сфері та непрозорість ухвалення рішень;
- порушення природоохоронного законодавства та деградація територій;
- відсутність сучасних технологій управління земельними ресурсами.

Шляхи вдосконалення управління земельними ресурсами включають:

- створення єдиної системи обліку та моніторингу земель на основі цифрових технологій;
- розробка програм сталого розвитку населених пунктів із акцентом на збереження природного середовища;
- впровадження прозорих механізмів розподілу земельних ділянок і боротьба з корупцією;
- залучення інвестицій для впровадження «зелених» технологій у будівництві та інфраструктурі [2, 3].

**Висновки.** Таким чином, ефективне управління земельними ресурсами є ключовим інструментом забезпечення сталого розвитку населених пунктів. Раціональне використання земель сприяє економічному зростанню, соціальному добробуту та збереженню екологічної рівноваги, що є основою для формування комфортного та безпечного середовища для життя.

#### Список використаних джерел

1. Бурик З. Управління земельними ресурсами об'єднаних громад. Актуальні проблеми державного управління. 2016. Вип. 1. С. 119-124.
2. Гаража О.П. Моделі ефективного управління земельними ресурсами галузі сільського господарства на регіональному рівні. Приазов. екон. вісник. 2019. № 4 (15). С. 34-42.
3. Данкевич В.Є. Розвиток земельних відносин в умовах глобалізації: монографія. Житомир: О.О. Євенок, 2017. 392 с.

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Віталій ПОСТЕВКА

Магістр спеціальності “Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок”  
Науковий керівник – Шубенко І.А., : к.е.н., доцент

**Вступ.** Ринок банківських послуг є важливою складовою частиною економіки будь-якої країни, адже банківська система забезпечує функціонування грошово-кредитних відносин, сприяє нагромадженню капіталу, його розподілу та підтримці стабільності економіки. В умовах глобалізації та інтеграції фінансових ринків, цей сектор економіки набуває особливого значення, адже ефективність банківських послуг впливають на стійкість та економічний розвиток держави. Значний внесок у дослідження особливостей ринку банківських послуг зробили: Ю. В. Алескерова, С. К. Реверчук, О. І. Творидло, І. І. Шуйська, О. М. Пахненко та інші.

**Результати дослідження.** Банківські послуги можна трактувати як сукупність дій, що забезпечуються банками та іншими фінансовими установами для задоволення потреб клієнтів в управлінні фінансами [1, с. 83]. Відповідно, банківські установи є фінансовими посередниками, які забезпечують важливу роль у накопиченні заощаджень, кредитуванні, обслуговуванні платіжних операцій, а також у наданні консультаційних послуг. В Україні діяльності ринку банківських послуг регулюється НБУ за допомогою Законів «Про Національний банк України» та «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» [2].

Основними суб'єктами ринку банківських послуг є НБУ; банки такі як Приватбанк, Ощадбанк, Укрексімбанк, Райффайзен Банк Аваль та інші; небанківські фінансові установи (кредитні спілки, страхові компанії, інвестиційні фонди); та клієнти банків.

Основними видами банківських послуг є:

- депозитні та кредитні послуги, де під депозитом мається на увазі процес надання клієнтом банку певну суму грошей на збереження на визначений період часу, а кредитні послуги трактуються як надання банківських коштів клієнтам під певний відсоток та на визначений термін;
- консультаційні послуги, що стосуються фінансових питань, таких як інвестиції, управління капіталом, фінансові ризики, тощо;
- лізинг, за яким фінансова установа купує майно та передає його клієнту в тимчасове користування з правом викупу або без нього;
- електронний банкінг, що дозволяє клієнтам виконувати фінансові операції через мобільні додатки.

Особливості функціонування ринку банківських послуг включають ряд ключових аспектів:

1. поєднання ринкового та державного регулювання, при якому держава регулює діяльність банків через нормативно-правові акти, контролюючи стабільність банківської системи, щоб уникнути фінансової кризи;

2. міжнародне та національне регулювання, адже відносини на ринку банківських послуг здійснюються як на міжнародних нормах, так і на національному законодавстві, тому банки повинні дотримуватися як законів України, так і міжнародних стандартів, які стосуються фінансових операцій і безпеки даних;

3. для нормального функціонування ринку важливо, щоб інформація про стан його ринку та учасників була чітко доступною і зрозумілою. Це дозволить клієнтам та інвесторам приймати обґрунтовані рішення, а банкам залишитися під наглядом і працювати відкрито.

4. на ринку банківських послуг може бути багато учасників, що сприяє конкуренції та покращенню якості послуг;

5. банки надають різноманітні послуги, такі як кредити, депозити, обмін валюти, що в свою чергу дозволяє задовольняти потреби різних категорій клієнтів – від фізичних осіб до великих корпорацій.

6. усі операції на банківських послугах ринку здійснюються в грошовій формі;

7. ринок банківських послуг нерозривно пов'язаний з іншими економічними ринками, такими як ринок товарів, послуг та фінансів. Його розвиток залежить від загальноекономічної ситуації та від того, як розвиваються ринки, на які орієнтовані банківські продукти [4, с. 10].

Сегментація ринку банківських послуг за географічним охопленням включає різні рівні, від локального до міжнародного. Локальний ринок охоплює певне місто або населений пункт, де банки надають послуги через мережу відділень, банкоматів та терміналів, орієнтуючись на потреби місцевих жителів і бізнесу. Регіональний ринок більш ширший і включає громади, райони, області або регіони, що дозволяє банкам розширити свою клієнтську базу через філії. Загальнонаціональний ринок включає всю територію країни, де банки мають філії та пропонують свої послуги клієнтам по всій країні. Міжнародний глобальний ринок включає фінансові установи, які надають послуги закордоном, здійснюючи транскордонні операції та пропонуючи послуги через онлайн-платформи [3; 4, с. 12].

Українські банки активно розробляють та впроваджують цифрові рішення, що дозволяють клієнтам здійснювати фінансові операції без необхідності відвідувати відділення. Такі послуги як онлайн-перекази, оплата рахунків, обслуговування кредитів та депозитів, купівля валюти доступні через мобільні додатки провідних українських банків, такі як Приват24, Monobank, Ощад24 та інші. Крім того ринок банківських послуг стає популярним завдяки розвитку безконтактних платежів через впровадження технологій NFC, що дозволяє проводити оплату товарів і послуг за допомогою смартфонів та інших гаджетів, що робить платежі зручнішими та швидкими.

Серед основних проблем ринку банківських послуг в Україні можна виділити кілька ключових аспектів. По-перше, нестабільність економічної ситуації в країні через російсько-українську війну, зокрема інфляція та коливання валютних курсів негативно впливають на діяльність банків і довіру

клієнтів до фінансової системи. По-друге, високий рівень регулювання з боку держави, включаючи складні вимоги до капіталізації банків. По-третє, недостатній рівень фінансової грамотності серед населення, що обмежує їх доступ до сучасних банківських послуг і створює бар'єри для повноцінного користування банківським продуктом. По-четверте, проблеми з кібербезпекою та захистом даних є викликом для банків через збільшення кількості онлайн-операцій та ризиків шахрайства. По-п'яте, значна конкуренція з боку небанківських фінансових установ змушує банки швидко адаптуватися до змін, що не завжди можливо через консервативність традиційної банківської системи та складність в умовах воєнного стану.

**Висновки.** Ринок банківських послуг є важливою частиною економіки, забезпечуючи фінансову стабільність та перелив капіталу у сфери, які його потребують. Його функціонування регулюється як національними, так і міжнародними нормами, що гарантує безпеку та стабільність операцій. Українські банки активно впроваджують цифрові технології, які робить банківські послуги доступними та зручнішими для клієнтів, тому успішний розвиток банківських послуг залежить від загальної економічної ситуації та впровадження інновацій.

#### Список використаних джерел

1. Алескерова Ю. В. Ринок банківських послуг для фізичних осіб: проблеми та перспективи. *Бізнес-навігатор*, 2017. Вип. 4-2. С. 82-85.
2. Закон України Про Національний банк України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679-14#Text>.
3. Реверчук С. К., Творидло О. І. Особливості розвитку та державного регулювання ринку банківських послуг України в умовах цифровізації. *Економічний простір*, 2022. № 179. С. 12-18.
4. Шуйська І. І., Пахненко О. М. Аналіз ринку банківських послуг: тенденції та перспективи: кваліфікаційна робота бакалавра, 2020. – 39 с.

## АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Руслан СУПРУН

*магістрант спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Недільська Л. В., к.е.н, доц. кафедри фінансів і кредиту*

**Вступ.** Фінансовий ризик – це наслідок прийняття одного із альтернативних фінансових рішень, що має на меті досягнення запланованого фінансового результату, однак супроводжується ймовірністю економічних чи фінансових втрат. Фінансовий ризик виникає та існує на підставі впливу сукупності зовнішніх та внутрішніх факторів, які породжуються особливостями макро чи мікросередовища, часто поєднуючись та підсилюючи один одного. Безумовно, наймасштабніший вплив на розвиток підприємництва в Україні чинять фактори макромасштабу, які зазвичай є неконтрольованими і можуть завдавати критичних чи катастрофічних наслідків. До таких факторів в українській практиці відносять політичні та економічні кризи, нераціональну політику уряду, неефективність економічних реформ та інші.

**Результати дослідження.** Аналітичні спостереження за 2014-2023 рр. (табл. 1) показують, що військові дії на території України, які двічі входили в активну фазу впродовж досліджуваного періоду, спричиняли різке скорочення кількості суб'єктів господарювання з наступним стрімким відновленням впродовж першого року, що свідчить про швидку адаптивність вітчизняного підприємництва.

Таблиця 1

### Кількість діючих суб'єктів господарювання в Україні та Житомирській області у 2014-2023 рр.

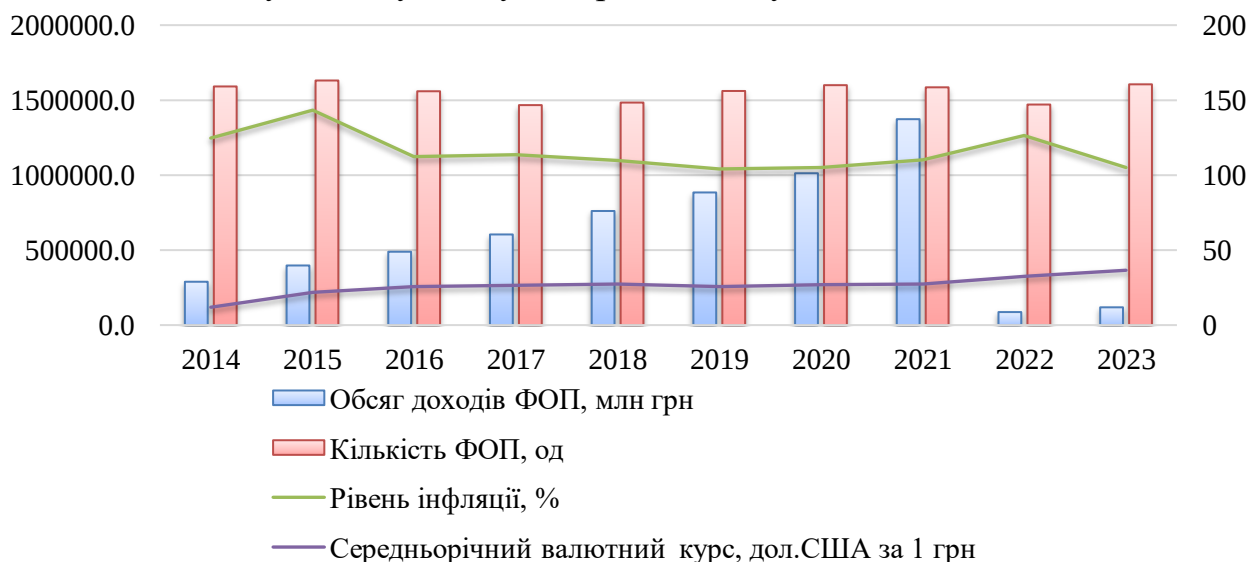
| Рік                  | Україна         |                                          | Житомирська область |                                          | Питома вага Житомирської обл. |                                    |
|----------------------|-----------------|------------------------------------------|---------------------|------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------|
|                      | усього, одиниць | з них фізичних осіб-підприємців, одиниць | усього, одиниць     | з них фізичних осіб-підприємців, одиниць | усього, %                     | з них фізичних осіб-підприємців, % |
| 2014                 | 1932161         | 1591160                                  | 58451               | 51864                                    | 3,03                          | 3,26                               |
| 2015                 | 1974318         | 1630878                                  | 58647               | 52040                                    | 2,97                          | 3,19                               |
| 2016                 | 1865530         | 1559161                                  | 54201               | 48271                                    | 2,91                          | 3,10                               |
| 2017                 | 1805059         | 1466803                                  | 49800               | 43309                                    | 2,76                          | 2,95                               |
| 2018                 | 1839593         | 1483716                                  | 49366               | 42453                                    | 2,68                          | 2,86                               |
| 2019                 | 1941625         | 1561028                                  | 51002               | 43696                                    | 2,63                          | 2,80                               |
| 2020                 | 1973577         | 1599755                                  | 51245               | 44185                                    | 2,60                          | 2,76                               |
| 2021                 | 1956248         | 1585414                                  | 50419               | 43391                                    | 2,58                          | 2,74                               |
| 2022                 | 1732508         | 1470584                                  | 47797               | 42389                                    | 2,76                          | 2,88                               |
| 2023                 | 1913193         | 1605341                                  | 52588               | 46245                                    | 2,75                          | 2,88                               |
| Зміна за 10 років, % | -0,98           | 0,89                                     | -10,03              | -10,83                                   | -0,28                         | -0,38                              |

*Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України [3].*

У Житомирській області спостерігаються відповідні тенденції як і в усій Україні. Важливо, що Житомирщина демонструє схожу динаміку як по загальній кількості діючих суб'єктів господарювання, так і фізичних осіб-підприємців. Питома вага суб'єктів господарювання в Житомирській області впродовж усього періоду дослідження становила від 2,58% до 3,03% від загальнодержавної чисельності. Варто відмітити, що Житомирська область територіально відноситься до центральних областей, тому тенденції щодо кількості усіх суб'єктів господарювання відповідають середнім тенденціям у державі. Однак, привертає увагу незначне збільшення питомої ваги фізичних осіб-підприємців Житомирської області у 2022-2023 рр., що може бути пов'язано з певною кількістю осіб-підприємців, які переїхали у Житомирщину із східних областей через активні бойові дії.

Безумовно, сучасні умови господарювання, що зумовлені війною, є визначальними і генерують найсуттєвіші фінансові ризики, однак крім політичних факторів на рівень розвитку підприємництва в країні впливають також інфляція та валютний курс. Ці два фактори слугують індикаторами загальної ситуації в країні та є базовими критеріями для формування платоспроможності і кредитоспроможності усіх економічних агентів.

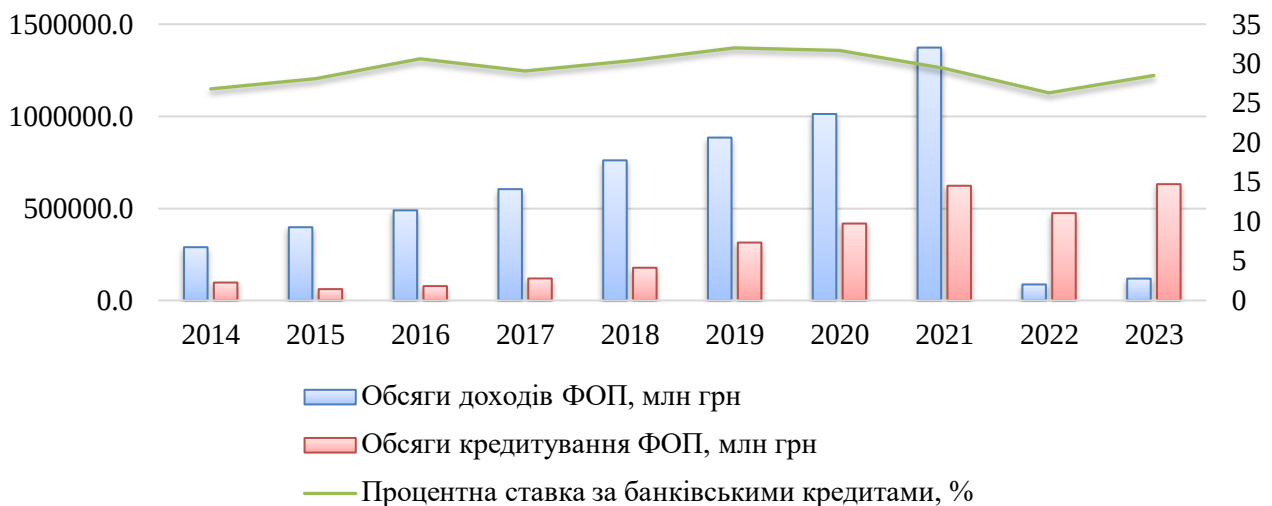
Динаміка показників, що характеризують активність підприємців та вплив інфляційного і валютного ризиків на їх діяльність, за період 2014-2023 рр. (рис. 1) свідчать про існування певних періодичних закономірностей. Зокрема, політична криза з початком у 2022 р. відобразилась на усіх вказаних показниках, що негативно вплинуло на підприємницьку діяльність в Україні. З 2022 р. спостерігається значне скорочення діяльності суб'єктів підприємництва, коли воєнні дії на території України ускладнили та гіперболізували усі існуючі ризики і негативно вплинули на будь-яку підприємницьку активність.



**Рис. 1. Динаміка показників підприємницької активності та факторів фінансового ризику за період 2014-2023 рр. в Україні**

Джерело: побудовано за даними інформаційного ресурсу Мінфін [2].

Виявити вплив факторів, які генерують кредитний ризик можна завдяки дослідженню динаміки обсягів кредитування суб'єктів підприємництва, відсоткових ставок за такими кредитами і доходів підприємців як результативного показника розвитку підприємництва. Впродовж досліджуваного періоду спостерігається поступове нарощення обсягів кредитування та доходів від підприємницької діяльності аж до 2022 р. (рис. 2).



**Рис. 2. Доходи підприємницької діяльності та показники кредитування ФОП за період 2014-2023 рр. в Україні**

*Джерело: побудовано за даними НБУ [1].*

Привертає увагу важлива особливість: у 2022 р. не суттєво скоротились обсяги кредитування підприємницьких структур, передусім, через сурові обмеження НБУ в частині грошово-кредитної політики. Однак, в другій половині 2022 р. підприємці мали можливість отримувати кредити і освоювали їх, а в 2023 р. навіть трохи наростили обсяги кредитування у порівнянні з 2021 р.

**Висновки.** Таким чином підтверджено, що кредитний ризик суттєво впливає на активність суб'єктів підприємництва, з одного боку мотивуючи їх до залучення кредитних ресурсів і вдалого їх освоєння (позитивне припущення, що кредитна політика НБУ сприятиме розвитку економіки), з іншого – стримуючи надмірну активність щодо залучення позикового капіталу і загрозової залежності від кредиторів, зокрема, банківських установ.

#### Список використаних джерел

1. Статистичні дані НБУ : *НБУ*. URL : <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial>
2. Показники : Економіка України. *Мінфін*. URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/>
3. Показники діяльності підприємств (2010-2023). *Державна служба статистики України*. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

## ОСНОВНІ МЕТОДИ, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЮТЬ ДЛЯ АТАК СОЦІАЛЬНОЇ ІНЖЕНЕРІЇ

Троцький В.В.

здобувач ступеня магістра

Науковий керівник: Євсєєв С.П., док.т.н, професор

**Вступ.** В умовах сьогодення тема соціальної інженерії стоїть досить гостро. Оскільки вона зачіпає всі сфери економічної діяльності тому варто зусередити увагу на детальному аналізі методів спрямованих на маніпуляцію людьми для отримання доступу до конфіденційної інформації або ресурсів організації.

**Результати дослідження.** Було детально розглянуто основні характеристики кібератак, орієнтованих на людський фактор. Розгляд охопив їхнє визначення, ключові методи впливу, стратегічні підходи, психологічні аспекти, різновиди атак та аналіз вразливих місць у системах захисту цільових об'єктів. З'ясувалося, що центральним елементом таких атак є використання соціальної інженерії та психологічних прийомів, спрямованих на маніпулювання поведінкою людей. Серед найпоширеніших методів було виділено фішинг, вішинг, бейтинг, спуфінг та техніки соціальної інженерії.

Дослідження показало, що слабкі місця систем часто виникають через низький рівень усвідомлення ризиків, технічні вади інфраструктури та людські помилки, такі як відсутність належної уваги до питань інформаційної безпеки. Враховуючи це, зменшення ризиків вимагає впровадження інтегрованого підходу, який включає не лише технічні засоби захисту, але й освітні програми, спрямовані на підвищення рівня обізнаності працівників.

Для ефективного протистояння кібератакам, орієнтованим на людський фактор, важливо не тільки вдосконалювати технічні рішення, але й приділяти значну увагу навчанню персоналу. Постійна робота над підвищенням кібергігієни та обізнаності дозволить створити стійкий бар'єр для захисту від цих багатогранних і складних загроз.

Атаки соціальної інженерії полягають в обмані жертви через електронні листи, які імітують офіційні повідомлення. Зловмисники створюють підроблені сайти, що виглядають як реальні (банки, поштові сервіси), або надсилають заражені файли. Сучасні варіації фішингу включають spear phishing, спрямований на конкретних осіб, і whale phishing, орієнтований на високопосадовців. Ці техніки дозволяють зловмисникам отримати паролі, фінансову інформацію чи доступ до систем.[1][4]

Техніки phishing:

- Створення підроблених сайтів, які копіюють відомі ресурси (банки, поштові сервіси тощо).
- Надсилання електронних листів із загрозами чи заманливою пропозицією, що спонукає користувача натиснути на шкідливе посилання.
- Використання заражених вкладень у листах, наприклад, файлів Word, PDF чи Excel.

Сценарії фішингових атак:

- Повідомлення про виграш у лотереї з проханням вказати персональні дані.
- Уявний запит від IT-відділу компанії для оновлення облікового запису.
- Листи з повідомленням про блокування банківського рахунку з проханням негайно увійти в систему.

Сучасні тенденції:

- Spear phishing: Цільові атаки на конкретних осіб, зазвичай топ-менеджерів або працівників із доступом до конфіденційної інформації.
- Whale phishing: Атаки на високопосадовців, спрямовані на викрадення великих фінансових коштів.
- Використання багатоканальних атак, наприклад, одночасно через електронну пошту, соціальні мережі та месенджери.

Іншим поширеним методом є vishing, який використовує телефонні дзвінки для введення жертви в оману. Зловмисники представляються працівниками банку або технічної підтримки, просять надати особисті дані або встановити шкідливе програмне забезпечення. Підроблені номери телефонів і переконливий тон голосу часто викликають довіру, а додавання терміновості ("ваш рахунок заблоковано") знижує настороженість жертви.

Техніки vishing:

- Дзвінки з використанням підробленого номера, що виглядає як офіційний.
- Психологічний тиск, наприклад, створення ситуації терміновості або загрози.
- Використання технічного жаргону, щоб переконати жертву в автентичності дзвінка.

Приклади сценаріїв:

- Повідомлення про підозрілу активність на банківському рахунку з проханням надати дані картки для "верифікації".
- Дзвінок від "технічної підтримки", яка просить встановити програму для "усунення проблеми", що насправді є шкідливим ПЗ.

Бейтинг використовує людську цікавість. Зловмисники залишають заражені носії інформації (наприклад, флешки) у доступних місцях. Жертва, знайшовши пристрій із поміткою "Конфіденційно" чи "Важливі дані", підключає його до свого комп'ютера, активуючи шкідливий код, який дозволяє атакуючим отримати доступ до системи.

Сценарії атак:

- Залишення флешки з етикеткою "Конфіденційно" або "Зарплатна відомість" у видимому місці.
- Відправлення дисків із шкідливим ПЗ як "подарунок" компанії.

Ризики:

- Установка вірусів, троянів або шпигунських програм після підключення пристрою.
- Автоматичний запуск шкідливого коду через вразливості системи.

Метод tailgating полягає у фізичному проникненні на територію організації. Зловмисники використовують довірливість співробітників, проходячи разом із

ними через контрольні точки доступу, іноді з виглядом "забув перепустку". Потрапивши всередину, вони можуть отримати доступ до техніки чи документів..

Методи проникнення:

- Підлаштуватися під співробітника, який входить до приміщення, і попросити тримати двері.
- Використати підроблену перепустку чи уніформу, щоб здаватися працівником.

Цілі:

- Отримання фізичного доступу до комп'ютерів, серверів або документів.
- Викрадення обладнання або даних.

Pretexting (маніпуляція довірою) передбачає створення правдоподібного сценарію для обману жертви. Зловмисник може видавати себе за представника служби безпеки чи технічної підтримки і просити надати доступ до облікового запису під приводом "перевірки". Ключовими елементами є переконливий сценарій, авторитетність та використання терміновості.

Сценарії pretexting:

- Зловмисник видає себе за працівника служби безпеки та запитує паролі для "перевірки".
- Псевдопредставник банку запитує дані картки під приводом перевірки транзакцій.
- Співробітник фіктивної компанії телефонує, щоб "перевірити" особисті дані клієнта.

Елементи успішного pretexting:

- Переконливий сценарій із достатньою кількістю деталей.

Використання терміновості або авторитету для зниження настороженості жертви.[2;3].

**Висновки.** Соціальна інженерія стала серйозною загрозою для економічної діяльності, використовуючи маніпуляції для отримання конфіденційної інформації. До основних технік належать phishing, vishing, baiting, tailgating та pretexting, що охоплюють обман через електронні листи, телефонні дзвінки, заражені носії даних, фізичний доступ та маніпуляції довірою.

Протидія цим загрозам вимагає підвищення обізнаності співробітників, проведення симуляцій, впровадження чітких процедур реагування та формування культури безпеки. Комплексний підхід мінімізує ризики й підвищує стійкість організацій до сучасних кібератак.

### Список використаних джерел

1. Crossler, R. E., Johnston, A. C., Lowry, P. B., & Hu, Q. Understanding and Addressing Individual Security Behaviors: A Multi-Theory Approach. MIS Quarterly, 2013.
2. Louwers, T. J., Pasewark, W. R., & Typpo, E. J. Phishing in an Academic Community: A Study of User Susceptibility and Behavior. Issues in Accounting Education, 2016.

3. Кібербезпека та захист інформації. URL: <http://tr.knute.edu.ua/files/2021/05.pdf> (дата звернення 28.10.2024).
4. Коваленко, Ю. О. Забезпечення інформаційної безпеки на підприємстві. Вісник національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. Економіка промисловості. Київ, 2010. № 3. 123–129.

## СТАНДАРТИЗАЦІЯ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЛІСОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

*Дмитро КУЧЕРЧУК*

*магістр спеціальності «Менеджмент» ОП «Міжнародний менеджмент»*

*Науковий керівник –Ковальчук Олександр Дмитрович, к.е.н., доцент*

**Вступ.** Сталий розвиток є ключовою концепцією, що забезпечує збалансоване поєднання економічних, екологічних та соціальних аспектів у діяльності лісопереробної галузі. Впровадження принципів сталого розвитку сприяє довгостроковій стабільності та конкурентоспроможності підприємств, збереженню природних ресурсів та підвищенню якості життя суспільства. Принципи сталого розвитку сприяють підвищенню ефективності використання ресурсів, зменшенню витрат та покращенню якості продукції. Лісопереробна галузь безпосередньо впливає на стан навколишнього середовища. Впровадження принципів сталого розвитку забезпечує раціональне використання лісових ресурсів, зменшення викидів парникових газів. Підприємства, що дотримуються принципів сталого розвитку, сприяють створенню нових робочих місць, підвищенню кваліфікації працівників та загальному покращенню соціально-економічного стану регіонів.

**Результати дослідження.** В Україні питання сталого розвитку лісопереробної галузі є особливо актуальним. Згідно з Державною стратегією управління лісами України до 2035 року, основною метою є забезпечення ефективного управління лісами на основі сталого ведення лісового господарства, збереження біорізноманіття та адаптація до змін клімату [1]. Сталий розвиток лісопереробної промисловості є пріоритетом для багатьох країн, зокрема держав Європейського Союзу, Канади та скандинавських країн. Впровадження міжнародних стандартів, таких як FSC (Forest Stewardship Council) та PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification), сприяє екологічній відповідальності, економічній ефективності та соціальній справедливості в галузі.

Особливо важливо враховувати значення стандартів у контексті вимог Європейського зеленого курсу (European Green Deal), що передбачає дотримання принципів сталого розвитку та зменшення викидів парникових газів. Кліматичні зміни та погіршення стану навколишнього середовища є ключовими викликами для Європи та всього світу. Для їх подолання Європейський зелений курс

спрямований на трансформацію ЄС у сучасну, ресурсоефективну та конкурентоспроможну економіку, забезпечуючи:

- досягнення нульових чистих викидів парникових газів до 2050 року;
- економічне зростання, що не залежить від інтенсивного використання ресурсів;
- залучення всіх громад та регіонів, щоб ніхто не залишився осторонь [3].

Застосування міжнародних стандартів дозволяє українським підприємствам відповідати вимогам регуляторної бази ЄС, зокрема EUTR (EU Timber Regulation), що забороняє реалізацію деревини нелегального походження. У країнах ЄС активно впроваджуються стандарти сталого лісоуправління. Зокрема, Франція та Фінляндія демонструють високий рівень сертифікації лісів за стандартами FSC та PEFC, що забезпечує відповідальне управління лісовими ресурсами та підтримує біорізноманіття. Фінляндія, з її багатими лісовими ресурсами, активно впроваджує національні програми сталого лісоуправління, що забезпечує баланс між економічними інтересами та екологічною відповідальністю.

Згідно зі звітом, опублікованим на офіційному сайті PEFC, станом на 30 вересня 2024 року було представлено дані про сертифіковані лісові території у різних країнах (табл. 1). Аналіз демонструє нерівномірність впровадження міжнародних стандартів FSC та PEFC, що зумовлено специфікою екологічних, економічних та політичних умов у кожному регіоні. У таблиці наведено три ключові показники:

- площа сертифікованих лісів у гектарах відповідно до стандартів FSC та PEFC;
- частка сертифікованих лісів у загальній площі лісових ресурсів країни;
- відсоток сертифікованих лісів країни від загальної площі сертифікованих лісів у світі.

Таблиця 1

**Стан сертифікованих лісових територій PEFC  
у різних країнах станом на 30 вересня 2024 року**

| № | Країна    | Сертифікована площа<br>(га) | Частка<br>сертифікованих<br>лісів | Відсоток від<br>загальної<br>кількості |
|---|-----------|-----------------------------|-----------------------------------|----------------------------------------|
| 1 | Фінляндія | 19 491 412                  | 87,0%                             | 6,53%                                  |
| 2 | Франція   | 5 765 254                   | 33,4%                             | 1,93%                                  |
| 3 | Канада    | 133 658 035                 | 38,5%                             | 44,8%                                  |
| 4 | Україна   | 239 862                     | 2,5%                              | <b>0,08%</b>                           |

Джерело: за даними [2].

Аналіз даних про сертифіковані лісові території за стандартом PEFC виявляє значні відмінності між країнами: Фінляндія: 19 491 412 га сертифікованих лісів, що становить 87,0% від загальної лісової площі країни та 6,53% від світової сертифікованої площі. Франція: 5 765 254 га (33,4% національних лісів; 1,93% світових сертифікованих лісів). Канада: 133 658 035 га (38,5% національних лісів; 44,8% світових сертифікованих лісів). Україна: 239

862 га (2,5% національних лісів; 0,08% світових сертифікованих лісів). Показники свідчать про нерівномірне впровадження стандартів сталого лісоуправління, що може бути зумовлено різними екологічними, економічними та політичними факторами в кожній країні.

Сертифікація лісів за міжнародними стандартами, такими як PEFC, є ключовим елементом сталого розвитку, оскільки вона: гарантує екологічну відповідальність, підтримує економічну стабільність, сприяє соціальному розвитку: забезпечує дотримання прав місцевих громад та покращує умови праці в лісовому секторі. Однак, низький рівень сертифікації в Україні вказує на необхідність активізації зусиль у впровадженні міжнародних стандартів, включаючи вдосконалення законодавчої бази, підвищення обізнаності про переваги сертифікації та залучення інвестицій у лісовий сектор [4].

**Висновки.** Стандартизація в контексті сталого розвитку лісопереробної промисловості відіграє ключову роль у забезпеченні екологічної відповідальності, економічної стійкості та соціальної інтеграції. Аналіз міжнародного досвіду, зокрема Фінляндії, Канади та Франції, свідчить про значну ефективність впровадження стандартів, у підвищенні конкурентоспроможності галузі, збереженні природних ресурсів та формуванні довіри до лісової продукції. Водночас виклики, що стоять перед Україною, включаючи низький рівень сертифікації, вказують на необхідність активізації процесів гармонізації з міжнародними стандартами.

#### Список використаних джерел

1. Про схвалення Державної стратегії управління лісами України до 2035 року. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/1777-2021-p?utm#Text> (дата звернення: 19.12.2024).

2. Facts and figures. *PEFC - Programme for the Endorsement of Forest Certification*. URL: <https://pefc.org/discover-pefc/facts-and-figures> (дата звернення: 19.12.2024).

3. The European Green Deal. *European Commission*. URL: [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en) (дата звернення: 19.12.2024).

4. Сертифікація лісів: сучасний стан, проблеми і перспективи. *WWF conserves our planet, habitats, & species like the Panda & Tiger | WWF*. URL: <https://wwf.panda.org/es/?211915/FSC-certification-ua=> (дата звернення: 19.12.2024).

## РОЛЬ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Карина ЦИМБАЛ

Магістр спеціальності «Підприємництво та торгівля»

Науковий керівник: Булуй Олексій Григорови, к. е. н., доцент

**Вступ.** Сучасний ринок характеризується жорсткою конкуренцією, швидкою зміною споживчих вподобань та зростаючими вимогами клієнтів. У таких обставинах підприємства мають не лише формувати різноманітний асортимент, а й забезпечувати його відповідність поточним ринковим тенденціям, що є ключовим фактором для утримання та розширення клієнтської бази. Російська збройна агресія проти України значно вплинула на економічну ситуацію в країні, спричинивши зміни в споживчих настроях та поведінці. Торговельним підприємствам доводиться долати виклики, пов'язані з логістикою, постачанням і адаптацією цінової політики до нових умов. Саме тому гнучка й ефективна асортиментна політика є інструментом, який дозволяє оперативно реагувати на зміни, забезпечуючи споживачів якісними й затребуваними товарами. У контексті сучасних реалій роль асортиментної політики виходить за межі звичайного управління товарним асортиментом і стає важливим чинником забезпечення стабільності та конкурентоспроможності торговельного підприємства.

**Результати дослідження.** Асортиментну політику як предмет наукових та прикладних досліджень розглядали багато науковців. Так, М. Булава підкреслює, що асортиментна політика – це діяльність, пов'язана з управлінням різноманітністю товарів, пропонованих фірмою на ринку [1, с. 213]. С. Кириченко та К. Половинка зазначають, що асортиментна політика – це частина товарної політики підприємства, метою якої є задоволення попиту та отримання комерційного ефекту підприємства через вибір і реалізацію раціонального товарного асортименту [3, с. 91].

Н. Василюха вважає, що «асортиментна політика торговельного підприємства – це цілеспрямована діяльність у сфері товарного забезпечення ринку, що базується на довготерміновому плануванні та регулюванні, спрямована на задоволення попиту споживачів із урахуванням оптимізації номенклатури товарів та забезпечення рентабельності усієї діяльності» [2, с. 961]. На нашу думку це найбільш повно поняття асортиментної політики. Воно акцентує увагу на цілеспрямованій діяльності, що базується на довгостроковому плануванні та регулюванні, спрямованій на задоволення попиту споживачів. Це визначення підкреслює ключові аспекти асортиментної політики: орієнтацію на потреби споживачів, оптимізацію номенклатури товарів і забезпечення рентабельності, що є критично важливими для успішної роботи підприємства. Також важливим є те, що інші визначення фокусуються на управлінні асортиментом та досягненні стратегічних цілей, проте підхід Н. Василюхи детальніше охоплює не лише аспекти управління, а й необхідність планування та адаптації до змінюваного ринкового середовища. Це робить її трактування найбільш актуальним і повним у контексті сучасних викликів у

торгівлі.

Беручи до уваги підходи науковців до визначення асортиментної політики та основні теоретичні положення щодо політики підприємства, можна запропонувати наступне визначення асортиментної політики торговельного підприємства. На наш погляд, асортиментна політика торговельного підприємства – це стратегічний підхід до формування та управління товарним асортиментом, який спрямований на задоволення потреб споживачів, підтримання конкурентоспроможності на ринку та забезпечення стійкого розвитку підприємства.

З огляду на вище зазначене, вважаємо, що роль асортиментної політики в діяльності торговельного підприємства в умовах війни в Україні набуває критичного значення, адже саме вона стає ключовим інструментом адаптації бізнесу до нових економічних і соціальних реалій. Війна спричинила значні зміни в споживчих настроях, зокрема зміщення пріоритетів на базові потреби, зростання попиту на товари першої необхідності та обмеження купівельної спроможності населення. У таких умовах торговельні підприємства мають переглядати свій асортимент, роблячи акцент на товарах, які відповідають актуальним потребам клієнтів. Гнучкість у формуванні асортименту дозволяє підприємствам зберігати лояльність споживачів навіть за умов суттєвих змін ринкового середовища. Крім того, війна створила додаткові виклики для логістики, постачання та ціноутворення, що також впливає на асортиментну політику. Підприємства змушені шукати нових постачальників, адаптувати асортимент до обмежених можливостей транспортування та зберігання товарів, а також враховувати інфляційні процеси при визначенні цін. Ефективна асортиментна політика в таких умовах не лише забезпечує стабільність бізнесу, а й сприяє задоволенню потреб споживачів у кризовий період. Вона стає одним із ключових чинників підтримки економічної стійкості підприємства та його здатності адаптуватися до надзвичайно динамічного середовища.

**Висновки.** Отже, асортиментна політика є важливим стратегічним інструментом управління діяльністю торговельного підприємства, особливо в умовах нестабільності та змін ринкового середовища, спричинених війною. Її ефективне впровадження дозволяє підприємствам оперативно адаптуватися до нових викликів, задовольняти потреби споживачів і забезпечувати конкурентоспроможність.

#### Список використаних джерел

1. Булава М. Методичні підходи до оцінювання ефективності асортиментної політики сучасного підприємства. *Молодий вчений*. 2020. № 10 (86). С. 209–214.
2. Василюх Н. В. Асортиментна політика – важливий інструмент товарної політики торговельного підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 19. С. 960–965.
3. Кириченко С. О., Половинка К. І. Принципи формування асортиментної політики. *Агросвіт*. 2021. № 1–2. С. 90–94.

---

## ЗНАЧЕННЯ АКЦИЗНОГО ПОДАТКУ У ФОРМУВАННІ ДОХОДІВ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ

Назар БОРДУГОВСЬКИЙ

*магістр спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,  
Науковий керівник – Дема Д.І., к. е. н., професор*

**Вступ.** Акцизне оподаткування має далеку історію. В усі часи держава визначала ряд товарів, які можуть приносити значно більші надходження до бюджетів, чим інші товари. Товари, які визначала держава для збору надприбутків у вигляді податків є підакцизними товарами. На певному проміжку існування держави такими товарами були різні групи товарів. На сьогодні Україна також використовує підакцизні товари для наповнення бюджетів, зокрема, як державного так і місцевих.

Проблеми, пов'язані оподаткуванням підакцизних товарів постійно є предметом досліджень багатьох українських вчених, зокрема, Беха Г.В., Бечко В.П., Боровика П.М., Карпенко С.П., Колотухи С.М., Петракова Я.В., Соколовської А. М., Слатвінської М.О, Тучак Т.В. та ін.

**Результати дослідження.** Поняття акцизного податку з'явилося в законодавстві України з прийняттям Декрету КМУ «Про акцизний збір» у 1992 році. В цьому Декреті було визначено механізм адміністрування акцизного збору. Було визначено також порядок зарахування акцизного податку до державного та місцевих бюджетів. Товарів, які є підакцизними, в цьому документі не визначено.

В 2011 році Декрет про акцизний збір, з прийняттям Податкового кодексу України (ПКУ) втратив чинність. В ПКУ уже визначено підакцизні товари та визначено суть акцизного податку як «непрямий податок на споживання окремих видів товарів (продукції), визначених цим Кодексом як підакцизні, що включається до ціни таких товарів (продукції)» [5].

До підакцизних товарів згідно ПКУ відносяться: спирт та алкогольні напої, тютюнові вироби, пальне, автомобілі та електроенергія. З 2011 року до переліку цих товарів було додано лише електроенергію.

Слід відмітити, якщо по більшості податків, які адмініструються в Україні, ставки податків практично не змінюються, або не значно, так ставки податку на підакцизні товари зростають кожен рік, значно. Це пояснюється тим, що підакцизні товари не є тими товарами, без яких населення не може існувати. Таким чином, держава «латає» дірки, або дефіцит державного бюджету. Збільшення ставок підакцизних товарів відбувається, ще й тому що ці товари є надто прибуткові. Значна частина таких товарів виробляється в Україні в тіньовому секторі економіки та завозиться із-за кордону та вивозяться за кордон. Іншими словами ці товари підпадають в сферу незаконної діяльності. Масовому вивозу, наприклад, тютюнових виробів за межі митної території України сприяє значно нижча роздрібна ціна таких виробів в Україні, ніж у більшості європейських країн.

Доходи від оподаткування підакцизних товарів були та залишаються важливим джерелом фінансових ресурсів для наповнення державного бюджету(табл. 1).

Таблиця 1

**Надходження та частка акцизного податку в податкових надходженнях та доходах Державного бюджету України за 2019-2023 роки**

| Показники                                                             | 2019  | 2020    | 2021    | 2022    | 2023    |
|-----------------------------------------------------------------------|-------|---------|---------|---------|---------|
| Доходи державного бюджету, млрд. грн.                                 | 998,3 | 1 076,0 | 1 296,9 | 1 787,7 | 2 672,0 |
| Податкові надходження, млрд. грн.                                     | 799,8 | 851,1   | 1 107,1 | 949,8   | 1 203,5 |
| Акцизний податок, млн. грн.: в т. ч.:                                 | 123,4 | 138,3   | 162,5   | 102,4   | 167,3   |
| з вироблених в Україні підакцизних товарів (продукції)                | 69,9  | 80,4    | 82,9    | 60,7    | 92,6    |
| з ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції) | 53,5  | 57,8    | 79,6    | 41,7    | 74,8    |
| Частка акцизного податку у податкових надходженнях, %                 | 15,4  | 16,2    | 14,7    | 10,8    | 13,9    |
| Частка акцизного податку у доходах державного бюджету, %              | 12,4  | 12,9    | 12,5    | 5,7     | 6,3     |

*Розраховано автором на основі [4].*

Дані таблиці 1 свідчать про зростання, як доходів Державного бюджету в цілому, так і податкових надходжень, за досліджуваний період. Разом з тим, є різниця в темпах зростання цих показників. Так, загальні доходи Державного бюджету в 2023 році, в порівнянні з 2019 роком зросли більш ніж у 2,7 разів. Податкові надходження до Державного бюджету, за цей же період, зросли лише на 50,4%, а податкові надходження від оподаткування підакцизних товарів, ще менше, на 35,%%. Частка акцизного податку у податкових надходження Державного бюджету від оподаткування підакцизних товарів за досліджуваний період зменшилася на 1,5 в. п, хоча в абсолютних величинах зросла на 35,5%.

Згідно податкового законодавства оподаткування підакцизних товарів здійснюється як тих, що виробляються на митній території України, так і імпортованих. Таким чином, держава «заробляє» на товарах, які вироблені в інших країнах, але завозяться на митну територію України.

З вище наведених даних видно, що співвідношення в надходженнях від оподаткування підакцизних товарів за досліджуваний період майже не змінилося, але частка акцизного податку від імпортних товарів залишається досить високою. Так, в 2019 році акцизний податок від вітчизняних товарів в загальній сумі акцизного податку становив 56,6 %, а в 2023 році -55,3%.

Завезення підакцизних товарів на митну територію України є досить вигідним, але це у випадку законного їх завезення. Слід відмітити, що акцизний податок є не лише джерелом фінансових ресурсів Державного бюджету, а й місцевих бюджетів. Акцизний податок сплачують суб'єкти господарювання, які здійснюють роздрібний продаж окремих підакцизних товарів, зокрема, тютюнових виробів, алкогольних напоїв та пального. Ставка акцизного податку з роздрібного продажу підакцизних товарів становить 5% від ціни цих товарів.

Сума нарахованого акцизного податку з роздрібного продажу підакцизних товарів зараховується до місцевих бюджетів по встановленому порядку, який визначає КМУ. Наприклад, акцизний податок з роздрібного продажу тютюнових виробів розподіляється між бюджетами місцевого самоврядування за частками, які визначаються ДПС щомісяця пропорційно до обсягів вартості реалізованої суб'єктами господарювання роздрібною торгівлі тютюновою продукції на відповідній території за останній (податковий) звітний місяць з урахуванням даних реєстраторів розрахункових операцій, у тому числі програмних[2,3].

Виробники та імпортери підакцизних товарів ухиляються від сплати акцизного податку різними шляхами, що призводить до значних розмірів ненадходження акцизного податку до бюджетів різних рівнів. Про що свідчить інформація БЕБ щодо викриття незаконних операцій з підакцизними товарами. Так, Детективи Територіального управління Бюро економічної безпеки (БЕБ) у Чернівецькій області в рамках досудового розслідування вилучили цистерну з контрабандними сигаретами на 5 мільйонів гривень. Раніше правоохоронці виявили вантажівку з сигаретами на 4,5 мільйона гривень, а за кілька днів на пункті митного пропуску – ще одну, з товаром на 12 мільйонів гривень[1]. Таких прикладів на сьогодні безліч.

**Висновки.** Підакцизні товари є важливим джерелом фінансових ресурсів для Державного бюджету. Значення цього податку буде лише зростати. Важливим питанням щодо адміністрування цього податку є боротьба з незаконними операціями при виробництві та імпорті підакцизних товарів.

#### Список використаних джерел

1. БЕБ викрило партію контрабандних сигарет на 5 мільйонів. URL: <https://pravda.com.ua/news/2024/02/16/710041/>.
2. Деякі питання зарахування акцизного податку з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлю тютюнових виробів, тютюну та промислових замінників тютюну, рідин, що використовуються в електронних сигаретах. Постанова КМУ від 3 травня 2022 р. № 515. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/515-2022-%D0%BF#Text>
3. Новий механізм розподілу акцизу з роздрібного продажу тютюнових виробів. URL: <https://medoc.ua/blog/novij-mehanizm-rozpodilu-akcizu-z-rozdribnogo-prodazhu-tjutjunovih-virobiv>.
4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України : Державний бюджет на 2019-2023 роки. URL: [https://mof.gov.ua/uk/budget\\_2023-582](https://mof.gov.ua/uk/budget_2023-582)
5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

## КЛЮЧОВІ КОМПОНЕНТИ КОМПАНІЙ З МІЖНАРОДНИМ БІЗНЕС-ПРОФІЛЕМ

Ірина ПЕТРАКІВСЬКА

Магістр спеціальності «Менеджмент» ОПП «Міжнародний менеджмент»

Науковий керівник – Т.М. Паламарчук, к.е.н., доцент

**Вступ.** Міжнародні компанії становлять основу економіки розвинених країн. Саме успішна діяльність компаній з міжнародним бізнес-профілем вивела зарубіжні країни на передові позиції у світі. Економічна дійсність виносить на порядок денний безліч питань, пов'язаних з перспективами та особливостями розвитку міжнародної діяльності суб'єктів сучасної української економіки, вибором та вдосконаленням механізмів формування успішної міжнародної діяльності, реалізації переваг компаній з міжнародним бізнес-профілем на внутрішньому та світовому ринку. Міжнародні компанії, володіючи значною концентрацією внутрішнього науково-виробничого потенціалу, контролем над економічними, організаційними, технологічними, інтелектуальними ресурсами, жорсткими, часом, агресивними стратегіями, здатні конкурувати не тільки з національними корпораціями, а й з низкою держав, що підтверджує актуальність теми дослідження.

Питання, що пов'язані зі становленням та функціонуванням підприємств з міжнародним бізнес-профілем викликають інтерес як у представників бізнесу, так й досліджуються вченими-економістами, серед яких С.І. Белей, С.В. Борох, В.І. Ганін, В.В. Гуральська, А.Р. Дунська, С.О. Ізотов, Т.О. Ковіна, М.М. Кудінова, А.Є. Лонська, Ю.І. Продіус, Є. В. Сапожнікова В. С. Швагірева, Н.О. Шпак та інші.

Мета дослідження полягає в тому, щоб виявити та розкрити ключові ознаки компаній з міжнародним бізнес-профілем в умовах глобалізації.

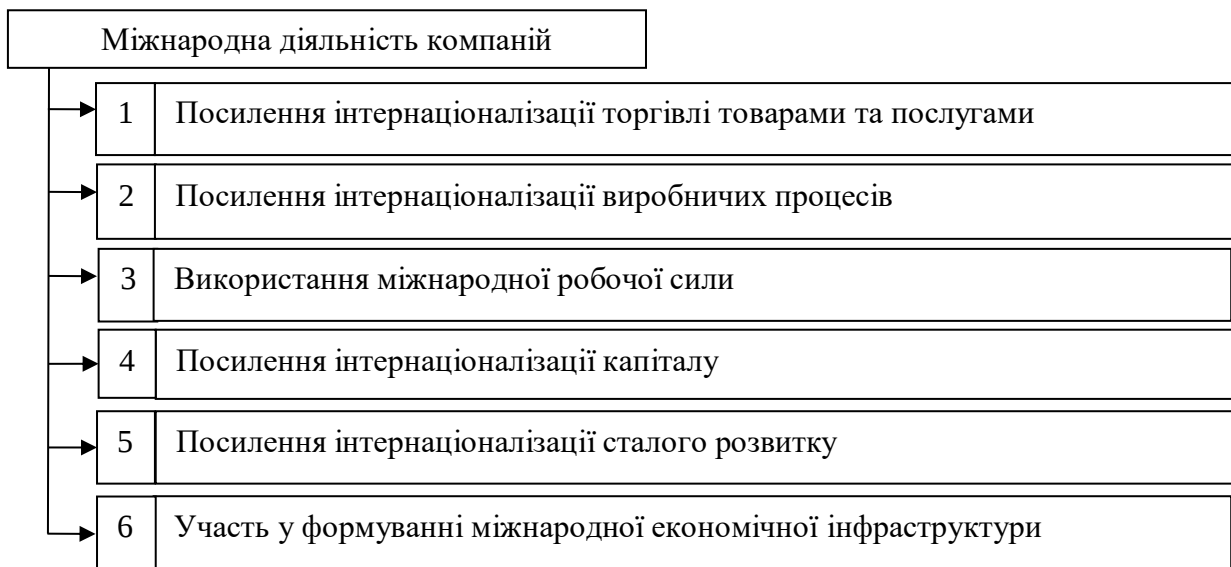
**Результати дослідження.** Міжнародні компанії здійснюють свою діяльність в умовах глобалізації, що зумовлює різні трансформації суб'єктів господарювання з міжнародним бізнес-профілем. Глобалізація стала новою добою розвитку людства, її технологічні атрибути якісно змінили домінуючі суспільні відносини. Сучасний прояв глобалізації економіки виявляється у таких тенденціях: збільшення масштабів міжнародної торгівлі товарами та послугами (глобалізація товарних та ринків комерційних послуг); збільшення масштабів транскордонних інвестицій (глобалізація ринків капіталу); цифровізаційна революція останніх десятиліть; зростання числа та обсягів міжнародних злиттів та поглинань; зростання масштабів діяльності компаній за участю іноземного капіталу на національних ринках; посилення ролі міжнародних компаній у світовій економіці [3].

Наслідки міжнародної діяльності бізнесу неоднозначні: інтернаціоналізація діяльності компаній сприяє поглибленню спеціалізації та міжнародному поділу праці; економії на масштабах виробництва, посилюючи конкуренцію, стимулює подальший розвиток нових технологій та поширення їх серед країн. Міжнародна діяльність компаній може призвести до підвищення продуктивності праці

внаслідок раціоналізації виробництва на глобальному рівні та поширення передових технологій, а також конкурентного тиску на користь безперервного впровадження інновацій у світовому масштабі. Міжнародна діяльність компаній дає країнам можливість мобілізувати більший обсяг фінансових ресурсів, оскільки інвестори можуть використовувати ширший фінансовий інструментарій на збільшеній кількості ринків [4].

Діяльність компаній з міжнародним бізнес-профілем означає створення ланцюжків «виробник-постачальник-споживач» у різних сферах економіки інших країнах, незалежно від їхнього географічного розташування; здійснення контролю за своїми операціями у міжнародному масштабі; інтеграцію компаній, філій у єдину міжнародну мережу управління; одночасний облік правил гри, вимог на різних світових ринках та встановлення власних норм поведінки, правил гри, їх інкорпорація у діяльність інших суб'єктів національного та світового ринків [1]. Міжнародними компаніями можуть бути як найбільші, так і малі фірми, котрі займаються бізнесом за межами власної країни [2].

Міжнародна діяльність компаній є формою її інтеграції до глобального економічного простору, що пов'язана з проникненням міжнародної складової у всі сфери та напрямки діяльності компанії (рис. 1).



**Рис. 1. Основні компоненти діяльності компаній з міжнародним бізнес-профілем**

*Джерело: побудовано на основі даних [1-5]*

Більшість компаній з міжнародним бізнес-профілем розпочинало діяльність із обслуговування національних ринків. Потім, використовуючи порівняльні переваги країни базування та конкурентні переваги компанії, розширювали масштаби свого функціонування на міжнародних ринках, вивозячи продукцію за кордон або здійснюючи зарубіжні інвестиції з метою організації виробництва у країнах, що приймають.

Основними ознаками (компонентами) сучасних компаній з міжнародним бізнес-профілем є: присутність, що постійно розширюється, на міжнародному економічному просторі; використання міжнародного одиничного поділу праці в

рамках системи технологічно взаємопов'язаних компаній у різних країнах, що обмінюються напівфабрикатами за некомерційними, трансфертними цінами; встановлення власних правил гри на міжнародному економічному просторі для агентів, у ролі яких виступають інститути національної економіки; зміна локального характеру внутрішньофірмового планування, операцій із ресурсозабезпечення, реалізації вироблених благ на інтегрований, міжнародний; координація діяльності на основі використання ІТ-технологій; орієнтація не лише на ринки окремих зарубіжних країн, а й переважно на ринки інтеграційних об'єднань; побудова міжнародних мережевих структур в організації своєї діяльності; розділ ринків ресурсів та готової продукції між філіями та підрозділами фірми, що знаходиться під єдиним централізованим приватним контролем та технологічним забезпеченням; самостійна організація нових корпоративних ринків тощо.

**Висновки.** Компанії з міжнародним бізнес-профілем виступають безпосередніми учасниками всього спектра світогосподарських зв'язків, своєрідними рушіями міжнародної економіки, будучи, з одного боку, продуктом інтернаціоналізації, що швидко розвивається, а з іншого - механізмом впливу на міжнародні економічні процеси за допомогою формування нових форм економічних відносин. На сучасному етапі міжнародні ринки можуть створити перспективи для вітчизняних компаній. Однак в той же час українські компанії з міжнародним бізнес-профілем на зовнішніх ринках будуть стикатися із високими додатковими вимогами входу та діяльності на таких ринках.

#### Список використаних джерел

1. Белей С. І., Когут Н. О., Яновський М. М. Вплив глобалізації на економічний розвиток українських підприємств. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. 2018. - № 20(2). С. 16-19.
2. Ганін В. І., Борох С. В. Стратегічні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Економічний аналіз*. 2018. Т. 28(3). С. 162-169.
3. Гуральська В. В., Продіус Ю. І., Ізотов С. О. Міжнародний бізнес в умовах глобалізації. *Економіка. Фінанси. Право*. 2021. № 2(1). С. 5-8.
4. Дунська А. Р. Антоненко Д. І. Підходи до управління розвитком міжнародної діяльності підприємства в умовах невизначеності. Сучасні підходи до управління підприємством. *Управління міжнародним бізнесом*. 2020 № 5. URL: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/204755>. (дата звернення 02.10.2021)
5. Швагірева В. С., Сапожнікова Є. В. Фактори впливу на організаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 5(2). С. 20-23.

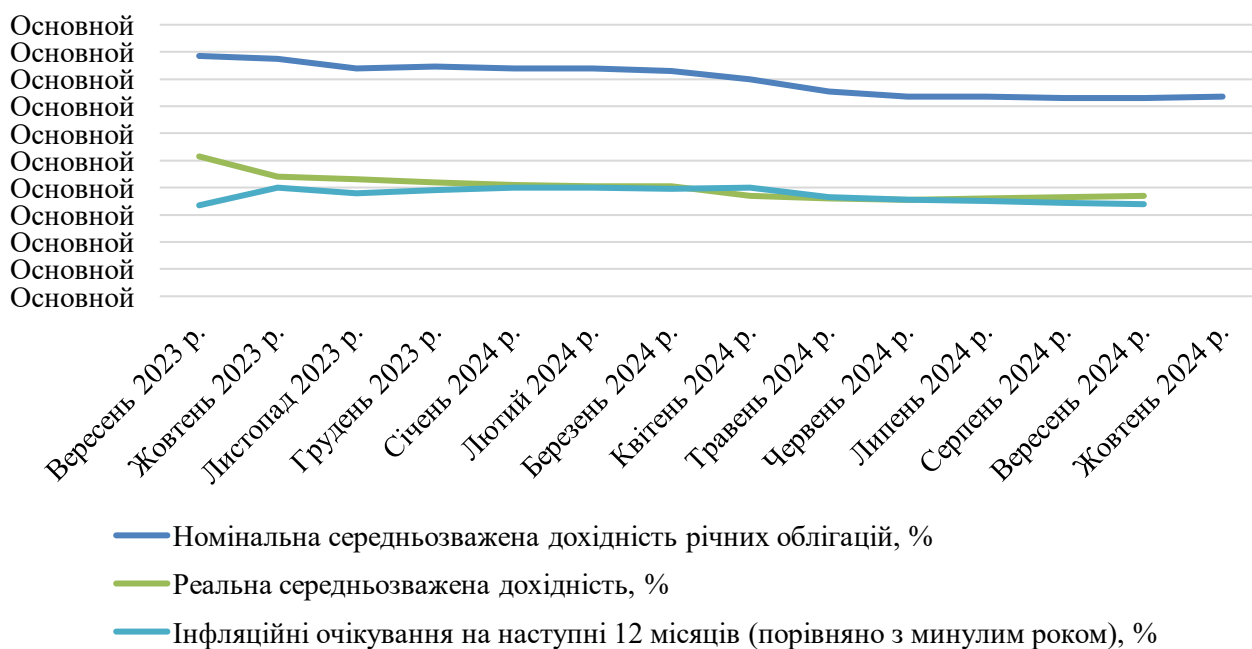
ОСОБЛИВОСТІ ВИПУСКУ ТА ОБІГУ  
ВІЙСЬКОВИХ ОБЛІГАЦІЙ В УКРАЇНІ

Олексій КАПІНУС

Магістер спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»  
Науковий керівник – Наталія КУРОВСЬКА, к.е.н., доцент

**Вступ.** Політичні та економічні виклики, які нині постали перед Україною зумовили специфіку розвитку вітчизняного ринку капіталів. Ринок державних боргових цінних паперів України став пріоритетною складовою усього ринку цінних паперів і, відповідно, ринку капіталів. Ця особливість породжена непрогнозованою потребою покриття значних витрат під час війни на території України та зростанням фінансових ризиків (високим рівнем інфляції, нестабільністю валютного курсу, високими відсотковими ставками за банківськими кредитами).

**Результати дослідження.** Більшість випущених військових облігацій є купонними (за типом доходу). Однак, рівень дохідності за усіма випусками дуже відрізняється і загалом відображає повільно спадну тенденцію (рис. 1). Зокрема, дохідність за окремими військовими ОВДП у гривневому виразі дорівнювала 14-18%, в доларовому – 4,6-4,66%, а в Євро – 3,22-3,25% [3].



**Рис. 1. Номінальна середньозважена дохідність річних облігацій на первинних аукціонах та очікування інфляції (CPI), %**

Джерело: побудовано за даними Мінфіну [Error! Reference source not found.].

Дохідність деяких випусків військових облігацій була плаваючою та прив'язаною до облікової ставки, тобто цінові умови випуску військових облігацій були наближені до ринкових [3]. Впродовж 2022-2024 рр. за окремими випусками військових облігацій відбувалось підвищення дохідності (максимально до 19% річних за гривневими облігаціями і до 4,5% річних за доларовими). Інфляційні очікування знаходились на такому ж рівні, що й реальна середньозважена дохідність. З боку Міністерства фінансів, у політиці управління

військовими ОВДП акцент ставився не на максимізації інвестиційного прибутку для інвестора, а на низці супутніх переваг: легкості придбання військових облігацій; зручності заощаджень, можливості брати участь в обороні держави.

Від початку війни аукціони з розміщення військових облігацій (з номінальною вартістю 1000 грошових одиниць) відбуваються щовівторка і брати участь в них можуть юридичні та фізичні особи, а також нерезиденти [4].

У 2022 р. найбільші обсяги військових облігацій викупував НБУ (51,12%) шляхом укладання спеціальних договорів між НБУ та МФУ (табл. 1). Наступними за величиною обсягів операцій викупу військових облігацій йшли комерційні банки (34,73%). Впродовж 2023 р. питома вага участі РБУ та комерційних банків майже зрівнялась, а у 2024 – комерційні банки стали викуповувати 47,79% проти 37,88% НБУ.

Таблиця 1

### Ключові характеристики обігу ОВДП в Україні впродовж 2010-2024 рр.

| Кінець року   | Усього, млн грн | Темп зростання | Питома вага облігацій, які знаходяться у власності (%) |        |                |                       |               |              |
|---------------|-----------------|----------------|--------------------------------------------------------|--------|----------------|-----------------------|---------------|--------------|
|               |                 |                | НБУ                                                    | Банків | Юридичних осіб | Територіальних громад | Фізичних осіб | Нерезидентів |
| 2019          | 822748,92       | 1,09           | 40,97                                                  | 40,63  | 3,16           | -                     | 1,17          | 14,07        |
| 2020          | 991618,81       | 1,20           | 32,73                                                  | 51,88  | 5,76           | 0,02                  | 1,11          | 8,51         |
| 2021          | 1054430,45      | 1,06           | 29,65                                                  | 51,51  | 7,81           | 0,01                  | 2,36          | 8,66         |
| 2022          | 1 378 214,29    | 1,31           | 51,12                                                  | 34,73  | 7,72           | 0,13                  | 2,16          | 4,15         |
| 2023          | 1 571 751,87    | 1,14           | 43,90                                                  | 41,30  | 8,69           | 0,12                  | 3,26          | 2,73         |
| листопад 2024 | 1 788 714,89    | 1,14           | 37,88                                                  | 47,79  | 9,01           | 0,04                  | 3,99          | 1,28         |

Джерело: розраховано та наведено за даними НБУ [2].

Наразі переважна більшість військових облігацій знаходиться у власності банків-дилерів, а також фізичних та юридичних осіб [Error! Reference source not found.]. Варто відмітити, що серед населення України поступово зростає інтерес до інвестування у військові облігації. Натомість, від початку 2020 р. помітною є низька активність іноземних інвесторів, очевидно через високий рівень політичного та економічного ризику, а також волатильність курсу гривні.

Від початку війни в Україні випуски військових облігацій дозволили суттєво скоротити грошову масу в обігу, що дозволило стримувати інфляцію на прийнятному рівні. Окрім безпосередньої мети випуску військових облігацій – залучення ресурсів на фінансування оборонних потреб, існує тісний взаємозв'язок між обсягами випуску облігацій та обсягами ВВП, імпорту, експорту, видатками бюджету та державним боргом (табл. 2).

За даними 2019-2023 рр. постає тісний вплив виділених економічних показників, що пов'язані з активністю ринку військових облігацій.

Ринок державних боргових цінних паперів в Україні, в тому числі військових облігацій, має низку суттєвих проблем і викликів, які знижують його привабливість для інвесторів і загрожують цілісності ринку й ефективному його розвитку. Політична та економічна нестабільність, висока інфляція, слабкий вторинний ринок, низький кредитний рейтинг та інші фактори суттєво

обмежують розвиток цього сегменту ринку капіталів. Вирішення цих проблем потребує досягнення стабільності, підвищення рівня довіри до фінансових установ та покращення інвестиційного клімату.

Таблиця 2

**Фактори впливу на ринок ОВДП в Україні, 2010-2023 рр.**

| Рік  | Обсяги обігу<br>ОВДП, млн грн | Рівень<br>інфляції,<br>% | ВВП<br>України,<br>млн грн | Видатки<br>бюджету<br>України, млн грн | Обсяги<br>державного<br>боргу України,<br>млн грн |
|------|-------------------------------|--------------------------|----------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 2019 | 822748,9                      | 104,1                    | 3974564,0                  | 1072891,5                              | 1998275,40                                        |
| 2020 | 991618,8                      | 105,0                    | 4194102,0                  | 1288016,7                              | 2551935,60                                        |
| 2021 | 1054430,5                     | 110,0                    | 5459574,0                  | 1490258,9                              | 2671827,60                                        |
| 2022 | 1378214,3                     | 126,6                    | 5191028,0                  | 2705423,3                              | 4071683,10                                        |
| 2023 | 1571751,9                     | 105,1                    | 6537825,0                  | 4014418,1                              | 5519483,90                                        |

Джерело: розраховано та наведено за даними Міністерства фінансів України [1].

В особливих складних умовах, яких Україна перебуває сьогодні, постає питання необхідності залучення якомога більшої кількості потенційних інвесторів до процесу поширення військових облігацій. Первинні дилери, такі як ПАТ «УКРЕКСІМБАНК», АТ «Приватбанк», АТ «Райффайзен Банк», АТ «ОТП Банк», ПАТ «Сітібанк», ПАТ АБ «Укргазбанк», ПАТ АБ «Південний», АТ «Ощадбанк», АТ «Сенс Банк», ПАТ «ПУМБ», ПАТ «Кредобанк» [1] створюють найсприятливіші умови для зацікавлення та мотивації дрібних інвесторів. Окремі фінансові установи суттєво знижують чи взагалі скасовують комісії за операціями із військовими облігаціями, встановлюють низькі ліміти на обсяги таких операцій.

**Висновки.** Отже, випуски військових облігацій від початку війни в Україні дозволили суттєво скоротити грошову масу в обігу, що дозволило стримувати інфляцію на прийнятному рівні. Окрім безпосередньої мети випуску військових облігацій – залучення ресурсів на фінансування оборонних потреб, існує тісний взаємозв'язок між обсягами випуску облігацій та обсягами ВВП, імпорту, експорту, видатками бюджету та державним боргом.

**Список використаних джерел**

1. Показники. *Мінфін.* Вебсайт. URL : <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/>
2. Ринок облігацій внутрішньої державної позики (ОВДП). *Національний банк України.* Вебсайт. URL : <https://bank.gov.ua/ua/markets/ovdp>
3. Статистика щодо продажу та погашення ОВДП. *НБУ.* URL : <https://bank.gov.ua/ua/news/all/uryad-zaluchiv-mayje-1-397-mlrd-grn-vid-prodaju-ovdp-na-auksionah-uprodovj-voyennogo-stanu>
4. Чубка О. М., Скоропад І. С. Роль військових облігацій у фінансуванні державного бюджету у воєнний період. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, 2023. №7.

## ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Богдан ДМИТРЕНКО

*магістрант спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»*

*Науковий керівник – к. е. н., доцент Лариса НЕДІЛЬСЬКА*

**Вступ.** Війна в Україні руйнівним впливом зачепила всі політичні й економічні процеси. Втрата орних земель, знищення значної кількості сільськогосподарських господарств, екологічні лиха у зв'язку з руйнуванням зрошувальних споруд і дамб – фактори, які нанесли колосальний удар по обсягах виробництва продукції сільського господарства. Дефіцит зерна в світі, який став вкрай проблемним прямолінійно спричинений скороченням українського експорту. Зважаючи, що галузь сільського господарства є ключовою в економіці України, а важливість сільськогосподарської продукції важко переоцінити, то безсумнівно, що саме інвестування виступає одним з найкращих методів підтримки і зростання аграрних підприємств.

**Результати дослідження.** Інвестиції передбачають придбання основних засобів, нематеріальних активів, цінних паперів та корпоративних прав з метою збільшення капіталізації інвестованого підприємства, утримання контролю над ним і досягнення подальшої прибутковості, яка стане корисною інвестору завдяки дивідендам, преміям чи іншим вигодам. Водночас, окремі інвестиції є лише етапами загальної інвестиційної політики підприємства, яка може бути направлена на екстенсивний чи інтенсивний розвиток.

Концептуальні засади інвестиційної політики підприємства охоплюють вибір інвестиційної стратегії, формування інвестиційної програми, дотримання цілей, пріоритетів та принципів інвестування і, зрештою, впровадження інвестиційних проєктів. Крім того, інвестиційна політика підприємства зосереджується не лише на оцінці й аналізі об'єкта інвестування, а й моніторингу й управлінні ризиками, які пов'язані з придбанням та розміщенням необоротних активів.

Таким чином, основними складовими інвестиційної політики підприємства є цілі та стратегії інвестування, вибір джерел фінансування, оцінка інвестиційних проєктів, управління ризиками, моніторинг та контроль інвестицій, прийняття рішення щодо реінвестування прибутку (рис. 1).

Цілі інвестиційної політики можуть бути довгостроковими (наприклад, модернізація виробництва) та короткостроковими (наприклад, поточний і капітальний ремонт) і, відповідно, для досягнення цих цілей формується стратегія інвестування з урахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів. Вибір джерел фінансування інвестицій базується на оцінці джерел фінансування для реалізації інвестиційних проєктів (власні або позикові кошти) з врахуванням можливості диверсифікації джерел фінансування, включаючи зовнішні кредити, випуск акцій чи облігацій.

Оцінка інвестиційних проєктів полягає в ґрунтовному аналізі і виборі проєктів на основі економічної доцільності (рівня прибутковості, ризиків, строку окупності) з використанням різних методів оцінки (NPV, IRR та ін.).



**Рис. 1. Складові інвестиційної політики підприємства**

*Джерело: власні дослідження.*

Окрема складова інвестиційної політики охоплює процедури управління ризиками, зокрема, ідентифікацію та аналіз ризиків, пов'язаних з інвестиціями, розробку заходів для мінімізації або розподілу цих ризиків.

Процес впровадження інвестицій, а отже окремий елемент інвестиційної політики, полягає у моніторингу та контролі за інвестиціями - постійний нагляд за виконанням інвестиційних проектів і перевірка їх відповідності планам, оцінка ефективності інвестицій після їх реалізації.

На завершальному етапі інвестування має здійснюватися оцінка можливості використання отриманого прибутку для подальших інвестицій в розвиток підприємства, отже рішення щодо реінвестування прибутку також є окремим елементом інвестиційної політики підприємства.

Такі складові інвестиційної політики допомагають організувати ефективну систему інвестування, сприяючи збільшенню вартості підприємства та стабільному розвитку.

В сучасних надзвичайно складних умовах господарювання серед загальної сукупності інвестицій перевага надається капітальним інвестиціям як таким, «що спрямовані на будівництво нерухомого майна, його модернізацію, реконструкцію, купівлю, а також відтворення необоротних активів (амортизацію необоротних матеріальних активів, які замінять і оновлять існуючі пристрої для здійснення монтажних робіт), і платежі авансу для фінансування капітального будівництва нерухомого майна» [1, с. 13]. Для сільськогосподарського бізнесу капітальні інвестиції також виступають пріоритетним напрямом фінансування розвитку діяльності, оскільки дозволяють обмежені фінансові ресурси спрямувати у відновлення та розвиток виробництва.

**Висновки.** В умовах воєнного стану аграрний сектор України залишається критично важливим для економіки, забезпечуючи продовольчу безпеку країни та вагомий внесок у державний бюджет. Втрати у виробництві та експорті

сільськогосподарської продукції призвели до глобальних наслідків, зокрема дефіциту зерна на світовому ринку. Необхідність капітальних інвестицій: вкладення у модернізацію та розвиток виробництва, логістичної, складської і транспортної інфраструктури є пріоритетними для відновлення аграрної галузі. Для залучення інвестицій аграрний бізнес має вдосконалювати інвестиційну політику, фінансовий менеджмент, підвищувати прозорість фінансової звітності та впроваджувати сучасні технології управління.

#### **Список використаних джерел**

1. Гарбар Ж. В., Майбородюк К. С. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. №12, С.18-22.

## **СУЧАСНІ ВЕКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

*Віта ХАВОНОВА*

*Здобувачка спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,  
Науковий керівник: Сус Ю.Ю., к. е. н, доцент кафедри фінансів і кредиту*

**Вступ.** У період глибоких економічних, політичних і безпекових викликів банківська система України відіграє критично важливу роль як опора національної фінансової стабільності. Воєнні дії, глобальна економічна турбулентність та посилення інтеграції з ЄС зумовлюють необхідність переосмислення підходів до стратегічного планування банківського розвитку. Сучасні реалії вимагають від банків не лише адаптації до умов невизначеності, а й впровадження інноваційних рішень, цифрових технологій та підвищення прозорості діяльності. Тому окреслення перспективних цілей і практичних інструментів їх реалізації є надзвичайно актуальним для забезпечення економічного зростання та фінансової безпеки країни.

Вагомий внесок у розвиток наукового підґрунтя дослідження банківської системи здійснили такі вчені, як Д. Григорян, В. Манолє, О. Мертенс, Й. Урга, Л. Кий та І. Айзік, які акцентували увагу на питаннях фінансової стійкості та регуляторної ефективності банків. Значущими є також праці І. Дьяконової, О. Васюренка, В. Геєця, В. Коваленка й Н. Внукової, що спрямовані на адаптацію банківської системи України до сучасних викликів економіки.

**Результати досліджень.** Упродовж останніх років банківська система України зазнала суттєвих змін, пов'язаних як із внутрішніми факторами, так і з зовнішнім впливом. Зростання ризиків, зумовлених війною, фінансова нестабільність та цифрова трансформація економіки змушують банки змінювати стратегічні підходи до планування та ведення діяльності. За цих умов особливого

значення набуває системне прогнозування та визначення напрямів подальшого розвитку банківської сфери.

З огляду на сучасні виклики, одним із головних завдань є створення ефективної моделі стратегічного управління банківським сектором, що дозволяє не лише забезпечити його стабільність, а й сприяти розвитку реального сектору економіки, підвищенню рівня довіри з боку населення та інвесторів, а також інтеграції у європейський фінансовий простір. На цьому тлі особливої уваги заслуговує систематизація перспективних цілей розвитку банківської системи України. Їхня реалізація можлива завдяки чітко окресленим інструментам, які охоплюють як нормативно-регуляторні, так і технологічні, організаційні та інституційні механізми[1].

З метою визначення пріоритетних напрямів трансформації банківської системи, було сформовано шість ключових стратегічних цілей, кожна з яких супроводжується відповідним набором інструментів реалізації (табл. 1)

Таблиця 1

### Перспективи розвитку банківського сектора України

| Перспективні цілі                                 | Інструменти досягнення                                                                                  |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Зміцнення фінансової стійкості банків             | -підвищення нормативів капіталу;<br>-ефективне управління ризиками, удосконалення наглядової політики.  |
| Розширення доступу до банківських послуг          | -розвиток цифрових банківських сервісів;<br>- підтримка фінансової інклюзії, розширення мережі установ. |
| Підвищення рівня довіри до банківської системи    | - посилення прозорості звітності;<br>- посилення відповідальності банків, захист прав вкладників.       |
| Сприяння кредитуванню реального сектору економіки | - створення стимулів для кредитування МСП;<br>- зниження процентних ставок.                             |
| Інтеграція до європейського фінансового простору  | - гармонізація регуляторної бази з нормами ЄС;<br>- виконання вимог Базельських угод.                   |
| Розвиток інноваційних фінансових технологій       | - підтримка стартапів;<br>- партнерства банків з ІТ-компаніями.                                         |

*Джерело: сформовано автором самостійно на основі [1].*

Аналіз перспективних цілей розвитку банківської системи України свідчить про необхідність комплексного підходу до реалізації стратегічних рішень. Одночасне зміцнення фінансової стійкості банків, посилення регуляторного нагляду та впровадження цифрових сервісів сприятимуть побудові сучасної, надійної та конкурентоспроможної фінансової системи

Розширення доступу до банківських послуг та зростання рівня фінансової інклюзії особливо важливі в умовах соціальної нестабільності та зміщення економічної активності в онлайн-простір. Паралельно з цим підвищення прозорості діяльності банків та захист прав вкладників мають стати основою для відновлення довіри з боку населення.

Інтеграція до європейського фінансового простору та впровадження інноваційних технологій мають не лише регуляторний, а й стратегічний вимір. Вони відкривають нові можливості для розвитку партнерства, міжнародного капіталу та технологічного оновлення банківських послуг в Україні.

Таким чином, запропонована система стратегічних цілей та інструментів дозволяє створити цілісну модель трансформації банківської системи України, яка враховує як виклики сьогодення, так і потреби майбутнього відновлення економіки.

**Висновки:** Результати дослідження свідчать про необхідність системного та збалансованого підходу до стратегічного планування розвитку банківської системи України. Визначені шість ключових цілей та відповідні інструменти їх реалізації створюють основу для зміцнення фінансової стійкості, підвищення довіри до банків та активізації кредитної підтримки економіки. Реалізація запропонованої моделі сприятиме не лише стабілізації банківського сектора, а й його інтеграції у європейський фінансовий простір. Таким чином, стратегічне оновлення банківської системи постає визначальним чинником фінансового відновлення України.

#### Список використаної джерел:

1. Андрющенко І. С., Скидан В. Л. Цифрова трансформація банківського сектора України. *Бізнес-інформ*. 2023. № 12. С.77-82.
2. Ситник Н., Пріцак Я. Банківська система України в умовах війни: ризики та оцінка безпеки. *Молодий вчений*, 2023. №6 (118). С.94-98

*Наукове видання*

# ***Студентські наукові читання 2024***

*матеріали конференції  
першого туру Всеукраїнського конкурсу  
студентських наукових робіт  
Поліського національного університету  
(м. Житомир, 28 листопада 2024 р.)*

Комп'ютерна верстка Сус Л. В.

Умов. друк. арк. 15,2

Поліський національний університет, 2024.

10008, м. Житомир, бульвар Старий, 7